



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Název případové studie: Vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit NOK

Autor/ři: Lenka Brown (DHV), Miroslava Drahotová (DHV),
Kateřina Doležalová (MMR)*¹

Abstrakt

Evaluace představuje hlavní výstup z plnění zakázky „Vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit NOK“ plněné v průběhu srpna 2014 pro Ministerstvo pro místní rozvoj ČR ze strany evaluačního týmu společnosti HaskoningDHV Czech Republic, spol. s r. o. Cílem této evaluace bylo vyhodnocení vybraných komunikačních a propagačních aktivit realizovaných NOK v rámci Komunikačního plánu OPTP 2007–2013, realizovaných v letech 2011, 2012 a 2013. Realizace zakázky byla založena na kombinaci několika základních výzkumných metod, mezi nimiž dominovaly: desk research, polostrukturované rozhovory a dotazníkové šetření. Vlastní výzkum byl doplněn také o rešerši zahraničních zkušeností se zajištěním komunikačních a propagačních aktivit hodnocených v zahraničních evaluačních studiích, ve kterých jsou uvedeny zajímavé příklady evaluací zaměřených na oblast komunikačních a propagačních aktivit v jiných členských státech EU.

Text

Vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit NOK bylo provedeno v průběhu měsíce srpna 2014 na základě veřejné zakázky vyhlášené Ministerstvem pro místní rozvoj ČR. Jako vítěz a následně realizátor byl

¹ S využitím textů ze závěrečné zprávy HaskoningDHV Czech Republic, spol. s r. o., připravené pro Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

vybrán evaluační tým společnosti HaskoningDHV Czech Republic, spol. s r. o.

Vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit NOK bylo realizováno v souladu s Nařízením Komise (ES) č. 1828/2006, čl. 4, odst. 2.

Z řady jiných dříve provedených šetření vyplynulo, že při vytváření mediální strategie i při samotné komunikaci s veřejností je nutno vzít v úvahu širší kontext a postoje veřejnosti k EU a jejím fondům. V případě ČR je přitom známý značně euroskeptický postoj většiny veřejnosti, s čímž úzce souvisí také skutečnost, že česká média se z větší části o dění v EU příliš nezajímají a informovanost novinářů o dění v EU lze celkově považovat za nízkou. Pokud média o evropských záležitostech informují, převládá opatrný až negativní postoj, který konvenuje průměrnému příjemci těchto sdělení. Španělské zkušenosti přitom ukazují, že efektivní komunikace s veřejností je možno dosáhnout vyšší mírou koordinace všech subjektů, které jsou do přípravy komunikačních plánů a jejich realizace zapojeny. Ve Španělsku jsou tak do informování o fondech EU zapojeny i autonomní oblasti, na jejichž území jsou programy realizovány. Příklady dobré praxe z Velké Británie ukazují, jak důležité je při komunikaci evropských témat využívat konkrétních příběhů lidí, jimž podpora z evropských fondů pomohla v určité životní situaci.

Cílem zakázky bylo vyhodnotit vybrané komunikační aktivity realizované NOK v rámci Komunikačního plánu OPTP 2007–2013, a to v průběhu let 2011–2013. Jednotlivé aktivity byly hodnoceny na základě celkem šesti evaluačních kritérií. Konkrétně byly komunikační aktivity NOK hodnoceny na základě účelnosti, účinnosti, užitečnosti, udržitelnosti, dopadu a relevance. Souhrnné hodnocení mělo za cíl vyhodnocení míry naplnění globálního cíle (tj. zda byla zajištěna transparentnost a zdůrazněna pozitivní role Společenství a politiky hospodářské, sociální a územní soudržnosti) a specifického cíle č. 1 (tj. zda byl daný komunikační nástroj dostatečně atraktivní tak, aby zvýšil zájem cílových skupin o operační programy a podal jim relevantní informace) komunikační strategie NOK pro programové období 2007–2013, jejichž naplnění mělo být zajištěno právě prostřednictvím realizace hodnocených komunikačních aktivit.

Pro realizaci této evaluace byla zvolena metoda ex-post evaluace, kdy byly hodnoceny vybrané komunikační aktivity z let 2011, 2012 a 2013. Kon-

krétní použité metody a způsob jejich provedení v rámci dané evaluace je patrný z následující části.

Jednotlivé evaluační metody, které byly použity v průběhu této evaluace, jsou:

- a) **Desk Research:** představuje základní metodu sběru velkého množství různorodých dat. Tato metoda umožnila pracovat při zpracování zprávy s velkým množstvím materiálů a podkladů zahrnujících relevantní dokumenty např. k zrealizovaným aktivitám či přípravě komunikačního plánu OPTP 2007–2013 i ročních komunikačních plánů apod. Použity byly např. tyto dokumenty: Citizen's awareness and perceptions of EU regional policy (Závěrečná zpráva šetření Flash Eurobarometer č. 384 zaměřeného na povědomí občanů EU o evropské regionální politice), Dotazníkové šetření: Informovanost o фондах EU – 2011 (Výsledky celorepublikového průzkumu povědomí veřejnosti, zpracovatel STEM/MARK, a.s.), Informovanost o OPTP mezi subjekty implementační struktury a příjemci – 2011 (Evaluace publicity OPTP, zpracovatel ŘO OPTP), Komunikační plán OPTP na programové období 2007–2013 (Rámcová komunikační strategie OPTP na celé programové období 2007–2013) nebo monitoring médií Ministerstva pro místní rozvoj ČR. Dále byla použita data sledovaná za jednotlivé zrealizované aktivity jako např. údaje o návštěvnosti a stažených dokumentech z webových stránek, údaje o počtech a obsahu dotazů směřovaných na linku Eurofon, aktivitách regionální sítě Eurocenter, sledovanost televizních a rozhlasových pořadů, čtenost periodik atd.
- b) **Polostrukturované rozhovory:** tato metoda byla uplatněna zejména za účelem získání názorů příjemců projektů OPTP zaměřených na oblast komunikačních aktivit.
- c) **Dotazníkové šetření:** tato metoda umožnila zpracování velkého množství dat získaných přímo od zástupců vybraných cílových skupin. Dotazníkové šetření, které proběhlo ve dnech 18. 8. – 29. 8. 2014, bylo zaměřeno na vzorek žadatelů a příjemců všech programů financovaných z prostředků SF v programovém období 2007–2013 u cílů Konvergence a Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost. Celkem bylo osloveno 4 176 úspěšných a neúspěšných žadatelů z jednotlivých operačních programů. Výběr vzorku byl proveden na základě dat zaslaných zadavatelem z monitorovacího

systému. U jednotlivých programů byl vyfiltrován přehled úspěšných a neúspěšných žadatelů, následně byl na základě zjištěného počtu projektů a jedinečných žadatelů/příjemců indikativně stanoven počet oslovených respondentů pro jednotlivé programy. Další kritéria výběru byla: místo realizace na úrovni NUTS III (kraj) a hospodářsko-právní forma žadatele – stanoveno proporcionálně v daném OP. Celkově v rámci dotazníkového šetření „Evropské fondy: hodnocení komunikačních a propagačních aktivit“ odpovědělo 349 respondentů, z toho 228 bylo od žadatelů úspěšných a 121 od žadatelů neúspěšných. Závěrem lze konstatovat, že odpovědi úspěšných i neúspěšných žadatelů se zásadně neliší. Z toho vyplývá, že jejich potřeby a názory jsou vesměs totožné.

- d) **Obsahová analýza:** u této metody je důraz kladen na podrobnou analýzu obsahu všech dokumentů mapovaných na základě metody Desk Research. Do obsahové analýzy byly zahrnuty souhrnné kontextové informace o postojích veřejnosti k EU a jejím programům a rovněž výsledky jednoduché mediální analýzy, která byla provedena pro druhé období roku 2013 na základě informací z databáze společnosti Newton Média.
- e) **Komparativní (srovnávací) analýza:** tato metoda byla uplatněna zejména při systematickém srovnání skutečně realizovaných aktivit NOK. Dále byla tato metoda využita při srovnání domácích a zahraničních zkušeností.
- f) **Případové studie:** metoda kvalitativního výzkumu umožňující podrobně zmapovat zkušenosti a přístupy jiných členských států EU. Hodnocení bylo doplněno o zajímavé příklady evaluací zaměřených na oblast komunikačních a propagačních aktivit v jiných členských státech EU. Vybrána byla jedna případová studie ze Španělska a jedna případová studie z Velké Británie. Čerpáno bylo z těchto dokumentů: Evaluación del Plan de Comunicación del PO del „Fondo del Cohesión-FEDER (Evaluace KoP FS a ERDF Španělska zpracovaná společností RegioPlus Consulting) a London ERDF Programme 2007-13: Annual Implementation Report (Výroční zpráva londýnského ERDF programu),
- g) **Syntéza:** metoda syntézy tvoří určitý protipól analytickým metodám zmíněným výše. Na základě této metody byly naopak výstupy jednotlivých metod skládány dohromady, srovnávány a dále byly na jejich základě vyvozovány obecné, ale i konkrétní závěry zaměř-

řené na předmět této evaluace. Důraz byl kladen na využití všech získaných údajů, informací a dat a na formulaci konkrétních doporučení.

Lze jednoznačně pozitivně hodnotit, že se strategie v minulosti opírala o empirická šetření (STEM), a že se v těchto výzkumných šetřeních pokračuje (IBRS) – přesto nelze dané závěry považovat za vyčerpávající obraz postojů české veřejnosti a mělo by se vycházet i z dalších výzkumných šetření. Kromě toho lze mít připomínky i k samotnému designu výzkumů. Závěry šetření STEM, IBRS 2013, ale i FLASH EUROBAROMETER 384 celkově vykreslují poměrně pozitivní obraz vnímání eurofondů, přestože se zde objevují i negativní konotace, jako je malá transparentnost a korupce. Tyto pozitivní náhledy se však týkají téměř výlučně finanční pomoci, a jsou proto málo překvapivé (vzhledem k pozici ČR jako čistého příjemce) – pokud však nahlédneme širší kontext (jehož jsou fondy EU neoddelitelnou součástí), zjistíme, že celkové názory veřejnosti jsou mnohem méně vstřícné. Podíváme-li se na tyto širší souvislosti tak, jak je zjišťoval například výzkum Důvěra institucím EU a organizacím OSN a NATO realizovaný CVVM v dubnu 2012, tak celkový postoj veřejnosti k EU je značně skeptický. Dle tohoto výzkumu více jak polovina Čechů (54 %) vůči Evropské unii cítí menší či větší nedůvěru.

Španělská případová studie byla zaměřena na zkušenosti s realizací a hodnocením KoP. Ve Španělsku je zřízena síť odborníků působících v oblasti poskytování informací a publicity, do níž jsou zapojeni jak informační úředníci odpovědní za publicitu SF, tak i zástupci jednotlivých španělských autonomních oblastí (dále jen AO). Cílem sítě je zajistit společnou přípravu a realizaci komunikační strategie realizované na území jednotlivých AO. Existence a činnost této sítě byla ve Španělsku opakovaně vyhodnocena jako příklad dobré praxe. Dalším uváděným příkladem dobré praxe je Manuál pro řízení a evaluace OP ERDF, FS a ESF 2007–2013, který je vydán Ředitelstvím pro evropské fondy ve spolupráci s Ministerstvem práce a přistěhovalectvím Španělska a je závazný pro hodnocení všech komunikačních plánů vytvářených ve Španělsku v programovém období 2007–2013 bez ohledu na zdroj jejich financování. Cílem evaluací je dle tohoto manuálu analyzovat míru, ve které se podařilo dosáhnout cílů a efektů stanovených v jednotlivých hodnocených komunikačních plánech. Manuál také stanovuje společné dopadové indikátory,

a zároveň popisuje postup, jak vyhodnocovat příklady dobré praxe v oblasti komunikačních aktivit a publicity fondů EU.

Britská případová studie byla zaměřena na zkušenosti s evaluací komunikačních aktivit uskutečněných zejména v rámci následujících programů: SF programy Skotska, ESF OP v Anglii a Gibraltaru, ESF OP Severního Irska, programů INTERREG IV, SF programů Maďarska, vybraných příhraničních programů, programů SF Walesu, URBACT II, ERDF programu realizovaného v Londýně a ROP Województwa Swietokrzyskiego. Dále pak tato část také zahrnuje výběr podnětů ze souhrnné evaluace komunikačních plánů kohezivní politiky EU v období 2007–2013. V kontextu výše uvedených evropských programů byla většina komunikačních a propagačních aktivit implementována vždy na úrovni daného programu. Implementace komunikačních aktivit byla uskutečněna na bázi partnerské spolupráce. Skupinou programů, které se vymykaly tradičním způsobům řízení komunikačních aktivit, byly programy přeshraniční spolupráce. Vzhledem k atypicky rozloženým programovým územím musela být komunikace uskutečňována kaskádovitým způsobem, avšak řízena centrálně prostřednictvím společných sekretariátů. Dalším faktorem vyzdvíženým v evaluačních zprávách byla důležitost správně zaměřených komunikačních aktivit dle typů a charakteristik cílových skupin pro zviditelnění OP. Zároveň byla zdůrazněna potřeba rozpoznání role některých cílových skupin jako nositelů informací o SF a bylo doporučeno věnovat náležité prostředky na jejich podporu při poskytování informací.

Co se týká využitých komunikačních prostředků, obecně lze říci, že mezi ty nejvíce užívané a zároveň nejužitečnější patřily tiskové zprávy, webové stránky, regionální tisk a newslettery. V polské evaluaci byly pak kupříkladu hodnoceny jako nejužitečnější billboardy a venkovní reklama jako např. polepy na autobusech. Specifickou skupinou komunikačních prostředků, která postupně získávala na důležitosti, byla sociální média. Doporučeno bylo větší využívání profesionální sociální sítě LinkedIn, Facebook, Youtube či Twitter. Velký důraz byl kladen na zpracovávání případových studií a příkladů dobré praxe. V mnoha z výše uvedených evaluací bylo doporučeno zabývat se publikací příkladů zobrazující pozitivní dopad evropského příspěvku na život jednotlivce, v tzv. *human interest stories*. Velkou roli v publikaci těchto příběhů hraje právě regionální tisk. Z výsledků evaluací vyplývá, že média upřednostňovala informování o projektech financovaných z ERDF oproti těm financovaným z ESF.

Jedním z vysvětlení pro tuto disproporci byla skutečnost, že výsledky ERDF projektů jsou jednoduše více viditelné, a tím pádem atraktivnější pro média. Tato disproporce upozornila na potřebu věnovat náležitou pozornost informování o ESF projektech. Na základě zkušeností z jiných států EU je také nutné zdůraznit, že pro komunikační a propagační aktivitu je nezbytné klást důraz na grafickou podobu využívaných nástrojů.

Hlavní obecné zjištění a závěry vyplývající z výzkumu jsou popsány z hlediska šesti hodnotících skupin:

- 1) **Účelnost** – z kvantitativního hlediska lze hodnocené aktivity považovat v podstatě za účelné a relevantní, relativně vysoké je i povědomí o programech a projektech.
- 2) **Účinnost** – kvalitativní hodnocení jednotlivých aktivit z hlediska jejich účinnosti vykazuje u některých z nich rezervy, přičemž konkrétní doporučení k jednotlivým aktivitám jsou uvedena v kapitole 8.
- 3) **Užitečnost** – prospěšnost/užitečnost realizovaných aktivit je rozdílná (vzhledem k rozsahu a obsahu jejich jednotlivého zaměření), v případě některých ji nelze relevantně doložit.
- 4) **Udržitelnost** – obecně lze uvést, že použité komunikační nástroje jsou udržitelné a přispívají dílčím způsobem ke zvýšení zájmu cílových skupin o OP. Míra zajištění transparentnosti využívání prostředků z fondů EU není však veřejností vnímána zcela pozitivně. Pozitivně je však širokou veřejností vnímána role Společenství a politiky HSÚS.
- 5) **Dopad** – mezi nejvhodnější nástroje z hlediska zajištění co největšího dopadu lze na základě analýzy realizovaných aktivit zařadit televizi, denní tisk a webové stránky strukturálních fondů.
- 6) **Relevance** – portfolio používaných komunikačních prostředků lze s drobnými výjimkami považovat za relevantní.

Výsledky této i předchozích evaluačních studií byly zohledněny v přípravách nového programového období 2014–2020 a na jejich základě došlo k zásadnímu zjednodušení komunikace fondů EU vůči cílovým skupinám. Bylo zredukováno množství log a namísto jednotlivých komunikačních strategií pro každý operační program byla vytvořena jedna Společná komunikační strategie pro ČR, která sleduje tři společné indikátory výsledku. Byla sjednocena terminologie používaná vůči cílovým skupinám.

Byly zjednodušeny podmínky v oblasti povinné publicity, co se týče povinných nástrojů a prvků a zmírněny sankce za jejich porušení. Byly učiněny konkrétní kroky pro posílení ekonomického a transparentního nakládání s prostředky, jako je např. omezení navyšování ročního rozpočtu schváleného monitorovacím výborem a úplný zákaz používání fotografií politických osob v předvolebním období.

Další evaluace budou zrealizovány v průběhu nového programového období 2014–2020.

Odkaz na pramen: Závěrečná zpráva HaskoningDHV Czech Republic, spol. s r. o.