

**Kontrolní závěr z kontrolní akce**

**24/05**

**Peněžní prostředky vynaložené v rámci technické pomoci na aktivity související s publicitou a propagací operačních programů a projektů realizovaných v programovém období 2014–2020**

Kontrolní akce byla zařazena do plánu kontrolní činnosti Nejvyššího kontrolního úřadu (dále také „NKÚ“) na rok 2024 pod číslem 24/05. Kontrolní akci řídil a kontrolní závěr vypracoval člen NKÚ JUDr. Ing. Jiří Kalivoda.

Cílem kontrolní akce bylo prověřit, zda peněžní prostředky vynakládané v rámci technické pomoci na aktivity související s publicitou a propagací vybraných operačních programů a projektů byly vynaloženy účelně, hospodárně a v souladu s právními předpisy.

Kontrola byla prováděna u kontrolovaných osob v době od března 2024 do října 2024.

Kontrolovaným obdobím bylo období od roku 2014 do 2023, v případě věcných souvislostí i období předcházející a následující do doby ukončení kontroly NKÚ.

Kontrolované osoby:

Ministerstvo pro místní rozvoj (dále též „MMR“);

Ministerstvo průmyslu a obchodu (dále též „MPO“);

Agentura pro podnikání a inovace, Praha (dále též „API“);

Centrum pro regionální rozvoj České republiky, Praha (dále též „CRR“).

*K o l e g i u m N K Ú* na svém III. jednání, které se konalo dne 24. února 2025,

***s c h v á l i l o*** usnesením č. 7/III/2025

***k o n t r o l n í z á v ě r*** v tomto znění:

**Peněžní prostředky vynaložené v rámci technické pomoci na aktivity související s publicitou a propagací operačních programů v programovém období 2014–2020**

ZÁKLADNÍ INFORMACE

|  |  |
| --- | --- |
| **648 mil. Kč[[1]](#footnote-2)**  Celkové výdaje na propagaci a publicitu | **363 mil. Kč**  Výdaje na propagaci a publicitu v kontrolovaných programech[[2]](#footnote-3) |
| **59 projektů1**  Celkový počet projektů propagace a publicity za všechny operační programy | **27 projektů**  Počet projektů propagace a publicity v kontrolovaných programech |

Zjištěné skutečnosti

**Výdaje peněžních prostředků na propagaci a publicitu OPPIK, IROP a OPTP (v mil. Kč)**

|  |
| --- |
| MPO a MMR využily peněžní prostředky alokované v operačních programech OPPIK a IROP prostřednictvím srovnatelného počtu projektů[[3]](#footnote-4). |

# I. Shrnutí a vyhodnocení

NKÚ provedl kontrolu peněžních prostředků vynaložených v rámci technické pomoci[[4]](#footnote-5) na aktivity související s publicitou a propagací operačních programů a projektů realizovaných v programovém období 2014–2020 u MMR, CRR, MPO a API. Na oblast publicity a propagace v období let 2014–2023 vynaložily MMR a CRR v rámci ***Integrovaného regionálního operačního programu*** (dále též „IROP“) **130 mil. Kč** v 16 projektech, MMR v rámci operačního programu ***Technická pomoc*** (dále též „OPTP“) vynaložilo **208 mil. Kč** v šesti projektech. MPO v operačním programu ***Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost*** (dále též „OPPIK“)vynaložilo **25 mil. Kč** v pěti projektech.

Hlavním cílem propagace a publicity IROP a OPPIK byla podpora žadatelů a příjemců k řádnému čerpání prostředků daného programu. Oproti tomu komunikační aktivity OPTP se zaměřovaly na průřezová témata a jejich cílovou skupinou byla široká a odborná veřejnost.

NKÚ zjišťoval, zda peněžní prostředky státu a EU vynakládané na aktivity související s propagací a publicitou vybraných operačních programů a projektů byly vynaloženy účelně, hospodárně a v souladu s právními předpisy. Kontrolu a vyhodnocení účelnosti a hospodárnosti NKÚ provedl na vzorku 27 projektů s celkovým objemem poskytnuté podpory 360[[5]](#footnote-6) mil. Kč. V rámci kontrolní akce NKÚ provedl také porovnání výdajů na propagaci a publicitu u dvou kontrolovaných osob (MMR a MPO) u sektorových operačních programů (IROP a OPPIK).

**Při kontrole provedené u MMR, CRR, MPO a API NKÚ konstatuje:**

**Na základě dohody řídicích orgánů (dále též „ŘO“) operačních programů byly ve *Společné komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014–2020*[[6]](#footnote-7) (dále též „Společná komunikační strategie“ nebo „SKS“) definovány cíle pro zajištění účinné komunikace přínosů politiky soudržnosti s širokou veřejností a dalšími cílovými skupinami.**

**Přestože se MMR a MPO podílely a shodly na Společné komunikační strategii, některými doporučeními se následně při dodržování harmonogramu, čerpání rozpočtových limitů a při volbě komunikačních nástrojů neřídily a zvolily rozdílnou cestu k naplnění cílů.**

**Z provedeného srovnání mezi OPPIK a IROP vyplývá, že na podporu čerpání peněžních prostředků programu investovalo MPO do propagace OPPIK 25 mil. Kč a MMR vynaložilo na propagaci IROP 130 mil. Kč. Podpora směřovala zejména k cílové skupině žadatelů a příjemců.**

**Vyčerpání peněžních prostředků programu prostřednictvím úspěšných projektů mělo dopad na znalost podpořených projektů, míru informovanosti o fondech EU a povědomí široké veřejnosti o fondech EU, tedy na plnění cílů Společné komunikační strategie v rovině projektové, programové i všeobecné. MMR ani MPO jako řídící orgány IROP a OPPIK kontrolovaných programů však nezjišťovaly, do jaké míry podpora propagace a publicity jednotlivých programů přispěla k dosažení cílů Společné komunikační strategie. Dosažení cílů Společné komunikační strategie bylo vyhodnocováno za všechny operační programy *Dohody o partnerství*[[7]](#footnote-8) (dále též „DoP“).**

**Na vzorku kontrolovaných projektů NKÚ nezjistil porušení pravidel nastavených pro čerpání peněžních prostředků na propagaci a publicitu programu, resp. neúčelné nebo nehospodárné vynaložení výdajů. Peněžní prostředky v kontrolovaných projektech byly vynaloženy v souladu s právními předpisy.**

# 1. Společná komunikační strategie a roční komunikační plány

1.1 Dostatečné zviditelnění politiky soudržnosti a podpory z fondů EU podle požadavků Evropské komise (dále též „Komise“) popisovala Společná komunikační strategie[[8]](#footnote-9) a detailněji ji ŘO rozpracovaly v ročních komunikačních plánech (dále též „RKoP“). Společná pravidla platná pro ŘO v programovém období 2014–2020 upravoval *Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci ESI fondů v programovém období 2014–2020* (dále též „MP Publicita).[[9]](#footnote-10) Plnění cílů Společné komunikační strategie a celkové zviditelnění politiky soudržnosti a podpory z fondů EU zjišťovalo formou celorepublikových sociologických šetření MMR-NOK. Plnění sledovalo MMR-NOK za všechny operační programy dohromady.

1.2 Komunikační aktivity plánované v RKoP realizovaly ŘO a zprostředkující subjekty (dále též „ZS“) prostřednictvím projektů. U projektů ŘO sledovaly údaje o počtu realizovaných aktivit (např. vytvořených materiálů, seminářů, účastníků akce atp.). Ukazatele však neobsahovaly hodnocení kvality těchto aktivit.

1.3 Plnění společných cílů Společné komunikační strategie a kvalitu komunikačních aktivit operačních programů sledovalo a jejich celkové vyhodnocení na úrovni DoP provádělo MMR-NOK. Příspěvek komunikačních a propagačních aktivit jednotlivých operačních programů k plnění společných cílů Společné komunikační strategie však MMR-NOK nevyhodnocovalo.

# 2. Použití peněžních prostředků operačních programů alokovaných na publicitu a propagaci operačních programů

2.1 Společná komunikační strategie obsahovala orientační rozpočty jednotlivých programů a souhrnný orientační rozpočet za všechny programy DoP. Definovala hlavní cíle informování a publicity evropských strukturálních a investičních fondů (dále též „ESI fondy“) v ČR, cílové skupiny, komunikační nástroje, rámcový harmonogram a pravidla pro monitoring a vyhodnocování úspěšnosti naplňování strategických cílů. ŘO pro konkrétní operační program zpřesňovaly rámec daný Společnou komunikační strategií detailnějšími RKoP, které reagovaly na aktuální stav implementace programů a z něho vycházející komunikační potřeby.

2.2 Uskutečněné komunikační aktivity programu OPPIK spravovaného MPO a programu OPTP spravovaného MMR odpovídaly schváleným harmonogramům projektů. U IROP nebyly harmonogramy projektů vždy dodrženy. Cíl programů *Čerpání prostředků programu* MMR i MPO splnily.

2.3 Propagační aktivity v kontrolovaném období odpovídaly cílům deklarovaným v RKoP a též cílům etap programového období dle Společné komunikační strategie. Kontrolované projekty byly v souladu s intervenční logikou[[10]](#footnote-11) operačního programu.

# 3. Účelnost a hospodárnost výdajů

3.1 MMR i MPO splnily hodnoty ukazatelů, které ŘO pro optimální míru dosažení cílů nastavily. Míru dosažení komunikačních cílů z hlediska Společné komunikační strategie za všechny operační programy zjišťovalo MMR-NOK.

NKÚ zjistil, že byl/byly:

* dodržen účel kontrolovaných projektů,
* splněny úkoly uvedené v RKoP,
* dosažen cíl podpory v oblasti propagace a publicity.

3.2 Při zadávání veřejných zakázek (dále též „VZ“) příjemci dodrželi zákonné požadavky a výběr dodavatelů provedli transparentně a hodnotící komise vybraly vždy nejvýhodnější nabídku.U kontrolovaných projektů byly zjištěny v oblasti realizace VZ dílčí nedostatky.

3.3 MPO vynaložilo na propagaci a publicitu OPPIK 25 mil. Kč. MMR vynaložilo na propagaci a publicitu IROP 130 mil. Kč. Oba ŘO vyčerpaly alokaci peněžních prostředků programů, ve kterých podpořily srovnatelný počet projektů. MPO v rámci pravidel zvolilo hospodárnější přístup k naplnění cíle propagace a publicity.

# II. Informace o kontrolované oblasti

Povinnost příjemců provádět informační a propagační opatření vychází z obecného nařízení[[11]](#footnote-12), prováděcího nařízení[[12]](#footnote-13) a MP Publicita, včetně manuálu jednotného vizuálního stylu ESI fondů v programovém období 2014–2020.

Řídicí orgán zodpovídá za řízení operačního programu v souladu se zásadou řádného finančního řízení[[13]](#footnote-14). Řídicí orgán může pověřit řízením části operačního programu zprostředkující subjekt. Konkrétní povinnosti zprostředkujícího subjektu jsou stanoveny v písemné dohodě mezi ŘO a ZS. Za činnost ZS odpovídá ŘO.

Zástupci řídicích orgánů operačních programů 2014–2020 zastřešených *Dohodou o partnerství* a MMR-NOK se dohodli na Společné komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014–2020. Společná komunikační strategie definuje hlavní cíle informování a publicity evropských strukturálních a investičních fondů v ČR, cílové skupiny, komunikační nástroje, rámcový harmonogram, indikativní rozpočet a pravidla pro monitoring a vyhodnocování úspěšnosti naplňování stanovených cílů.

Hlavním úkolem ŘO operačních programů v oblasti publicity a komunikace bylo především:

* motivovat potenciální žadatele k podání projektových žádostí v daném operačním programu a poskytovat podrobné informace;
* poskytovat příjemcům vhodnou formou dostatečnou podporu během realizace projektů;
* informovat veřejnost o pokrocích v oblastech implementace daného operačního programu;
* informovat veřejnost o přínosech a výsledcích operačních programů.

Zatímco ŘO se zaměřovaly na daný operační program, MMR-NOK informovalo o tématech týkajících se všech operačních programů.

Úkolem MMR-NOK bylo:

* informovat veřejnost o naplňování *Dohody o partnerství* a strategii *Evropa 2020*[[14]](#footnote-15);
* informovat veřejnost o pokrocích v oblastech implementace programů *Dohody o partnerství*;
* informovat veřejnost o přínosech ESI fondů pro Českou republiku a komunikovat průřezová témata dle aktuální potřeby.

Pro zviditelnění kohezní politiky a podpory z fondů EU podle požadavků Komise včetně finančního krytí komunikačních aktivit Společná komunikační strategie obsahovala indikativní rozpočty na financování aktivit souvisejících s publicitou a propagací, které jednotlivé ŘO, případně zprostředkující subjekty[[15]](#footnote-16), jako příjemci podpory upřesňovaly v RKoP – viz tabulka č. 1.

**Tabulka č. 1: Indikativní rozpočet na publicitu a propagaci jednotlivých operačních programů (v mil. Kč)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Program** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **Celkem  2014–2023** |
| OPD | 0 | 0 | 11 | 11 | 11 | 12 | 11 | 11 | 11 | 11 | 89 |
| OPPIK | 0 | 0 | 23 | 23 | 22 | 22 | 18 | 14 | 14 | 15 | 151 |
| OPTP | 0 | 0 | 55 | 28 | 28 | 35 | 35 | 30 | 32 | 25 | 268 |
| OPVVV | 0 | 9 | 43 | 32 | 31 | 31 | 33 | 21 | 21 | 21 | 242 |
| OPZ | 0 | 0 | 13 | 14 | 13 | 14 | 14 | 14 | 13 | 14 | 109 |
| OPŽP | 0 | 0 | 10 | 10 | 10 | 9 | 5 | 8 | 3 | 2 | 57 |
| OPPPR | 0 | 1 | 9 | 13 | 13 | 11 | 11 | 6 | 3 | 2 | 69 |
| IROP | 0 | 3 | 30 | 30 | 25 | 25 | 21 | 16 | 15 | 15 | 180 |
| OPR | 0 | 0 | 12 | 10 | 10 | 10 | 8 | 2 | 1 | 0 | 53 |
| PRV | 0 | 6 | 9 | 10 | 10 | 10 | 10 | 0 | 0 | 0 | 55 |
| **Celkem** | **0** | **19** | **215** | **181** | **173** | **179** | **166** | **122** | **113** | **105** | **1 273** |

**Zdroj:** Společná komunikační strategie, verze II; vypracoval NKÚ.

**Pozn.:** OPD – operační program *Doprava*; OPVVV – operační program *Výzkum, vývoj a vzdělávání*; OPZ – operační program *Zaměstnanost*; OPŽP – operační program *Životní prostředí*; OPPPR – operační program *Praha – pól růstu*; OPR – operační program *Rybářství*; PRV – *Program rozvoje venkova*.

Kontrolou NKÚ byly prověřovány peněžní prostředky vynaložené na aktivity související s publicitou a propagací v operačních programech *Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost*, *Integrovaný regionální operační program* a *Technická pomoc.*

Na rozdíl od ostatních operačních programů, které přispívají přímo k naplnění cílů stanovených v *Dohodě o partnerství*, má OPTP podpůrný charakter. V rámci propagace a publicity byly z programu financovány projekty Národního orgánu pro koordinaci a řízení *Dohody o partnerství*[[16]](#footnote-17) (dále též „MMR-NOK“). Projekty MMR-NOK zajišťovaly měření dosažené úrovně plnění cílů SKS. Některé projekty MMR-NOK souhrnně prezentovaly rovněž úspěchy a výsledky všech programů v rámci *Dohody o partnerství*.

Oproti tomu IROP a OPPIK směřovaly své komunikační aktivity především na podporu řádného využití peněžních prostředků podpory potenciálními žadateli, žadateli a příjemci. Menší část svých komunikačních aktivit věnovaly ve spolupráci s MMR-NOK i na propagaci a publicitu úspěšných projektů a výsledků programu.

**MMR** bylo v programovém období 2014–2020 pověřeno přípravou a řízením IROP a OPTP. Současně bylo i příjemcem podpory z technické pomoci[[17]](#footnote-18) IROP i OPTP. Na publicitu a propagaci vyčerpalo MMR z IROP 105 mil. Kč, z OPTP 208 mil. Kč.

**CRR** je státní příspěvková organizace řízená MMR a působí jako zprostředkující subjekt pro IROP. Současně bylo příjemcem podpory z technické pomoci IROP. Na publicitu a propagaci vyčerpalo CRR z IROP 23 mil. Kč.

**MPO** bylo v programovém období 2014–2020 pověřeno přípravou a řízením OPPIK. Současně bylo příjemcem podpory z technické pomoci OPPIK. Na publicitu a propagaci vyčerpalo MPO z OPPIK 20 mil. Kč.

**API** je státní příspěvková organizace podřízená MPO, je zprostředkujícím subjektem OPPIK[[18]](#footnote-19) a v případě technické pomoci bylo i příjemcem podpory. Na publicitu a propagaci vyčerpala API z OPPIK 5 mil. Kč.

Výdaje na publicitu a propagaci OPPIK a IROP zajišťovaly podpůrné aktivity ŘO a ZS s cílem zajistit řádné čerpání peněžních prostředků programu a informovat veřejnost o přínosech ESI fondů. OPTP vzhledem ke svému zastřešujícímu charakteru zajišťoval především publikační aktivity zaměřené na průřezová témata. Cílovou skupinou byla široká a odborná veřejnost a celostátní média.

# III. Rozsah kontroly

Předmětem kontrolní akce byly peněžní prostředky vynaložené v rámci technické pomoci na aktivity související s publicitou a propagací operačních programů a projektů realizovaných v programovém období 2014–2020.

Cílem kontrolní akce bylo prověřit, zda peněžní prostředky vynakládané v rámci technické pomoci na aktivity související s publicitou a propagací vybraných operačních programů a projektů byly vynaloženy účelně, hospodárně a v souladu s právními předpisy.

* Účelností se rozumí takové použití veřejných prostředků, které zajistí optimální míru dosažení cílů při plnění stanovených úkolů[[19]](#footnote-20). Kritériem pro posouzení účelnosti výdajů na publicitu a propagaci bylo dosažení cílů projektů a naplnění předpokladů uvedených v žádostech o podporu. Dalším kritériem bylo plnění úkolů uvedených v RKoPa současné provázání projektových cílů na plnění úkolů RKoP a míru dosažení cílů Společné komunikační strategie.
* Hospodárností se rozumí takové použití veřejných prostředků k zajištění stanovených úkolů s co nejnižším vynaložením těchto prostředků, a to při dodržení odpovídající kvality plněných úkolů[[20]](#footnote-21). Kritériem hospodárnosti výdajů na publicitu bylo doložení potřebnosti a odůvodněnosti výše výdajů u zvoleného komunikačního nástroje[[21]](#footnote-22) a ověření, zda byl požadovaný výstup projektu pořízen za co nejnižší cenu.

Peněžní prostředky na komunikační a propagační opatření byly vynaloženy hospodárně, pokud zejména:

* příjemce vytvořil smluvní podmínky pro aktivní řízení dodavatelských vztahů a tyto vztahy v průběhu realizace veřejné zakázky aktivně řídil;
* příjemce pořídil služby v přiměřené kvalitě, tj. kontrolující nezjistili, že by některé z požadovaných parametrů služby byly nepřiměřené potřebám zadavatele a deklarovanému účelu např. tím, že nejsou využívány v praxi. Zároveň příjemce pořídil služby v přiměřeném množství tak, že byly všechny nakoupené služby nebo předměty využity.
* Soulad s právními předpisy byl posouzen u postupu kontrolovaných osob, tj. zda byl v souladu s obecným nařízením[[22]](#footnote-23) a s vybranými ustanoveními rozpočtových pravidel[[23]](#footnote-24), zákona o finanční kontrole[[24]](#footnote-25), zákona o registru smluv[[25]](#footnote-26), zákona o veřejných zakázkách[[26]](#footnote-27) , resp. zákona o zadávání veřejných zakázek[[27]](#footnote-28).

NKÚ kontroloval období od roku 2014 do roku 2023, v případě věcných souvislostí i období předcházející a období do ukončení kontroly, tj. do října 2024.

Celkový kontrolovaný objem peněžních prostředků, které vynaložily MMR, MPO, CRR a API v kontrolovaném období na aktivity související s publicitou a propagací, činil 360 250 348 Kč. Tato částka zahrnuje příspěvek Evropského fondu pro regionální rozvoj ve výši 85 % (tj. částku 306 212 796 Kč) a část týkající se národního spolufinancování ve výši 15 % (tj. částku 54 037 552 Kč). Jedná se o způsobilé výdaje proplacené ze strany ŘO u kontrolovaných projektů. Přehled o kontrolovaných projektech se základními údaji je uveden v příloze č. 1 tohoto kontrolního závěru.

Kontrolou bylo prověřeno:

* zda došlo k naplnění cílů intervence, tj. střednědobé změny, která je popsána pomocí výsledkových ukazatelů uvedených ve Společné komunikační strategii;
* zda řídicí orgány konkrétních operačních programů stanovily v programových a projektových dokumentech takové cíle a aktivity na podporu publicity a propagace kohezní politiky/fondů EU, které mohly přispět k naplnění cílů intervence;
* zda došlo k plnění úkolů uvedených v RKoP a byla dosažena míra dosažení cíle *Čerpání peněžních prostředků programu*
* zda bylo dosaženo cílů projektů a naplnění předpokladů uvedených v žádostech o podporu.

Kontrola byla provedena u:

* MMR, kde se zaměřila na plnění jeho rolí řídicího orgánu OPTP a IROP při administraci a kontrole projektů publicity a propagace realizovaných z technické podpory operačních programů v letech 2014–2020;
* CRR, kde se zaměřila na činnosti CRR jako příjemce podpory z IROP v rámci realizace prioritní osy 5 – *Technická pomoc* u projektů vybraných ke kontrole;
* MPO, kde se zaměřila na plnění části Společné komunikační strategie v odpovědnosti MPO a na administraci a kontrolu projektů publicity a propagace v rámci technické pomoci OPPIK;
* API, kde se zaměřila na činnosti API jako příjemce podpory z OPPIK v rámci realizace prioritní osy 5 – *Technická pomoc* u projektů vybraných ke kontrole.

**Pozn.:** Právní předpisy uvedené v tomto kontrolním závěru jsou aplikovány ve znění účinném pro kontrolované období.

# IV. Podrobné skutečnosti zjištěné kontrolou

# 1. Společná komunikační strategie a roční komunikační plány

# Společná komunikační strategie obsahovala rámcový harmonogram, indikativní rozpočet, komunikační nástroje[[28]](#footnote-29) a pravidla pro monitoring a vyhodnocování úspěšnosti naplněných cílů. Kontrolou NKÚ prověřoval, zda RKoP zahrnovaly cíle a cílové skupiny uvedené ve Společné komunikační strategii a zda byly v souladu s doporučeními uvedenými v relevantních evaluacích potřeb. Dále prověřoval, zda MPO a MMR vyhodnocovalo úspěšnost informačních a propagačních opatření.

1.1 Reálnost ročních komunikačních plánů

NKÚ ověřil, že MMR a MPO při tvorbě RKoP vycházely ze Společné komunikační strategie, zkušeností z předchozího programového období, analýz, komunikačních plánů předcházejícího roku a doporučení z relevantních evaluací komunikačních aktivit RKoP. Tyto RKoP obsahovaly stručný popis komunikačních aktivit, včetně rozpočtu, harmonogramu, cílových skupin a výstupů. RKoP schvaloval monitorovací výbor příslušného operačního programu. Komunikační nástroje byly zvoleny v souladu s doporučeními uvedenými v relevantních evaluacích potřeb, případně v auditních zprávách týkajících se komunikace, publicity nebo propagace. ŘO pravidelně každoročně aktualizovaly své komunikační plány na základě zkušeností z implementace programů zejména s ohledem na aktuální potřeby cílových skupin.

1.2 Monitorování a vyhodnocování cílů projektů

Komunikační aktivity byly realizovány prostřednictvím projektů. MMR a MPO jako ŘO operačních programů nesledovaly žádný ukazatel výsledku, který by kvantifikoval míru plnění komunikačních cílů uvedených ve Společné komunikační strategii. Plnění cílů na úrovni Společné komunikační strategie sledovalo MMR-NOK. Pro příjemce podpory nebyly vždy závazné ukazatele poskytující zpětnou vazbu o tom, zda poskytnutá finanční podpora splnila svůj účel. Závaznost či nezávaznost ukazatelů určoval ŘO v dokumentaci programu.

MMR jako ŘO IROP do roku 2019 sledovalo a vyhodnocovalo hlavní i vedlejší projektové ukazatele výstupu. V roce 2019 došlo k metodické úpravě zpracování a vyhodnocování RKoP a MMR začalo stanovovat cílové hodnoty pouze pro hlavní ukazatele výstupu.

CRR jako ZS IROP v žádostech o změnu kontrolovaných projektů žádalo o úpravu cílových hodnot ukazatelů výstupu. Ve většině případů žádalo o snížení cílových hodnot. Pouze u dvou případů změn požadovalo navýšení cílové hodnoty. U všech kontrolovaných projektů CRR schválené hodnoty ukazatelů dosáhlo, případně splnilo v rámci povolené tolerance.

MPO jako ŘO OPPIK monitorovalo plnění výstupových ukazatelů publicity periodicky dvakrát ročně. Kontrolované projekty realizované MPO a API měly stanoveny pouze výstupové ukazatele, jejichž dosažení však nebylo pro příjemce podpory povinné. Dosahované hodnoty výstupových ukazatelů dokládaly počty realizovaných opatření z komunikačního mixu. MPO nevyhodnocovalo plnění sledovaných ukazatelů výstupu ve vztahu k plnění cílů komunikačního plánu OPPIK.

API jako ZS OPPIK v realizovaných projektech splnila cílové hodnoty všech ukazatelů. MPO u jednoho projektu nedosáhlo cílové hodnoty u žádného ze stanovených ukazatelů a u dvou projektů byly dosaženy cílové hodnoty ukazatelů částečně[[29]](#footnote-30). Vzhledem k tomu, že ukazatele byly stanoveny jako nepovinné, nedosažením cílových hodnot MPO neporušilo podmínky poskytnutí podpory.

**1.3 Plnění cílů Společné komunikační strategie**

Plnění cílů Společné komunikační strategie a celkové zviditelnění politiky soudržnosti EU zjišťovalo formou celorepublikových sociologických šetření MMR-NOK[[30]](#footnote-31) za všechny operační programy dohromady. Dosažené hodnoty ukazatelů výsledku uváděné ve *Výroční zprávě o implementaci OPTP za rok 2021* se liší od hodnot, které jsou uvedeny v závěrečných zprávách projektů, přestože by měly být totožné. V závěrečných zprávách kontrolovaných projektů MMR uvedlo, že dosáhlo všech cílů, které si pro jednotlivé projekty stanovilo. Ve *Výroční zprávě o implementaci OPTP za rok 2021* alebylo uvedeno, žecílové hodnoty nebyly dosaženy u dvou ze tří výsledkových ukazatelů[[31]](#footnote-32). Rozdíl ve vykázaných hodnotách ve *Výroční zprávě o implementaci OPTP za rok 2021* byl způsoben chybami při manuálním přepisu dat v monitorovacím systému strukturálních fondů MS2014+ ze závěrečných zpráv projektů.

Vyhodnocení příspěvku propagačních a publicitních aktivit jednotlivých operačních programů k plnění společných cílů Společné komunikační strategie MMR-NOK neprovádělo.

**2. Použití peněžních prostředků operačních programů alokovaných na publicitu a propagaci operačních programů**

# Kontrolou NKÚ prověřoval, zda prostředky na publicitu a propagaci byly čerpány v předpokládaném objemu, zda RKoP respektovaly věcné, časové a finanční rozvržení prostředků uvedené ve Společné komunikační strategii a zda věcná náplň projektů vedla k naplnění jejich cílů.

2.1 Čerpání peněžních prostředků rozpočtovaných na publicitu a propagaci

Společná komunikační strategie obsahovala orientační rozpočty jednotlivých programů a souhrnný orientační rozpočet za všechny programy *Dohody o partnerství*. Rozpočty kontrolovaných programů a výše skutečného čerpání prostředků na publicitu a propagaci jsou uvedeny v následujících tabulkách č. 2 a č. 3.

**Tabulka č. 2: Přehled rozpočtů Společné komunikační strategie a skutečně vyčerpaných výdajů na publicitu a propagaci kontrolovaných programů**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Program** | **Indikativní rozpočet  ze SKS (v Kč)** | **Skutečné čerpání (v Kč)** | **Míra plnění rozpočtu  SKS (v %)** |
| IROP | 179 805 023 | 130 249 224 | 72,44 |
| OPPIK | 150 150 000 | 24 682 077 | 16,44 |
| OPTP | 267 500 000 | 208 259 474 | 77,85 |
| **Celkem** | **597 455 023** | **363 190 775** | **60,79** |

**Zdroj:** Společná komunikační strategie, II. aktualizovaná verze ze dne 17. 5. 2016, vyhodnocení RKoP; vypracoval NKÚ.

**Tabulka č. 3: Přehled plánovaných rozpočtů RKoP a skutečného čerpání kontrolovaných programů**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rok** | **IROP** | | **OPPIK** | | **OPTP** | |
| **Rozpočet RKoP  (v tis. Kč)** | **Skutečné čerpání  (v tis. Kč)** | **Rozpočet RKoP  (v tis. Kč)** | **Skutečné čerpání  (v tis. Kč)** | **Rozpočet RKoP  (v tis. Kč)** | **Skutečné čerpání  (v tis. Kč)** |
| 2015 | 3 250 | 2 246 | 0 | 0 | 28 765 | 0 |
| 2016 | 28 402 | 2 799 | 23 000 | 746 | 54 516 | 21 949 |
| 2017 | 28 774 | 2 354 | 22 600 | 2 868 | 57 705 | 21 627 |
| 2018 | 54 503 | 11 832 | 22 400 | 4 123 | 51 360 | 15 126 |
| 2019 | 63 163 | 42 231 | 22 400 | 4 123 | 62 690 | 37 565 |
| 2020 | 58 162 | 13 626 | 16 483 | 742 | 73 809 | 28 229 |
| 2021 | 43 080 | 13 329 | 20 572 | 1 981 | 69 369 | 42 187 |
| 2022 | 28 673 | 13 842 | 12 297 | 2 888 | 62 846 | 12 868 |
| 2023 | 41 601 | 27 990 | 17 521 | 7 211 | 63 428 | 28 708 |
| **Celkem** | **–\*** | **130 249** | **157 273** | **24 682** | **–\*** | **208 259** |

**Zdroj:** Společná komunikační strategie, II. aktualizovaná verze ze dne 17. 5. 2016, RKoP, vyhodnocení RKoP, žádosti o platbu; vypracoval NKÚ.

\* U OPTP a IROP jsou roční rozpočtované částky výsledkem součtu nevyčerpaných prostředků z minulého období a rozpočtu na plánované aktivity v běžném roce. Hodnoty proto nelze sčítat.

ŘO kontrolovaných programů nevyčerpaly plánované rozpočty peněžních prostředků na publicitu a propagaci. V programu OPPIK bylo vyčerpáno cca 16 % plánovaného rozpočtu, v IROP cca 72 % a v OPTP cca 78 %.

Ve všech kontrolovaných programech čerpání plánovaných rozpočtů ovlivnila zejména pandemická opatření v letech 2020–2021, kdy ŘO některé plánované aktivity zrušily, přesunuly na další období nebo zvolily jiný druh komunikace (např. zrušení dnů otevřených dveří, přesun prezenčních seminářů a konferencí do on-line prostředí). Kromě vlivu pandemických opatření nižší čerpání plánovaných rozpočtů v kontrolovaném období způsobily i problémy s realizací výběrových řízení, problémy s kvalitou plnění a změny v preferencích jednotlivých komunikačních aktivit.

V IROP nižší čerpání plánovaných rozpočtů v kontrolovaném období způsobily mj. problémy s realizací výběrových řízení, nedostatky na straně dodavatele, omezení plánovaných tištěných publikací a jejich přesun do elektronické formy a opatření související s pandemickými restrikcemi v letech 2020–2021. MMR výrazně přečerpalo položku ad hoc komunikačních aktivit (putovní výstava a Roadshow IROP). MMR a CRR vyčerpaly celkem více než 130 mil. Kč, tj. 72 % plánovaných výdajů na publicitu.

Nejnižší čerpání indikativního rozpočtu vykázalo MPO a API, když v OPPIK celkem vyčerpaly cca 25 mil. Kč, tj. 16 %peněžních prostředků schválených k realizaci projektů publicity. Nízká míra čerpání schválených limitů odpovídala požadavku Komise[[32]](#footnote-33) na minimalizaci outsourcingu komunikačních opatření.

MMR rozpočet na publicitu a propagaci OPTP nepřekročilo. Z celkových vynaložených výdajů ve výši cca 208 mil. Kč vynaložilo téměř 104 mil. Kč na projekty *Informační kampaně o ESI fondech* a více než 104 mil. Kč na projekty *Zajištění publicity ESI fondů*. MMR tak celkem vyčerpalo cca 78 % rozpočtovaných výdajů na publicitu OPTP.

2.2 Soulad výdajů projektů na komunikační aktivity s časovým harmonogramem RKoP

Uskutečněné komunikační aktivity programu OPPIK spravovaného MPO a programu OPTP spravovaného MMR odpovídaly schváleným harmonogramům. V IROP spravovaném MMR nebyly vždy původní harmonogramy dodrženy. Výkonnostní cíl programů *Čerpání prostředků programu* MMR i MPO splnily.

NKÚ ověřil, že po naplnění alokace[[33]](#footnote-34) kontrolovaných operačních programů výdaje na publicitu a propagaci odpovídaly Společné komunikační strategii. ŘO se zaměřovaly na prezentaci úspěšně zrealizovaných projektů, mapování absorpční kapacity a na informování o přípravě programového období 2021–2027.

2.3 Věcná náplň projektů a naplnění cílů projektů

Všechny kontrolované výdaje spojené s realizací veřejných zakázek souvisely s předmětem příslušného projektu. Příjemci peněžní prostředky použili v souladu s deklarovaným účelem uvedeným v žádostech o podporu a se stanovenými cíli. Kontrolované projekty byly v souladu s intervenční logikou daného operačního programu.

MMR a CRR v souladu s pravidly programu v průběhu realizace projektů IROP upravovaly cílové hodnoty ukazatelů výstupu podle skutečného vývoje prostřednictvím žádostí o změnu. V důsledku toho byly skutečně vyčerpané výdaje i dosažené hodnoty ukazatelů výstupu v souladu s platnými právními akty[[34]](#footnote-35). MMR i CRR nerealizovaly některé původně plánované aktivity. Změny v rozpočtech projektů odůvodňovaly zejména časovými důvody, aktuálním průběhem programového období (např. nedostatek ukončených projektů) a pandemickými restrikcemi v letech 2020–2021. U projektů OPTP plánované výdaje MMR nevyčerpalo.

MPO a API plánované výdaje kontrolovaných projektů publicity a propagace nevyčerpaly. Podle závěrečných zpráv o realizaci projektu se podařilo splnit či překročit hodnoty většiny ukazatelů. Kontrolované projekty obsahovaly podporované aktivity, byly v souladu s výzvou, respektovaly zaměření specifického cíle a přispívaly k plnění cílů Společné komunikační strategie. Cíle jednotlivých projektů byly měřeny prostřednictvím naplňování ukazatelů uvedených v příslušných právních aktech[[35]](#footnote-36).

# 3. Účelnost a hospodárnost výdajů na publicitu a propagaci

# Kontrolou NKÚ prověřoval, zda příjemci podpory realizací projektů splnili cíle a účel dotace stanovený v žádostech o podporu a prvních aktech o poskytnutí podpory a zda prostředky na komunikační a propagační opatření byly vynaloženy hospodárně.

3.1 Účelnost

Pro posouzení účelnosti výdajů u projektů na propagaci a publicitu NKÚ ověřoval dosažení účelu projektů, provázanost projektů na plnění úkolů RKoP a míru dosažení cílů Společné komunikační strategie.

Čerpání peněžních prostředků sledovalo za všechny operační programy MMR-NOK, jak jej uvádí tabulka č. 4.

**Tabulka č. 4: Přehled plnění *Dohody o partnerství* dle programů**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Program** | **Celková alokace programu (v mil. Kč)** | **Finanční prostředky v proplacených žádostech o platbu (v mil. Kč)** | **Podíl proplacených prostředků na celkové alokaci (v %)** |
| OPPIK | 97 882 | 104 071 | 106,3 % |
| OPVVV | 70 548 | 76 366 | 108,3 % |
| OPZ | 60 976 | 62 846 | 103,1 % |
| OPD | 116 634 | 120 930 | 103,7 % |
| OPŽP | 70 997 | 72 464 | 102,1 % |
| IROP | 149 802 | 153 435 | 102,4 % |
| OPPPR | 5 125 | 5 326 | 103,9 % |
| OPTP | 5 398 | 5 716 | 105,9 % |
| PRV | 77 198 | 76 411 | 99,0 % |
| OPR | 779 | 783 | 100,6 % |

**Zdroj:** *Čtvrtletní zpráva o implementaci ESI fondů v České republice v programovém období 2014–2020, III. čtvrtletí 2024*.

**Pozn.:** OPD – operační program *Doprava*; OPVVV – operační program *Výzkum, vývoj a vzdělávání*; OPZ – operační program *Zaměstnanost*; OPŽP – operační program *Životní prostředí*; OPPPR – operační program *Praha – pól růstu*; OPR – operační program *Rybářství*; PRV – *Program rozvoje venkova*.

Plnění úkolů RKoP řídící orgány sledovaly prostřednictvím ukazatelů výstupu, které v rámci intervenční logiky programů navazovaly na ukazatel výsledku *Čerpání peněžních prostředků programu*. Monitoring a vyhodnocování ukazatelů výsledku uvedených v MP Publicita a Společné komunikační strategii[[36]](#footnote-37) pro ně nebyl povinný. Část peněžních prostředků technické pomoci na komunikační aktivity u každého ŘO směřovala na plnění společného cíle stanoveného ve Společné komunikační strategii *Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku EU.* MMR a MPO jako ŘO neměřily účinnost těchto aktivit na úrovni programu. Míru dosažení komunikačních cílů z hlediska Společné komunikační strategie provádělo MMR-NOK v rámci OPTP za všechny operační programy.

ŘO OPTP se v oblasti propagace a publicity zaměřil na dosažení celkových cílů Společné komunikační strategie a kritériem optimální míry dosažení těchto cílů byly ukazatele vyjadřující informovanost široké i odborné veřejnosti o ESI fondech. Plnění úkolů RKoP řídící orgán OPTP sledoval prostřednictvím ukazatelů výstupu, které v rámci intervenční logiky programů navazovaly na ukazatele vyjadřující informovanost široké a odborné veřejnosti o ESI fondech.

NKÚ zjistil, že na úrovni operačních programů byl:

* dodržen účel projektů,
* splněny úkoly uvedené v RKoP,
* dosažen cíl podpory v oblasti propagace a publicity, tj. vyčerpání peněžních prostředků alokovaných na konkrétní program.

Výdaje na propagaci a publicitu tak byly vynaloženy účelně.

Plnění společných cílů Společné komunikační strategie sledovalo a vyhodnocovalo MMR-NOK prostřednictvím naplňování ukazatelů výsledku[[37]](#footnote-38). Ukazatele měřily okamžité pozitivní výsledky podpory, ke kterým došlo v době realizace Společné komunikační strategie.

NKÚ prověřil průběžné naplňování cílových hodnot společných ukazatelů výsledku – viz tabulka č. 5.

**Tabulka č. 5: Plnění společných ukazatelů výsledku**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ukazatel** | **Výchozí hodnota 2014** | **Cílová hodnota 2023** | **Průběžná hodnota** | | | **Hodnota podzim 2023\*** |
| **2017** | **2019** | **2021** |
| 801 10 – Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin | 67 % | 70 % | 62 % | 66 % | 45 % | 64 % |
| 801 20 – Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin | 65 % | 68 % | 59 % | 38 % | 29 % | 45 % |
| 801 30 – Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU | 83 % | 85 % | 86 % | 95 % | 94 % | 86 % |

**Zdroj:** výroční zprávy o implementaci OPTP 2017, 2019 a 2021, *Monitorovací systém evropských strukturálních a investičních fondů pro programové období 2014–2020* (dále jen MS2014+).

\* Závěrečná zpráva *Hodnocení povědomí veřejnosti o problematice fondů EU – podzim 2023*, inboox CZ, s.r.o.

Plnění výsledkových ukazatelů je součtem:

* vlivu úspěšnosti jednotlivých operačních programů a jejich publicitních aktivit,
* vlivu publicity zajišťované OPTP,
* ostatních vnějších vlivů.

Pro úspěšné naplnění cílů Společné komunikační strategie byla rozhodující vlastní úspěšná realizace jednotlivých operačních programů a jejich komunikačních aktivit v kombinaci s nadstavbovou a průřezovou rolí komunikačních aktivit OPTP. Řídicí orgány IROP a OPPIK ve spolupráci s MMR-NOK komunikovaly směrem k veřejnosti přínosy ukončených projektů formou intenzivnější PR komunikace. MMR-NOK podporovalo plnění cílů Společné komunikační strategie prostřednictvím kampaní na zvýšení povědomí o jednotlivých operačních programech. MMR-NOK současně monitoroval a vyhodnocovalo míru dosažení cílů Společné komunikační strategie. Monitoring a vyhodnocování bylo realizováno prostřednictvím konkrétních projektů podpořených z OPTP.

Kontrolou plnění výsledkových ukazatelů kontrolovaných projektů OPTP NKÚ zjistil, že:

* u jednoho ukazatele[[38]](#footnote-39) došlo v roce 2019 ke změně metodiky s negativním dopadem na plnění cílových hodnot. Dosažené hodnoty tohoto ukazatele vykázané v jednotlivých letech tudíž nelze srovnávat;
* vyhodnocení dopadu jednotlivých komunikačních aktivit uvedených v jejich závěrečných zprávách prostřednictvím plnění ukazatelů výsledku neodpovídá údajům uvedeným ve *Výroční zprávě o implementaci OPTP za rok 2021*.

Nedosažení cílových hodnot bylo způsobeno jednak úpravou metodiky měření během kontrolovaného (programového) období, jednak chybami při manuálním přepisu dat v monitorovacím systému strukturálních fondů MS2014+ mezi záložkami *Skutečnost* a *Roční sklad dat*. Ze záložky *Roční sklad dat* byla data generována do výročních zpráv o implementaci OPTP a dodatečná oprava výročních zpráv není možná. Na základě výše uvedených skutečností NKÚ nemohl konstatovat neúčelné vynaložení peněžních prostředků.

S problémy s technikou měření a nastavením ukazatelů výsledku a plněním jejich cílových hodnot se MMR potýká dlouhodobě[[39]](#footnote-40).

3.2 Hospodárnost výdajů

Kritérium pro posouzení hospodárnosti výdajů na publicitu bylo doložení potřebnosti a odůvodněnosti výše výdajů u zvoleného komunikačního nástroje a ověření, zda byl požadovaný výstup projektu pořízen za co nejnižší cenu.

Při kontrole veřejných zakázek NKÚ zjistil, že:

* realizované komunikační aktivity byly potřebné k dosažení stanovených cílů projektů a byly v souladu s RKoP a se Společnou komunikační strategií. Definované cíle projektů[[40]](#footnote-41)byly relevantní po celou dobu jejich realizace. V závěru programového období příjemci aktivity zaměřovali na přípravu nového programového období 2021–2027 a mapování absorpční kapacity;
* při zadávání VZ příjemci dodrželi zákonné požadavky a výběr dodavatelů byl transparentní. Hodnotící komise vybraly vždy nejvýhodnější nabídku;
* všechny uskutečněné výdaje byly přímo spojeny s realizací schválených VZ;
* u IROP některá zadávací řízení (dále též „ZŘ“) provázely problémy s nastavením zadávací dokumentace, především v části specifikující plnění, jeho průběh a předpokládaný výstup. Jednalo se např. o problémy při zadávání VZ u nákupu mediálního prostoru IROP, zejména kvůli častým změnám požadavků zadavatele a průtahy ve VZ (např. malý počet účastníků ZŘ);
* dodané služby odpovídaly smluvním ujednáním a požadavkům zadávací dokumentace, s výjimkou některých projektů IROP, u kterých došlo v průběhu plnění k ukončení smluvních vztahů z titulu opožděného nebo vadného plnění. Na opožděná nebo vadná plnění byly uplatňovány sankce, některé smlouvy nebyly dočerpány v původní částce, pokud další plnění nebylo potřebné;
* u IROP v oblasti realizace veřejných zakázek byly zjištěny následující skutečnosti:
* u nákupu propagačních předmětů byly v polovině případů zakázky realizovány na základě jediné nabídky;
* zakázky na fotografické služby od jednoduchých objednávek až po nadlimitní ZŘ měly vždy stejného vítěze;
* některá ZŘ na správu účtů sociálních sítí se nepodařilo realizovat nebo uzavřené smlouvy nebyly naplněny;
* VŘ na soutěže IROP se potýkaly s nezájmem dodavatelů, popř. předčasným ukončením spolupráce;
* jednotlivých soutěží se obecně účastnil nízký počet uchazečů, a to i při použití dynamického nákupního systému. Pouze v jediném případě byly hodnoceny alespoň tři nabídky. Soutěžili stále stejní uchazeči a ze vzorku 34 VŘ bylo 20 zakázek realizováno pěti dodavateli.

Přes výše uvedené skutečnosti nelze konstatovat nehospodárné vynaložení peněžních prostředků.

3.3 Porovnání výdajů na publicitu v OPPIK a IROP

Vzhledem k odlišnému přístupu MPO jako ŘO OPPIK a MMR jako ŘO IROP k výdajům na publicitu NKÚ provedl srovnání jejich výdajů na komunikační aktivity. Oba operační programy vyčerpaly alokovaný objem peněžních prostředků programu a podpořily srovnatelný počet projektů. MPO vynaložilo na komunikaci a publicitu OPPIK 25 mil. Kč. MMR investovalo do propagace a publicity IROP 130 mil. Kč. Oba ŘO vyčerpaly alokaci peněžních prostředků programů, ve kterých podpořily srovnatelný počet projektů. Z úspěšných projektů a úspěšného programu se odvozuje pozitivní dopad na vnímání role ESI fondů v rovině projektové, programové i všeobecné. Nízká míra čerpání limitů uvedených ve Společné komunikační strategii je u MPO dána i požadavkem Komise, předneseném na 3. zasedání monitorovacího výboru OPPIK dne 11. 11. 2015 na minimalizaci outsourcingu.

Celkové vyhodnocení komunikačních aktivit zajišťovalo MMR-NOK.

MPO jako ŘO OPPIK se věnovalo především práci s cílovou skupinou žadatelů (i potenciálních) a příjemců. V této oblasti budovalo vlastní kapacity na komunikační aktivity typu semináře, školení atp. a snažilo se minimalizovat outsourcing. Směrem k široké veřejnosti minimalizovalo výdaje na komunikační aktivity s výjimkou povinné publicity.

MMR jako ŘO IROP se snažilo o maximální podporu programu využitím všech komunikačních aktivit (vč. hromadných sdělovacích prostředků, sociálních sítí) směrem ke všem cílovým skupinám. Interní hodnocení účinnosti a hospodárnosti těchto aktivit vedlo k mnoha změnám komunikačních nástrojů v průběhu programového období. Srovnání výdajů na propagaci a publicitu v OPPIK a IROP uvádí tabulka č. 6.

**Tabulka č. 6: Výdaje na jednotlivé oblasti komunikačních aktivit OPPIK a IROP (v Kč)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Oblast Společné komunikační strategie** | **Výdaje OPPIK  (MPO+ API)** | **Výdaje IROP  (MMR+CRR)** |
| Komunikace s médii, PR | 26 499 | 0 |
| Reklama | 3 500 458 | 64 546 892 |
| On-line komunikace | 1 122 927 | 18 964 253 |
| Publikační aktivity | 2 935 483 | 2 328 606 |
| Přímá komunikace | 12 933 560 | 12 568 209 |
| Doplňkové nástroje | 3 665 349 | 12 313 819 |
| Nástroje jinde nezařazené | 497 802 | 19 527 445 |
| **CELKEM** | **24 682 078** | **130 249 224** |

**Zdroj:** Společná komunikační strategie, vyhodnocení RKoP, žádosti o proplacení; vypracoval NKÚ.

Na přímou komunikaci (např. konference, veletrhy, semináře nebo akce pro širokou veřejnost) a publikační aktivity (např. tištěné časopisy, publikace, letáky, plakáty) vynaložily MPO a MMR srovnatelné výdaje.

Ve všech ostatních oblastech byly zjištěny značné rozdíly. Například na reklamu vynaložil ŘO IROP cca 18krát více než ŘO OPPIK. Podrobnější údaje jsou v příloze č. 2 tohoto kontrolního závěru.

Kontrolou bylo například zjištěno, že:

* v oblasti reklamy MPO a MMR vynaložily nejvíce peněžních prostředků na mediální kampaně (MPO v OPPIK 3 mil. Kč, MMR v IROP 51 mil. Kč). Komunikační aktivity IROP obsahovaly navíc oproti OPPIK:
  + v roce 2019 rozsáhlé mediální kampaně na téma Zateplování a Památky, které probíhaly v televizi, rádiu, kinech a on-line prostoru, celkem za 38,7 mil. Kč;
  + v letech 2020–2023 mediální kampaně, které se věnovaly
    - Finančnímu nástroji IROP na energetickou modernizaci e energetické úspory v bytových domech na území Hlavního města Prahy. Výdaje na kampaň činily 2,4 mil. Kč,
    - REACT-EU[[41]](#footnote-42) – investičnímu nástroji, určenému na pomoc při zotavení z krize v souvislosti s pandemií covidu-19. Výdaje na kampaň činily 7,4 mil. Kč;
* v oblasti on-line komunikace nevynaložilo MPO v rámci OPPIK na webové portály programů a servery pro sdílení videosouborů žádné peněžní prostředky z ESI fondů, na rozdíl od MMR, které na stejné aktivity v IROP vynaložilo 9 mil. Kč. Na speciální webové stránky vynaložilo MPO v OPPIK necelý 1 mil. Kč, zatímco MMR v IROP téměř 7 mil. Kč. Na sociální sítě vynaložil MPO v OPPIK 0,1 mil. Kč, MMR v IROP necelé 3 mil. Kč.

Výdaje na on-line komunikaci řešilo MPO komplexně za celý resort a byly částečně nebo zcela financovány ze státního rozpočtu. MMR spravovalo výdaje na on-line komunikaci podle jednotlivých programů a témat a byly financovány s podporou ESI fondů;

* do výdajů, které nebylo možné jednoznačně zařadit ke konkrétní oblasti nástrojů komunikace Společné komunikační strategie, NKÚ zařadil:
  + v OPPIK např. tisk vizitek, předplatné programových licencí, propagační videa a fotografické práce; celkový objem nezařazených výdajů činil u OPPIK 0,5 mil. Kč;
  + v IROP se jednalo o výdaje s vícenásobným využitím u různých komunikačních aktivit např. na videoreportáže (8 mil. Kč), grafické (5 mil. Kč), fotografické (5 mil. Kč) a PR služby (necelé 2 mil. Kč); celkový objem nezařazených výdajů činil u IROP 19,5 mil. Kč.

U žádné kontrolované osoby NKÚ nezjistil porušení pravidel nastavených pro čerpání peněžních prostředků na propagaci a publicitu programu, resp. neúčelné nebo nehospodárné vynaložení výdajů. I přes rozdílné přístupy dané odlišností, resp. rozdílnou homogenitou cílové skupiny žadatelů a příjemců IROP a OPPIK[[42]](#footnote-43), jejich ŘO podpořily dosažení svého hlavního cíle a zároveň přispěly k naplnění cílů uvedených ve Společné komunikační strategii.

Účinek propagačních a publicitních aktivit je rovněž ovlivněn i vlivy mimo působnost ŘO a MMR-NOK.

**Seznam zkratek**

|  |  |
| --- | --- |
| API | Agentura pro podnikání a inovace |
| CRR | Centrum pro regionální rozvoj České republiky |
| CSR | *Corporate Social Responsibility* – dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají |
| ČR | Česká republika |
| DoP | *Dohoda o partnerství* |
| ESI fondy | Evropské strukturální a investiční fondy |
| EU | Evropská unie |
| Komise | Evropská komise |
| IROP | *Integrovaný regionální operační program* |
| MMR | Ministerstvo pro místní rozvoj |
| MMR-NOK | Národní orgán pro koordinaci a řízení *Dohody o partnerství* |
| MP | metodický pokyn |
| MP Publicita | *Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci ESI fondů v programovém období 2014–2020* |
| MPO | Ministerstvo průmyslu a obchodu |
| MS2014+ | *Monitorovací systém evropských strukturálních a investičních fondů pro programové období 2014–2020* |
| NKÚ | Nejvyšší kontrolní úřad |
| OPPIK | operační program *Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost* |
| OPTP | operační program *Technická pomoc* |
| PR | public relations |
| REACT-EU | *Recovery Assistance for Cohesion and the Territories of Europe* |
| RKoP | roční komunikační plán |
| ŘO | řídicí orgán |
| SKS nebo Společná komunikační strategie | *Společná komunikační strategie ESI fondů v ČR v programovém období 2014–2020* |
| VZ | veřejná zakázka |
| ZS | zprostředkující subjekt |
| ZŘ | zadávací řízení |

**Seznam příloh**

Příloha č. 1: Přehled kontrolovaných projektů

Příloha č. 2: Přehled komunikačních aktivit v OPPIK a IROP a výdajů na ně

Příloha č. 3: Přehled cílů kontrolovaných projektů

**Příloha č. 1**

**Přehled kontrolovaných projektů, kontrolovaný objem**

| **Registrační číslo projektu** | **Název projektu (příjemce/žadatel)** | **Zkratka projektu** | **Vyúčtované prostředky celkem (v Kč)** | **Prostředky čerpané ze SR (v Kč)** | **Příspěvek EU (v Kč)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Centrum pro regionální rozvoj České republiky** | | | | | |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0000015 | Propagační aktivity Centra v rámci IROP v roce 2016 | \*00015 | 988 956 | 148 343 | 840 613 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0008283 | Propagační aktivity Centra v rámci IROP v roce 2017–2018 | \*08283 | 2 416 614 | 362 492 | 2 054 122 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0010391 | Propagační aktivity Centra v rámci IROP v roce 2019 | \*10391 | 989 785 | 148 468 | 841 317 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0013560 | Propagační aktivity Centra v rámci IROP v roce 2020 | \*13560 | 3 425 165 | 513 775 | 2 911 390 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0016106 | Propagační aktivity Centra v rámci IROP v roce 2021–2022 | \*16106 | 8 030 338 | 1 204 551 | 6 825 787 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0017551 | Propagační aktivity Centra v rámci IROP v roce 2023 | \*17551 | 6 774 647 | 1 016 197 | 5 758 450 |
| **Celkem CRR** | | | **22 625 505** | **3 393 826** | **19 231 679** |
| **Ministerstvo pro místní rozvoj** | | | | | |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0013859 | Nákup mediálního prostoru pro kampaň Finanční nástroj IROP | \*13859 | 2 418 480 | 362 772 | 2 055 708 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0011123 | Nákup propagačních předmětů ŘO IROP v roce 2019–2021 | \*11123 | 2 291 277 | 343 691 | 1 947 585 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0017178 | Nákup propagačních předmětů ŘO IROP v roce 2022–2023 | \*17178 | 907 281 | 136 092 | 771 189 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0017546 | Propagace IROP/REACT-EU 2022–2023 | \*17546 | 7 370 957 | 1 105 644 | 6 265 313 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0000026 | Publicita a komunikace ŘO IROP 2016 | \*00026 | 1 810 321 | 271 548 | 1 538 773 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0010928 | Mediální prostor pro ŘO IROP 2019 | \*10928 | 38 720 000 | 5 808 000 | 32 912 000 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0005420 | Publicita a komunikace ŘO IROP 2017–2018 | \*05420 | 11 882 461 | 1 782 369 | 10 100 092 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0010969 | Publicita a komunikace ŘO IROP 2019–2020 | \*10969 | 11 165 959 | 1 674 894 | 9 491 065 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0015993 | Publicita a komunikace ŘO IROP 2021–2022 | \*15993 | 15 843 842 | 2 376 576 | 13 467 266 |
| CZ.06.5.125/0.0/0.0/15\_009/0017550 | Publicita a komunikace ŘO IROP 2023 | \*17550 | 12 272 712 | 1 840 907 | 10 431 805 |
| **Mezisoučet MMR – IROP** | | | **104 683 290** | **15 702 493** | **88 980 796** |
| CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000067 | Informační kampaně o ESI fondech | \*00067 | 38 097 200 | 5 714 580 | 32 382 620 |
| CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000157 | Informační kampaně o ESI fondech 2 | \*00157 | 61 867 624 | 9 280 144 | 52 587 481 |
| CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000273 | Informační kampaně o ESI fondech 3 | \*00273 | 3 592 427 | 538 864 | 3 053 563 |
| CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000047 | Zajištění publicity ESI fondů | \*00047 | 26 061 072 | 3 909 161 | 22 151 911 |
| CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000169 | Zajištění publicity ESI fondů 2 | \*00169 | 40 276 462 | 6 041 469 | 34 234 993 |
| CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000275 | Zajištění publicity ESI fondů 3 | \*00275 | 38 364 690 | 5 754 704 | 32 609 987 |
| **Mezisoučet MMR – OPTP** | | | **208 259 475** | **31 238 922** | **177 020 555** |
| **Celkem MMR** | | | **312 942 765** | **46 941 415** | **266 001 351** |
| **Ministerstvo průmyslu a obchodu** | | | | | |
| CZ.01.5.125/0.0/0.0/15\_020/0005956 | MPO\_PUBLICITA\_2016-2018 | \*05956 | 7 051 998 | 1 057 800 | 5 994 198 |
| CZ.01.5.125/0.0/0.0/15\_020/0015483 | MPO\_PUBLICITA\_2019-2021-2023 | \*15483 | 12 550 894 | 1 882 634 | 10 668 260 |
| CZ.01.5.125/0.0/0.0/15\_020/0019693 | BCO Česká republika – Publicita | \*19693 | 654 008 | 98 101 | 555 907 |
| **Celkem MPO** | | | **20 256 900** | **3 038 535** | **17 218 365** |
| **Agentura pro podnikání a inovace** | | | | | |
| CZ.01.5.125/0.0/0.0/15\_020/0006102 | ZS\_PUBLICITA  2016–2018 | \*06102 | 914 828 | 137 224 | 777 604 |
| CZ.01.5.125/0.0/0.0/15\_020/0015375 | ZS\_PUBLICITA | \*15375 | 3 510 349 | 526 552 | 2 983 797 |
| **Celkem API** | | | **4 425 177** | **663 776** | **3 761 401** |
| **Kontrolovaný objem celkem (CRR + MMR+MPO+API)** | | | **360 250 348** | **54 037 552** | **306 212 796** |

**Zdroj:** MS2014+; vypracoval NKÚ.

**Pozn.:** Všechny částky u projektů byly zaokrouhleny na celé koruny.

**Příloha č. 2**

**Přehled komunikačních aktivit OPPIK a IROP a výdajů na ně**

Hlavní tabulkou přílohy 2 je tabulka P2-a, v této tabulce jsou uvedeny výdaje na jednotlivé komunikační nástroje za IROP a OPPIK. Tabulku P2-a doplňuje tabulka P2-b, kde jsou uvedeny jednotlivé nezařazené výdaje opět v členění na IROP a OPPIK.

**Tabulka P2-a: Výdaje na jednotlivé komunikační nástroje (v Kč)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Komunikační nástroj** | **Komunikační nástroj – podrobnější členění** | **Výdaje OPPIK  (MPO + API)** | | **Výdaje IROP  (MMR + CRR)** | |
|
| **Komunikace s médii a PR** | Tisková konference, tiskový brífink, tisková zpráva, setkání s médii, media relations, PR texty | **26 499** | 26 499 | **0** | 0 |
| **Mediální komunikace – reklama** | Tisková inzerce | **3 500 458** | 403 922 | **64 546 892** | 4 394 525 |
| Outdoor | 195 621 | 8 743 339 |
| Internet | 2 360 | 0 |
| Mediální kampaň, příprava mediální kampaně | 2 898 555 | 51 409 028 |
| **On-line komunikace** | Webové portály programů | **1 122 927** | 0 | **18 964 253** | 6 971 843 |
| On-line newsletter | 103 370 | 281 808 |
| Speciální webové stránky | 895 400 | 6 928 943 |
| Sociální sítě | 124 157 | 2 977 065 |
| Servery pro sdílení videosouborů | 0 | 1 804 594 |
| **Publikační aktivity (tištěné komunikační nástroje)** | Vlastní periodikum | **2 935 483** | 0 | **2 328 606** | 1 230 390 |
| Publikace | 1 707 456 | 116 390 |
| Letáky, plakáty | 1 228 027 | 981 826 |
| **Přímá komunikace** | Konference | **12 933 560** | 8 589 573 | **12 568 209** | 3 321 970 |
| Veletrhy | 1 887 175 | 551 727 |
| Semináře a workshopy | 2 444 483 | 2 776 517 |
| Akce pro širokou veřejnost | 12 329 | 5 917 995 |
| **Ostatní (doplňkové nástroje)** | Soutěže | **3 665 349** | 0 | **12 313 819** | 1 940 840 |
| Propagační předměty | 3 665 349 | 10 372 979 |
| **Nezařazeno (podrobněji viz tabulka P2-b)** | | **497 802** |  | **19 527 445** |  |
| **Celkem** | | **24 682 078** |  | **130 249 224** |  |

**Zdroj:**  Společná komunikační strategie, vyhodnocení RKoP OPPIK a IROP, MS2014+, žádosti o proplacení; vypracoval NKÚ.

**Pozn.:** Všechny částky u jednotlivých nástrojů byly zaokrouhleny na celé koruny.

**Tabulka P2-b: Nezařazené výdaje, podrobné členění (v Kč)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Operační program** | **Typ výdaje** | **Výdaj** |
| OPPIK (MPO + API) | Razítko color printer | 1 157 |
| Tisk samolepek | 6 776 |
| Uveřejnění ve věstníku VZ | 2 945 |
| Tisk vizitek, PF | 134 867 |
| Podpora market. aktivit (podcast, videoprojekce) | 16 335 |
| Překlady a korekce | 16 323 |
| Předplatné Adobe Systems | 130 804 |
| Licence na stahování obrázků | 63 904 |
| Propagační video | 59 774 |
| Fotografické práce | 57 657 |
| Inzerce | 7 260 |
| **Nezařazené výdaje OPPIK (MPO+API) – celkem** | | **497 802** |
| IROP (MMR + CRR) | Videoreportáže | 7 852 600 |
| Prezentační systémy | 118 593 |
| Grafické služby | 4 613 433 |
| Fotografické služby | 5 232 821 |
| PR služby | 1 709 998 |
| **Nezařazené výdaje IROP (MMR+CRR) – celkem** | | **19 527 445** |

**Zdroj:** Společná komunikační strategie, vyhodnocení RKoP OPPIK a IROP, MS2014+; vypracoval NKÚ.

**Pozn.:** Všechny částky u jednotlivých nástrojů byly zaokrouhleny na celé koruny.

**Příloha č. 3**

**Přehled cílů kontrolovaných projektů**

| **Zkratka projektu** | | **Cíl projektu** |
| --- | --- | --- |
| **Centrum pro regionální rozvoj** | | |
| \*00015 | | Hlavním cílem projektu je popularizace a prezentace IROP a jednotlivých úspěšných projektů odborné i laické veřejnosti. Na publicitě této agendy bude Centrum pro regionální rozvoj České republiky úzce spolupracovat a koordinovat své aktivity s ŘO IROP. Projekt by měl přispět k naplnění *Ročního komunikačního plánu Centra pro regionální rozvoj pro rok 2016*, který navazuje na *Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020*. Zamýšleného cíle projektu bude dosaženo prostřednictvím realizace níže popsaných aktivit. |
| \*08283 | | Hlavním cílem projektu je medializace IROP a prezentace realizovaných projektů odborné i široké veřejnosti. Mezi další cíle patří propagovat CRR jako organizaci zabezpečující administraci programu IROP, zajistit kvalitní informační servis žadatelům, příjemcům i potencionálním žadatelům, šířit povědomí o existenci funkčního konzultačního servisu IROP a propagovat vyhlášené výzvy v programu IROP. CRR bude na publicitě úzce spolupracovat a koordinovat své aktivity s ŘO IROP. Projekt by měl přispět k naplnění ročních komunikačních plánů CRR pro regionální rozvoj pro rok 2017 a 2018, které navazují na *Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020*. |
| \*10391 | | Hlavním cílem projektu je medializace IROP a prezentace realizovaných projektů odborné i široké veřejnosti. Mezi další cíle patří propagovat CRR jako organizaci zabezpečující administraci programu IROP, zajistit kvalitní informační servis žadatelům, příjemcům i potencionálním žadatelům, šířit povědomí o existenci funkčního konzultačního servisu IROP a propagovat vyhlášené výzvy v programu IROP. CRR bude na publicitě úzce spolupracovat a koordinovat své aktivity s ŘO IROP. Projekt by měl přispět k naplnění *Ročního komunikačního plánu Centra pro regionální rozvoj pro rok 2019*, který navazuje na *Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020*. |
| \*13560 | | Hlavním cílem projektu je medializace IROP a prezentace realizovaných projektů odborné i široké veřejnosti. Mezi další cíle patří propagovat CRR jako organizaci zabezpečující administraci programu IROP, zajistit kvalitní informační servis žadatelům, příjemcům i potencionálním žadatelům, šířit povědomí o existenci funkčního konzultačního servisu IROP a propagovat vyhlášené výzvy v programu IROP. CRR bude na publicitě úzce spolupracovat a koordinovat své aktivity s ŘO IROP. Projekt by měl přispět k naplnění *Ročního komunikačního plánu Centra pro regionální rozvoj pro rok 2020*, který navazuje na *Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020*. |
| \*16106 | | Hlavním cílem projektu je medializace IROP a prezentace realizovaných projektů odborné i široké veřejnosti. Mezi další cíle patří propagovat CRR jako organizaci zabezpečující administraci programu IROP, zajistit kvalitní informační servis žadatelům, příjemcům i potencionálním žadatelům, šířit povědomí o existenci funkčního konzultačního servisu IROP a propagovat vyhlášené výzvy v programu IROP. CRR bude na publicitě úzce spolupracovat a koordinovat své aktivity s ŘO IROP, tak aby byl naplněn schválený *Roční komunikační plán Integrovaného regionálního operačního programu pro rok 2021*, který shrnuje strategii komunikačních a marketingových aktivit prováděných ŘO IROP a CRR ČR.  Po schválené změně: Zajištění kvalitního řízení a implementace programu. |
| \*17551 | | Zajištění kvalitního řízení a implementace programu |
| **Ministerstvo pro místní rozvoj** | | |
| \*13859 | | Cílem projektu a předmětem plnění VZ je nákup mediálního prostoru pro kampaň k FN IROP. Kampaň bude zacílena na specifickou cílovou skupinu (majitelé bytových domů, SVJ a bytová družstva) a bude probíhat zejména v tisku a on-line.  Po změně účel projektu: Zajištění kvalitního řízení a implementace programu. |
| \*11123 | | Cílem projektu je realizace komunikačních aktivit pro posílení pozitivního vnímání ESI fondů prostřednictvím úspěšně zrealizovaných projektů IROP a předávajících aktuálních informací o programu. Komunikační aktivity jsou zacíleny především na širokou veřejnost, potenciální žadatele, žadatele a příjemce.  Po změně účel projektu: Zajištění kvalitního řízení a implementace programu. |
| \*17178 | | Účel projektu: Zajištění kvalitního řízení a implementace programu. |
| \*17546 | | Účel projektu: Zajištění kvalitního řízení a implementace programu. |
| \*00026 | | Tento projekt spadá do oblasti publicity a komunikace programu IROP. Zaměřuje se především na poskytování relevantních informací potenciálním žadatelům, žadatelům a příjemcům, médiím a v neposlední řadě také široké veřejnosti. A toto vše prostřednictvím naplňování *Ročního komunikačního plánu Integrovaného regionálního operačního programu pro rok 2016*, který vyplývá ze *Společné komunikační strategie Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020*. Dle komunikačního plánu bude v roce 2016 zapotřebí zajistit především efektivní informační servis pro potenciální žadatele, žadatele a příjemce k plánovaným vyhlašovaným 47 výzvám, k zajištění dostatečné absorpční kapacity a kvalitně zpracovaných žádostí. |
| \*10928 | | Cílem projektu a předmětem plnění VZ je plán realizace a nákup mediálního prostoru (realizace kampaně) pro mediální kampaň k posílení pozitivního vnímání úspěšných výsledků Evropských strukturálních a investičních fondů Evropské unie (ESI fondy) v kontextu témat *Integrovaného regionálního operačního programu* (IROP), a to za využití úspěšných projektů IROP. Kampaň bude zaměřena na širokou veřejnost a bude probíhat v masových médiích (např. televize, internet, odborná tištěná média, rozhlas). |
| \*05420 | | Tento projekt spadá do oblasti publicity a komunikace programu IROP. Zaměřuje se především na poskytování relevantních informací potenciálním žadatelům, žadatelům a příjemcům, médiím a v neposlední řadě také široké veřejnosti. A toto vše prostřednictvím naplňování komunikačního plánu IROP 2015–2023 a ročních komunikačních plánů IROP, které vyplývají ze *Společné komunikační strategie Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020*. |
| \*10969 | | Tento projekt spadá do oblasti publicity a komunikace programu IROP. Zaměřuje se především na poskytování relevantních informací potenciálním žadatelům, žadatelům a příjemcům, médiím a v neposlední řadě také široké veřejnosti. A toto vše prostřednictvím naplňování komunikačního plánu IROP 2015–2023 a ročních komunikačních plánů IROP, které vyplývají ze *Společné komunikační strategie evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020*. |
| \*15993 | | Tento projekt spadá do oblasti publicity a komunikace programu IROP. Zaměřuje se především na poskytování relevantních informací potenciálním žadatelům, žadatelům a příjemcům, médiím a v neposlední řadě také široké veřejnosti. A toto vše prostřednictvím naplňování komunikačního plánu IROP 2015–2023 a ročních komunikačních plánů IROP.  Po změně účel projektu: Zajištění kvalitního řízení a implementace programu. |
| \*17550 | | Účel projektu: Zajištění kvalitního řízení a implementace programu. |
| \*00067 | | 1. Zvýšit a udržet povědomí o ESI fondech u široké veřejnosti. 2. Zvýšit vnímání ESI fondů jako pozitivního nástroje po zvyšování kvality života. 3. Zvýšit povědomí o přínosech ESI fondů Aktivity realizované díky tomuto projektu budou přispívat k řešení problémů vytyčených výše. Kromě toho projekt bude přispívat ke splnění povinností daných členským státům a řídícím orgánům nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 v čl. 115 (následně tyto povinnosti rozvádí čl. 116–117 a příloha XII nařízení č. 1303/2013), týkající se informovanosti a komunikace. Členské státy tak mají mj. za povinnost informovat občany EU o úloze a úspěších politiky soudržnosti a ESI fondů prostřednictvím informačních a komunikačních činností seznamujících s výsledky a dopady dohody o partnerství a jednotlivých operací. Strategie rozdělila komunikaci v programovém období 2014–2020 na několik fází. Tento projekt svým načasováním spadá do následujících etap: etapa informování o výsledcích předchozího programového období, etapa budování znalosti a informování o příležitostech, etapa vzdělávání a asistence a částečně také etape budování povědomí o výsledcích a přínosech programového období 2014–2020. |
| \*00157 | | 1. Udržení povědomí o ESI fondech a jejich přínosech u široké veřejnosti. 2. Vnímání ESI fondů jako pozitivního nástroje pro zvyšování kvality života občanů ČR. Aktivity realizované v tomto projektu budou přispívat k řešení problémů uvedených výše. Kromě toho projekt bude přispívat ke splnění povinností daných členským státům a řídícím orgánům nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 v čl. 115 (následně tyto povinnosti rozvádí čl. 116–117 a příloha XII nařízení č. 1303/2013), týkající se informovanosti a komunikace. Členské státy tak mají mj. za povinnost informovat občany EU o úloze a úspěších politiky soudržnosti a ESI fondů prostřednictvím informačních a komunikačních činností seznamujících s výsledky a dopady *Dohody o partnerství* a jednotlivých operací. Společná komunikační strategie rozdělila komunikaci v programovém období 2014–2020 na několik fází. Tento projekt svým načasováním spadá do následujících etap: etapa budování znalosti a informování o příležitostech, etapa vzdělávání a asistence a částečně také etapa budování povědomí o výsledcích a přínosech programového období 2014–2020. |
| \*00273 | | 1. Udržení povědomí o ESI fondech a jejich přínosech u široké veřejnosti. 2. Vnímání ESI fondů jako pozitivního nástroje pro zvyšování kvality života občanů ČR. Aktivity realizované v tomto projektu budou přispívat k řešení problémů uvedených výše. Kromě toho projekt bude přispívat ke splnění povinností daných členským státům a řídícím orgánům nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 v čl. 115 (následně tyto povinnosti rozvádí čl. 116–117 a příloha XII nařízení č. 1303/2013), týkající se informovanosti a komunikace. Členské státy tak mají mj. za povinnost informovat občany EU o úloze a úspěších politiky soudržnosti a ESI fondů prostřednictvím informačních a komunikačních činností seznamujících s výsledky a dopady *Dohody o partnerství* a jednotlivých operací. Společná komunikační strategie rozdělila komunikaci v programovém období 2014–2020 na několik fází. Tento projekt svým načasováním spadá do následujících etap: etapa vzdělávání a asistence a zejména etapa budování povědomí o výsledcích a přínosech programového období 2014–2020. Cílem projektu je též budování znalosti a informovanosti o příležitostech nového programového období 2021–2027. |
| \*00047 | | 1. Zvýšit a udržet povědomí o ESI fondech u široké veřejnosti. 2. Zvýšit vnímání ESI fondů jako pozitivního nástroje po zvyšování kvality života. 3. Zvýšit povědomí o přínosech ESI fondů. Aktivity realizované díky tomuto projektu budou přispívat k řešení problémů vytyčených výše. Kromě toho projekt bude přispívat ke splnění povinností daných členským státům a řídícím orgánům nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 v čl. 115 (následně tyto povinnosti rozvádí čl. 116–117 a příloha XII nařízení č. 1303/2013), týkající se informovanosti a komunikace. Členské státy tak mají mj. za povinnost informovat občany EU o úloze a úspěších politiky soudržnosti a ESI fondů prostřednictvím informačních a komunikačních činností seznamujících s výsledky a dopady *Dohody o partnerství* a jednotlivých operací. Projekt se tak bude soustředit na informovanost cílových skupin (široká veřejnost, odborná veřejnost, média) o možnostech podpory projektů z ESI fondů, naplňování *Dohody o partnerství*, o stavu implementace programového období 2014–2020, práci Národního orgánu pro koordinaci a také o výsledcích předchozího programového období jako ukázka best practise pro další žadatele a příjemce. Přístup k řešení komunikace výše uvedených problémů je uveden ve *Společné komunikační strategii ESI fondů v ČR v programovém období 2014–2020*, která bude každý rok zpřesňována pomocí ročních komunikačních plánů OPTP  (a MMR-NOK). Projekt tak bude významnou mírou přispívat ke splnění cílů vytyčených jak v SKS, tak v ročních komunikačních plánech. Strategie rozdělila komunikaci v programovém období 2014–2020 na několik fází. Tento projekt svým načasováním spadá do následujících etap: etapa informování o výsledcích předchozího programového období, etapa budování znalosti a informování o příležitostech, etapa vzdělávání a asistence a částečně také etapa budování povědomí o výsledcích a přínosech programového období 2014–2020. |
| \*00169 | | 1. Udržení povědomí o ESI fondech u široké veřejnosti. 2. Vnímání ESI fondů jako pozitivního nástroje pro zvyšování kvality života. 3. Zvyšování povědomí o přínosech ESI fondů. Cílem předkládaného projektu je realizovat komunikační aktivity přispívající k řešení výše zmíněných problémů a zároveň plnit povinnosti členských států a řídicích orgánů stanovené nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 v čl. 115–117, blíže specifikované v příloze XII tohoto nařízení, které se týkají informovanosti a komunikace. Povinností členských států je mj. informovat občany EU o úloze a úspěších politiky soudržnosti a ESI fondů prostřednictvím informačních a komunikačních činností seznamujících s výsledky a dopady *Dohody o partnerství* a jednotlivých operací (projektů) a také vzhledem k termínu realizace projektu již bude informovat o přípravách programového období 2021+. Projekt se bude v souladu se strategií soustředit na informovanost cílových skupin (široká veřejnost, odborná veřejnost, média) o možnostech podpory projektů z ESI fondů, naplňování *Dohody o partnerství*, o stavu implementace programového období 2014–2020, práci MMR-NOK a také o výsledcích předchozího programového období jako ukázkách best practice pro další žadatele a příjemce. Přístup k řešení komunikace výše uvedených problémů je uveden v SKS, která bude každý rok zpřesňována pomocí ročních komunikačních plánů OPTP (a MMR-NOK). Projekt tak bude významnou mírou přispívat ke splnění cílů vytyčených jak v strategii, tak v ročních komunikačních plánech. Strategie rozdělila komunikaci v tomto programovém období na několik fází. Tento projekt bude spadat do následujících etap komunikace: budování znalosti a informování o příležitostech, motivování a mobilizace, vzdělávání a asistence a budování povědomí o výsledcích a přínosech. |
| \*00275 | | 1. Udržení povědomí o ESI fondech u široké veřejnosti. 2. Udržení vnímání ESI fondů jako pozitivního nástroje pro zvyšování kvality života. 3. Udržení povědomí o přínosech ESI fondů. Cílem předkládaného projektu je realizovat komunikační aktivity přispívající k řešení výše zmíněných problémů a zároveň plnit povinnosti členských států a řídicích orgánů stanovené nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 v čl. 115–117, blíže specifikované v příloze XII tohoto nařízení, které se týkají informovanosti a komunikace. Povinností členských států je mj. informovat občany EU o úloze a úspěších politiky soudržnosti a ESI fondů prostřednictvím informačních a komunikačních činností seznamujících s výsledky a dopady *Dohody o partnerství* a jednotlivých operací (projektů) a dále se projekt bude intenzivně věnovat přípravám programového období 2021–2027 a jeho startu. Projekt se bude v souladu s SKS soustředit na informovanost cílových skupin (široká veřejnost, odborná veřejnost, média) o možnostech podpory projektů z ESI fondů, naplňování *Dohody o partnerství*, o stavu implementace programového období 2014–2020, přípravě a startu programového období 2021–2027 a také o úspěšných projektech, napříč programovými obdobími, jako ukázkách best practice pro další žadatele a příjemce, a především jako o ukázce změny, ke které došlo díky fondům EU v regionech ČR. Přístup k řešení komunikace výše uvedených problémů je uveden ve strategii, která je každý rok zpřesňována pomocí ročních komunikačních plánů OPTP (a MMR-NOK). Projekt tak bude významnou mírou přispívat ke splnění cílů vytyčených jak v SKS, tak v ročních komunikačních plánech. Strategie rozdělila komunikaci v tomto programovém období na několik fází. Tento projekt bude spadat do následujících etap komunikace: vzdělávání a asistence a budování povědomí o výsledcích a přínosech. |
| **Ministerstvo průmyslu a obchodu** | | |
| \*05956 | Posílení a zajištění absorpční kapacity programu; vyšší míra povědomí široké veřejnosti o programu OPPIK; vyšší míra úspěšnosti projektových žádostí; zpracování jasných a přehledných manuálů, příruček a dalších informačních materiálů pro žadatele, což zajistí eliminaci častých změn, různých výkladů a z nich plynoucích pochybení; stanovení přesně zacílené komunikační strategie OPPIK, nastavení informačních vazeb a kanálů směrem k veřejnosti a cílovým skupinám. | |
| \*15483 | Posílení a zajištění absorpční kapacity programu; vyšší míra povědomí široké veřejnosti o programu OPPIK; vyšší míra úspěšnosti projektových žádostí; zpracování jasných a přehledných manuálů, příruček a dalších informačních materiálů pro žadatele, což zajistí eliminaci častých změn, různých výkladů a z nich plynoucích pochybení; stanovení přesně zacílené komunikační strategie OPPIK, nastavení informačních vazeb a kanálů směrem k veřejnosti a cílovým skupinám. | |
| \*19693 | Informační a osvětová činnost související se zajištěním naplnění specifického cíle 4.1 OPPIK – programu *Vysokorychlostní internet*. Cílem projektu bylo vytvořit podmínky pro úspěšné fungování Broadband Competence Office v České republice. | |
| **Agentura pro podnikání a inovace** | | |
| \*06102 | Zajistit informovanost příjemců podpory a veřejnosti o možnostech čerpání finančních prostředků ze strukturálních fondů a zajistit zvýšení povědomí o podpoře Evropské unie a ČR směřující k malým a středním podnikatelům. | |
| \*15375 | Zajistit informovanost příjemců podpory a veřejnosti o možnostech čerpání finančních prostředků ze strukturálních fondů a zajistit zvýšení povědomí o podpoře Evropské unie a ČR směřující k malým a středním podnikatelům. | |

**Zdroj:** MS2014+; vypracoval NKÚ.

1. Operační programy uvedené v tabulce č. 1 mimo údaje za *Program rozvoje venkova*; údaje jsou k 30. 9. 2024. [↑](#footnote-ref-2)
2. Kontrolované programy: *Integrovaný regionální operační program* (IROP), operační program *Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost* (OPPIK), operační program *Technická pomoc* (OPTP). [↑](#footnote-ref-3)
3. V IROP bylo podpořeno k 30. 9. 2024 celkem 12 658 projektů za 153,4 mld. Kč, v OPPIK celkem 13 191 projektů za 104,1 mld. Kč. (Zdroj: *Čtvrtletní zpráva o implementaci ESI fondů v České republice v programovém období   
   2014–2020*, září 2024.) [↑](#footnote-ref-4)
4. Technická pomoc zajišťuje podpůrné aktivity řídících orgánů a zprostředkujících subjektů, mezi které patří publicita a propagace, řízení, implementace a monitorování programu; podpora administrativních kapacit; podpora žadatelům a příjemcům. Hlavním cílem je přispět k dosažení cílů operačního programu díky vytvoření podmínek pro kvalitní a efektivní řízení programu a pro řádné čerpání finanční alokace podle pravidel. Vedle zastřešujícího operačního programu *Technická pomoc* mají i jednotlivé operační programy vyčleněné peněžní prostředky na vlastní podpůrné aktivity. [↑](#footnote-ref-5)
5. Rozdíl mezi částkou proplacených výdajů z kontrolovaných projektů a celkovými výdaji na publicitu a propagaci kontrolovaných programů tvoří mj. výdaje zahrnuté do komunikačních plánů, ale nehrazené z prostředků EU, a dále částky korekcí zjištěných poskytovatelem dotace při kontrole žádostí o platbu u projektů. [↑](#footnote-ref-6)
6. *Společná komunikační strategie Evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014–2020*, vydalo MMR, II. aktualizovaná verze ke dni 17. 5. 2016. Na této společné komunikační strategii se dohodli zástupci řídicích orgánů operačních programů 2014–2020 zastřešených *Dohodou o partnerství* a Národní orgán pro koordinaci. [↑](#footnote-ref-7)
7. *Dohoda o partnerství* je základní zastřešující dokument pro čerpání finančních prostředků z Evropských strukturálních a investičních fondů (ESI fondy) v programovém období 2014–2020. Je to strategický dokument nadřazený jednotlivým programům. [↑](#footnote-ref-8)
8. Oblast publicity, propagace a komunikace operačních programů 2014–2020 upravovaly dva dokumenty: Společná komunikační strategie a *Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci ESI fondů v programovém období 2014–2020*, které nastavují společná pravidla, platná v programovém období 2014–2020 pro řídicí orgány jednotlivých OP a to v souladu s obecným nařízením (nařízení Evropského Parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 ze dne 17. prosince 2013 o společných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu, Fondu soudržnosti, Evropském zemědělském fondu pro rozvoj venkova a Evropském námořním a rybářském fondu, o obecných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu, Fondu soudržnosti a Evropském námořním a rybářském fondu a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1083/2006) a příslušným prováděcím nařízením (prováděcí nařízení Komise (EU) č. 821/2014 ze dne 28. července 2014, kterým se stanoví pravidla pro uplatňování nařízení (EU) č. 1303/2013 Evropského parlamentu a Rady, pokud jde o podrobná ujednání pro převod a správu příspěvků z programu, podávání zpráv o finančních nástrojích, technické vlastnosti informačních a komunikačních opatření k operacím a systém pro zaznamenávání a uchovávání údajů). [↑](#footnote-ref-9)
9. *Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci ESI fondů v programovém období 2014–2020* vydaný MMR, schválený usnesením vlády České republiky ze dne 15. ledna 2014 č. 44, *o Souboru metodických dokumentů k oblastem monitorování, zadávání veřejných zakázek, publicity a komunikace a přípravě řídící dokumentace programů v programovém období let 2014 až 2020*. [↑](#footnote-ref-10)
10. Intervenční logika popisuje a vysvětluje mechanismus, jakým způsobem programové/projektové aktivity přispějí k dosažení plánovaných efektů, výsledků a dopadů programu/projektu. Zásadními sledovanými aspekty jsou chronologické a kauzální vazby, ale také externí předpoklady a celkový kontext. (Viz <https://www.dotaceeu.cz/cs/ostatni/dulezite/slovnik-pojmu/i/intervencni-logika>.) [↑](#footnote-ref-11)
11. Z článků 115 až 117 nařízení Evropského Parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 ze dne 17. prosince 2013 o společných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu, Fondu soudržnosti, Evropském zemědělském fondu pro rozvoj venkova a Evropském námořním a rybářském fondu, o obecných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu, Fondu soudržnosti a Evropském námořním a rybářském fondu a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1083/2006. [↑](#footnote-ref-12)
12. Z článků 4 a 5 prováděcího nařízení Komise (EU) č. 821/2014 ze dne 28. července 2014, kterým se stanoví pravidla pro uplatňování nařízení (EU) č. 1303/2013 Evropského parlamentu a Rady, pokud jde o podrobná ujednání pro převod a správu příspěvků z programu, podávání zpráv o finančních nástrojích, technické vlastnosti informačních a komunikačních opatření k operacím a systém pro zaznamenávání a uchovávání údajů. [↑](#footnote-ref-13)
13. Z článku 125 nařízení Evropského Parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 ze dne 17. prosince 2013 o společných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu, Fondu soudržnosti, Evropském zemědělském fondu pro rozvoj venkova a Evropském námořním a rybářském fondu, o obecných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu, Fondu soudržnosti a Evropském námořním a rybářském fondu a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1083/2006. [↑](#footnote-ref-14)
14. Strategie *Evropa 2020* představovala zastřešující hospodářskou strategii Evropské unie pro období 2010 až 2020. Usilovala o zajištění udržitelného hospodářského růstu a podpory sociálního i územního začleňování v členských státech EU. V rámci strategie *Evropa 2020* si členské státy, ve spolupráci s Evropskou komisí, vytyčily své národní cíle s ohledem na hospodářská a sociální specifika příslušného státu. [↑](#footnote-ref-15)
15. API jako zprostředkující subjekt OPPIK vlastní RKoP nezpracovávala, přispívala podklady a informacemi do RKoP zpracovaného MPO. CRR zpracovávalo samostatný RKoP do roku 2019, v dalším období zpracovávalo tabulku plánovaných komunikačních aktivit, která byla včleněna do RKoP řídicícho orgánu (MMR). [↑](#footnote-ref-16)
16. MMR-NOK je centrální metodický a koordinační orgán pro implementaci programů spolufinancovaných z evropských strukturálních a investičních fondů v České republice v programovém období 2014–2020. V uvedené oblasti je partnerem pro Komisi za ČR, zabezpečuje řízení *Dohody o partnerství* na národní úrovni, je správcem monitorovacího systému, je metodickým orgánem v oblasti implementace a centrálním orgánem pro oblast publicity. Legislativní základ pro činnosti MMR-NOK je uveden v čl. 123 odst. 8 obecného nařízení a dále zákonem č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje. Fakticky bylo zavedeno až zákonem č. 251/2021 Sb., kterým se mění zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony. Roli MMR-NOK plní ministerstvo pro místní rozvoj na základě pověření ministra pro místní rozvoj usnesením vlády ze dne 12. 6. 2013 č. 448 pro programové období 2014–2020. [↑](#footnote-ref-17)
17. Technická pomoc zajišťuje podpůrné aktivity ŘO a ZS, mezi které patří publicita a propagace, řízení, implementace a monitorování programu; podpora administrativních kapacit; podpora žadatelům a příjemcům. Hlavním cílem je přispět k dosažení cílů operačního programu díky vytvoření podmínek pro kvalitní a efektivní řízení programu a pro řádné čerpání finanční alokace podle pravidel. Vedle zastřešujícího operačního programu Technická pomoc mají i jednotlivé operační programy vyčleněné peněžní prostředky na vlastní podpůrné aktivity. [↑](#footnote-ref-18)
18. Do 31. 5. 2016 byla zprostředkujícím subjektem OPPIK Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest. [↑](#footnote-ref-19)
19. Dle ustanovení § 2 písm. o) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole). [↑](#footnote-ref-20)
20. Dle ustanovení § 2 písm. m) zákona č. 320/2001 Sb. [↑](#footnote-ref-21)
21. IROP a OPPIK zvolily rozdílné komunikační nástroje (např. IROP vydával vlastní periodikum a pořádal soutěže pro veřejnostdále též tabulka č. 6), resp. na zvolené komunikační nástroje vynaložily rozdílný objem peněžních prostředků. [↑](#footnote-ref-22)
22. Nařízení Evropského Parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 ze dne 17. prosince 2013 o společných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu, Fondu soudržnosti, Evropském zemědělském fondu pro rozvoj venkova a Evropském námořním a rybářském fondu, o obecných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu, Fondu soudržnosti a Evropském námořním a rybářském fondu a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1083/2006. [↑](#footnote-ref-23)
23. Zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla). [↑](#footnote-ref-24)
24. Zákon č. 320/2001 Sb. [↑](#footnote-ref-25)
25. Zákon č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv). [↑](#footnote-ref-26)
26. Zákon č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách. [↑](#footnote-ref-27)
27. Zákon č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek. [↑](#footnote-ref-28)
28. Definice jednotlivých komunikačních nástrojů je obecná a může se v průběhu času měnit s ohledem na vývoj mediálního prostředí. Nejedná se však o uzavřenou množinu nástrojů. V závislosti na vývoji potřeb cílových skupin a komunikačních nástrojů je možné množinu nástrojů rozšířit, případně některé z nich nevyužít. [↑](#footnote-ref-29)
29. U projektu \*15483 nebyl splněn žádný ukazatel, u projektu \*05956 byl ze čtyř ukazatelů splněn jeden, u projektu \*19693 byly dosaženy plánované hodnoty u tří ze čtyř stanovených ukazatelů. [↑](#footnote-ref-30)
30. Hodnocení povědomí veřejnosti o problematice fondů EU 2021, identifikace cílové skupiny a její segmentace na podskupiny a definice marketingových person pro budoucí komunikační aktivity; hodnocení povědomí veřejnosti o problematice fondů EU 2023 – jaro 2023; hodnocení povědomí veřejnosti o problematice fondů EU 2023 – podzim 2023. [↑](#footnote-ref-31)
31. Cílové hodnoty nebyly dosaženy u ukazatelů 801 10 – *Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin* a 801 20 – *Míra informovanosti o fondech u cílových skupin*; splněn byl ukazatel 801 30 – *Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU*. [↑](#footnote-ref-32)
32. Komise přednesla požadavek na 3. zasedání monitorovacího výboru OPPIK dne 11. 11. 2015. [↑](#footnote-ref-33)
33. Podle zprávy o implementaci ESI fondů v České republice v programovém období 2014–2020 vydané   
    MMR-NOK hodnota schválených výdajů na projekty překročila plánovanou alokaci IROP a OPPIK ve 4. čtvrtletí 2021. [↑](#footnote-ref-34)
34. Právním aktem u projektů MMR se rozumí stanovení výdajů na financování akce organizační složky státu, u projektů CRR rozhodnutí o poskytnutí dotace. [↑](#footnote-ref-35)
35. Právním aktem u projektů MPO se rozumí schválení limitu výdajů na realizaci projektu, u projektů API rozhodnutí o poskytnutí dotace. [↑](#footnote-ref-36)
36. V kapitole 8 Společné komunikační strategie je uvedeno: „*Míru naplňování indikátorů výsledku (801 20, 801 10 a 801 30) ... a vedlejších indikátorů výsledku sleduje Národní orgán pro koordinaci. Sledování bude zajištěno pomocí dat z průzkumů veřejného mínění realizovaných odbornými externími dodavateli na reprezentativním vzorku zahrnujícím celou ČR. Výsledná data budou dána řídicím orgánům k dispozici. ŘO si mohou v případě zájmu nastavit sledování těchto společných indikátorů pro své specifické cílové skupiny*.“ [↑](#footnote-ref-37)
37. Ukazatele výsledku 801 10 – *Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin*; 801 20 – *Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin* (zejména žadatelů a příjemců v rámci operačního programu); 801 30 – *Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU*. [↑](#footnote-ref-38)
38. 801 20 – *Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin*. [↑](#footnote-ref-39)
39. V závěrečné zprávě o implementaci OPTP (schválené na 19. zasedání monitorovacího výboru dne 28. 11. 2024) je k indikátorům mj. uvedeno, že: „*V OPTP 2014–2020 došlo k … revizi indikátorové soustavy spočívající ve vyjmutí indikátorů, které nenavazovaly na aktivity v jednotlivých specifických cílech a indikátorů, které nebyly v žádných projektech naplňovány, dále došlo k úpravě cílových hodnot (k jejich snížení/zvýšení).*“ [↑](#footnote-ref-40)
40. Viz příloha č. 3 tohoto kontrolního závěru. [↑](#footnote-ref-41)
41. REACT-EU (*Recovery Assistance for Cohesion and the Territories of Europe*) jsou dodatečné finanční prostředky EU určené na zotavení z krize v souvislosti s pandemií covidu-19. [↑](#footnote-ref-42)
42. Příjemci v OPPIK byly zejména podnikatelské subjekty (malé, střední i velké podniky), provozovatelé podnikatelských inkubátorů, výzkumné organizace, vědeckotechnické parky, inovační centra. Příjemci v IROP byly zejména organizace z oblasti veřejné správy a veřejných služeb, například kraje, obce a jimi zřizované nebo zakládané organizace, nestátní neziskové organizace, církve, vlastníci bytových domů, společenství vlastníků bytových jednotek, bytová družstva, složky integrovaného záchranného systému, vzdělávací zařízení, vlastníci památek, muzeí a knihoven, organizace poskytující veřejnou službu v oblasti zdravotnictví, sociálních služeb, subjekty zajišťující dopravní obslužnost. [↑](#footnote-ref-43)