

**Vyhodnotenie pripomienok EK a ZEK na SK ku Komunikačnej stratégii pre  
Operačný program Kvalita životného prostredia**

P. č.	Subjekt	Znenie pripomienky	Vyhodnotenie (A/N/ČA)	Spôsob vyhodnotenia
1.	EK	On p. 14: Weaknesses: shortage of human resources is identified as a weakness but the strategy does not explain how this weakness is addressed concretely. Will sufficient communication staff be in place, including the IB?	A	Bol doplnený text do kapitoly 7. Administratívne zabezpečenie, ktorý vysvetľuje, že oblasť informovania a komunikácie je zastrešovaná nielen manažérmi pre informovanie a komunikáciu, avšak priamo sa na nej podieľajú aj ostatní manažéri RO a SO (najmä manažéri programovania) napr. z pohľadu vecných aspektov implementácie – oprávnenosť aktivít, výdavkov a pod. V prípade identifikácie zvýšenia nárokov na činnosti vyplývajúce z KS OP KŽP a nutnosti ich pokrytia, RO a SO prijme nevyhnutné opatrenia, aby došlo k napĺňaniu cieľov KS.
2.	EK	On p. 44: Chapter on monitoring and evaluation: it is good to have monitoring and evaluation criteria. However, there appear to be neither measurable baseline indicators nor clearly formulated (esp. quantitative) objectives. In the absence of these, how can the communication activities be evaluated?	A	Do kapitoly 6 Monitorovanie a hodnotenie bola doplnená informácia o tom, akým spôsobom bude určená východisková hodnota a následne cieľová hodnota príslušných ukazovateľov.  Základom pre stanovenie východiskových a cieľových hodnôt ukazovateľov na úrovni programu, resp. na úrovni aktivít KS, budú výsledky prieskumu verejnej mienky (06-07/2015), ktorého realizáciu zabezpečuje Centrálny koordinačný orgán, pričom v prípade potreby budú doplnené expertným odhadom RO

				<p>a SO.</p> <p>Následne po stanovení východiskových a cieľových hodnôt ukazovateľov bude možné vykonávať aj hodnotenie úspešnosti KS OP KŽP.</p>
3.	EK	<p>The Communication Strategy provides an overall framework for the whole programming period. The text says that details will be provided in annual Communication Plan, but does not include more information (e.g. when such plan will be developed, duration, communication with MC members etc.). In principle the Communication Strategy could already include a more detailed annual Communication Plan (April 2015 – May 2016) in Annex, otherwise it is not clear what concrete communication activities will be realised in the first year.</p>	ČA	<p>V rámci kapitoly 5 Realizačný plán bola doplnená nová podkapitola označená ako 5.4 Ročný komunikačný plán.</p> <p>V rámci tejto novej podkapitoly je uvedené, že implementácia KS OP KŽP bude prebiehať prostredníctvom každoročne pripravovaných ročných komunikačných plánov.</p> <p>Táto kapitola zároveň zahŕňa postup/procesné kroky viažuce sa k Ročnému komunikačnému plánu, a to v súlade so Systémom riadenia EŠIF.</p> <p>Ročný komunikačný plán na príslušný kalendárny rok bude vypracovaný najneskôr do 31. marca daného roka*, ktorý je následne predkladaný na vedomie CKO do 7 pracovných dní od jeho schválenia zo strany RO.</p> <p>*Výnimkou bude Ročný komunikačný plán na rok 2015, ktorý bude vypracovaný do konca mája 2015.</p>
4.	EK	<p>Open data &gt; list of operations should be publish in an open format to be sorted, searched, extracted, compared and easily published on the internet, for instance in CSV or XML format. A reference to open data / transparency / data reusability should be advisable in the communication strategy</p>	A	<p>Text bol doplnený o informáciu, že poskytovaná forma údajov v kalkulačných tabuľkách umožňuje triedenie, vyhľadávanie, sťahovanie, porovnávanie a jednoduché zverejňovanie údajov na internete v súlade s textáciou vo všeobecnom nariadení č. 1303/2014, článkom 115 Informovanie a komunikácia, ods. 2.</p>
5.	EK	<p>How the new OP website will be linked to the national cohesion portal? Which interactions/cross</p>	A	<p>Text bol v kapitole 4.2 Taktické informačno-komunikačné nástroje doplnený o potrebu</p>

		linking are foreseen? > A short paragraph could be added		prelinkovania webovej stránky OP KŽP na webové stránky CKO a SO.
6.	EK	Rules on branding/logos are set in the implementing act ( <a href="http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2014.223.01.0007.01.ENG">http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2014.223.01.0007.01.ENG</a> ): please ensure the MA will use the logo displayed on the cover page of the communication strategy together with the Union emblem in all information and communication materials	A	Vyobrazenie log bolo upravené v súlade s vykonávacím nariadením č. 821/2014.
7.	EK	We understand that the preliminary allocation for separate years are only indicative, the preliminary budget for 4 main activities are also stated as indicative, but we would be interested how have you arrived to the total allocation (14 458 588 EUR) and which method/ criteria you have used for division of the total allocation to the specific allocation for 4 main activities (informing general public(4.3 MEUR)/professional public and media (1.4 MEUR)/entities involved in the ESIF implementation (1.4 MEUR)/potential applicants, applicants and beneficiaries (7.2 MEUR)	-	<p>Vysvetlenie:</p> <p>Celková alokácia vychádza z objemu zdrojov definovaných v rámci prioritnej osi 5 – Technická pomoc na oblasť intervencie pod kódom 123 Informovanie a komunikácia.</p> <p>Celková suma na oblasť informovania a komunikácie už reflektuje úpravu národného kofinancovania z 15 % na 50 % pri rozvinutejšom regióne, pričom suma zdrojov EÚ (ERDF) zostala zachovaná.</p> <p>RO pri rozdelení finančnej alokácie na jednotlivé cieľové skupiny bral primárne do úvahy cieľ komunikačných aktivít maximalizovať s ich podporou čerpanie finančných prostriedkov OP KŽP. Z tohto dôvodu bolo navrhnuté, že polovica zdrojov v oblasti informovania a komunikácie bude využitá pre cieľovú skupinu č. 1: Potenciálni žiadatelia o NFP, žiadatelia o NFP a prijímatelia</p> <p>Detailnejšie zdôvodnenie je uvedené v prílohe vyhodnotenia pripomienok.</p>

8.	EK	We would appreciate to be better informed on communication activities than in 2007-2013 e.g. receive information publications prepared by MA or CCB, like ESIF Quaterly (Eurokompas), booklets, leaflets , to be informed on the conferences, exhibitions, etc.	A	RO bude zasielať informácie o komunikačných aktivitách na EK za účelom zlepšenia informovanosti.
9.	EK	P.4 EN version : the reference to the INFORM network is wrong: "INFORM GMAUP"	A	Chyba v písaní v anglickej verzii.
10.	EK	P. 13 EN version : Error message in the Strength paragraph and again in last para on p.14	A	Technická chyba v odkaze.
11.	EK	P.48 EN version, above table 11: it certainly should read "contact data of the designated employees" working on communication	A	Text bol upravený, tak aby zodpovední manažéri za informovanie a komunikáciu neboli zamieňaní neboli vnímaný ako osoba v zmysle všeobecného nariadenia č. 1303/2013, čl. 117, ods. 3, zároveň bolo do KS OP KŽP doplnená informácia o menovaní zodpovednej osoby v zmysle všeobecného nariadenia.
12.	Zastúpenie EK na SK	Zastúpenie Európskej komisie v SR už dlhšiu dobu navrhuje vytvorenie jednotnej komunikačnej stratégie pre všetky fondy (ERDF, ESF, CF, EAFRD, EMFF) a operačné programy. Jednotlivé operačné programy by si následne pripravili ročné komunikačné plány, ktoré by boli v súlade s touto stratégiou.	N	Na základe Systému riadenia EŠIF schváleného vládou SR UV SR č. 586/2014 za 24.10.2014 boli definované povinnosti pre CKO a RO. RO je v zmysle systému povinný vypracovať KS. Systém umožňuje aj vypracovanie KS pre viacero OP, avšak v tejto veci nedošlo zo strany CKO k usmerneniu za účelom spracovania jednej KS pre viacero OP.
13.	Zastúpenie EK na SK	Cieľom komunikácie ESIF by malo byť maximálne a efektívne využitie finančných prostriedkov z EŠIF, ako aj vysvetlenie globálneho prínosu týchto fondov pre občanov a ekonomiku SR a nie zvýšenie viditeľnosti jednotlivých operačných programov.	A	RO pri definovaní KS OP KŽP bral do úvahy zabezpečiť maximálne na efektívne využitie prostriedkov z EŠIF. Tento prístup odzrkadľuje tak definovaný globálny cieľ KS OP KŽP - zabezpečiť širokú informovanosť občanov Slovenska, ale aj celej Európskej únie o OP KŽP

				a o pomoci poskytovanej prostredníctvom EŠIF, ako aj prostredníctvom jednotlivých špecifický cieľov KS OP KŽP.
14.	Zastúpenie EK na SK	Súčasťou komunikačnej stratégie by malo byť vytvorenie kvalitnej „mapy projektov“.	A	Jedným z komunikačných nástrojov, ktorý je definovaný v rámci KS OP KŽP je aj samostatná webová stránka o OP KŽP, ktorá bude okrem tzv. „mapy projektov“ poskytovať komplexné a štruktúrované informácie o OP KŽP.
15.	Zastúpenie EK na SK	Súčasťou komunikačnej stratégie by mala byť aj veľká akcia pre širokú verejnosť (organizovaná raz za rok), ktorá predstaví konkrétne úspešné projekty financované z ESIF („Open Days“). Navrhujeme, aby takéto akcie boli organizované okolo 9. mája (Deň Európy).	A	Preferencia konania tzv. veľkej informačnej aktivity bola v komunikačnej stratégii premietnutá. RO OP KŽP definoval v KS OP KŽP usporadúvanie minimálne jednej veľkej informačnej aktivity (napr. celoštátna konferencia) raz za rok, ako je ustanovené v komunikačnej stratégii, ktorou sa prezentujú výsledky OP, vrátane veľkých, národných projektov a projektov technickej pomoci, ak je to vhodné; Termín realizovania konferencií bude naplánovaný v rámci Ročného komunikačného plánu, pričom RO OP KŽP pri stanovení termínu konania na základe návrhu Zastúpenia EK na Slovensku, konať podujatie takéhoto charakteru v týždni okolo 9. mája, bude brať do úvahy a v prípade možnosti uprednostní zorganizovanie veľkej informačnej aktivity v časovej blízkosti Dňa Európy 9. mája. Spravidla sa však podujatia tohto typu konali ku koncu roka za účelom bilancovania dosiahnutého pokroku v implementácii.
16.	Zastúpenie EK na SK	Mimoriadne dôležitá je aj fungujúca sieť spoločných informačno-poradenských centier pre	A	RO OP KŽP si je vedomý, že dôležitú úlohu v oblasti informovania a komunikácie budú

		EŠIF.		zohrávať aj Informačno-poradenské centrá pre EŠIF. Tieto podľa informácií CKO by mali fungovať od 1.1.2016. Do tejto doby budú informácie šírené prostredníctvom informačných kanálov RO (nástroje ATL, BTL), SO – SAŽP, SIEA.
17.	Zastúpenie EK na SK	<p><b>Manuál vizuálnej identity EŠIF</b></p> <p>Zastúpenie Európskej komisie v SR odporučilo vytvoriť jednotný manuál vizuálnej identity ESIF platný pre všetky operačné programy.</p> <p>Zastúpenie Európskej komisie v SR odporučilo využívať v rámci vizuálnej identity projektov ESIF iba logo EÚ a nevytvárať logá jednotlivých operačných programov (napr. v ČR došlo k dohode medzi riadiacimi orgánmi, že jednotlivé OP nebudú mať svoje logá).</p> <p>Jednotný manuál vizuálnej identity musí spĺňať požiadavky Kapitoly II. vykonávacieho nariadenia Komisie (EÚ) č. 821/2014</p> <p><a href="http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0821&amp;from=EN">http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0821&amp;from=EN</a></p>	ČA	Berieme na vedomie. Logo OP KŽP už bolo vytvorené, ktoré sa už pomaly dostalo a aj dostáva do povedomia verejnosti. Bolo už niekoľko krát odprezentované na verejnosti napr. na tzv. „Launch evente“. RO OP KŽP bude pri všetkých komunikačných aktivitách rešpektovať minimálne požiadavky vychádzajúce z Kapitoly II. vykonávacieho nariadenia Komisie (EÚ) č. 821/2014.
18.	Zastúpenie EK na SK	<p><b>Internetové stránky</b></p> <p>Zastúpenie Európskej komisie v SR odporučilo vytvorenie novej centrálnej internetovej stránky pre ESIF. Už samotný názov tejto internetovej stránky by mal byť zrozumiteľný širokej verejnosti. Namiesto súčasného www.nsr.sk, sme navrhli www.eufondy.sk</p>	ČA	Berieme na vedomie. V podmienkach SR bude existovať centralizovaná webová stránka, ktorej administrátorom bude CKO, na ktorej budú všetky relevantné informácie o EŠIF. Na ňu bude nadväzovať web stránka o OP KŽP a bude predstavovať nadstavbu s komplexnými informáciami pre širokú verejnosť, potenciálnych prijímateľov a prijímateľov a pod.

		Takisto je potrebné zabezpečiť jednoduché vyhľadávanie týchto stránok prostredníctvom internetových vyhľadávačov (Google, atď.) tak, aby sa tieto oficiálne stránky objavili vo vyhľadávači pri zadaní kľúčových slov „štrukturálne fondy“, "EU fondy" alebo „eurofondy“ ako prvý oficiálny odkaz.		Centrálne webová stránka zriadená CKO bude prelinkovaná s webovou stránkou OP KŽP a naopak.
19.	Zastúpenie EK na SK	<p><b>Prepojenie informačných aktivít o európskych štrukturálnych a investičných fondoch so širšími európskymi súvislosťami.</b></p> <p>Využívanie európskych prostriedkov nie je izolovanou aktivitou, ale má silné prepojenie na európske politiky a ciele. Prioritné oblasti, do ktorých smerujú EÚ prostriedky, sú spojené s cieľmi Stratégie pre rast a zamestnanosť Európa 2020, s Národnými odporúčaniami Rady EÚ pre Slovensko, ako aj jednotlivými politikami EÚ. Bolo by vhodné realizovať rôzne komunikačné aktivity, ktoré by poukázali na jednotlivé operačné programy, kde by boli vysvetlené projekty realizované na Slovensku, ich konkrétne ciele a ako tieto ciele zapadajú do celoeurópskych cieľov.</p> <p>Oblasť životného prostredia sa nám javí ako veľmi vhodná na takýto druh komunikácie.</p>	A	<p>Predmetná pripomienka bola premietnutá do KS OP KŽP. Politika EÚ bola spomenutá v dokumente a to zmienkou o tom, že OP KŽP podporuje napĺňanie priorít definovaných v dokumente Európa 2020 – Stratégia na zabezpečenie inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu a prispieva k plneniu cieľov požiadaviek vyplývajúcich z legislatívy EÚ v oblasti energetiky a životného prostredia.</p> <p>OP KŽP ďalej pomáha prispievať aj k cieľom EK v rámci 7. environmentálneho akčného programu Únie do roku 2020 s podtitulom „Dobry život v rámci možností našej planéty“.</p> <p>Uvedené bolo premietnuté do cieľov KS OP KŽP aj pri RKP.</p>
20.	Zastúpenie EK na SK	<p><b>Príklady konkrétnych komunikačných aktivít.</b></p> <p>Na zväzovanie dávame použitie nasledovných možností:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Road show zameranú na školy, resp. širšiu</li> </ul>	A	Návrh KS OP KŽP počíta aj s realizovaním niektorých konkrétnych príkladov komunikačných aktivít.

		<p>verejnost', kde by boli vysvetlené ciele OP, interaktívne ukážky projektov, ale aj konkrétne príklady ako môžu ľudia svojím konaním prispieť k zlepšeniu prostredia, v ktorom žijú a pracujú.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- špecializovaná relácia (napr. environmentálna revue) v TV a/alebo rozhlase venujúca sa životnému prostrediu, prínosu OP KŽP a jeho prepojenie so životom bežných ľudí</li> <li>- špeciálne prílohy v regionálnych médiách vysvetľujúce prínos KŽP s konkrétnymi projektmi, ktoré pomáhajú zlepšovať každodenný život ľudí a kvalitu nášho prostredia</li> <li>- špecializované kampane pre príjemcov s vysvetlením cieľov a procedúr pri jednotlivých výzvach.</li> <li>- zriadenie kontaktného bodu na zodpovedanie základných otázok o OP KŽP (telefonická linka, emailová adresa)</li> <li>- zasielanie newsletteru pre záujemcov</li> </ul>		
--	--	---	--	--



## **Príloha k vyhodnoteniu pripomienky EK č. 7 ku KS OP KŽP**

### Bližšie vysvetlenie RO OP KŽP k pripomienke č. 7

RO OP KŽP pri stanovovaní orientačnej alokácie na informovanie jednotlivých cieľových skupín vychádzal z nasledujúcich východísk/uplatňoval nasledujúci postup.

Základným východiskom bolo odporúčanie CKO obsiahnuté v Metodickom pokyne CKO č. 16 k oblasti informovania a komunikácie. V súlade s ním na primárne cieľové skupiny (t.j. odbornú verejnosť a potenciálnych a konečných užívateľov pomoci) má byť alokovaný 60 % z prostriedkov určených na oblasť informovania a komunikácie. Zvyšných 40 % prostriedkov sa odporúča smerovať na tzv. sekundárnu cieľovú skupinu, do ktorej patrí široká verejnosť a médiá.

Zohľadňujúcu vyššie uvedené metodické východisko sa zároveň pri stanovovaní percentuálneho podielu alokácie finančných prostriedkov na informovanie jednotlivých cieľových skupín vychádzalo z nasledovných konkrétnych predpokladov:

1. Charakter a predpokladaná finančná náročnosť jednotlivých komunikačných nástrojov využívaných pre konkrétne cieľové skupiny;
2. Odhadované množstvo informačných aktivít pre jednotlivé cieľové skupiny;
3. Zasiachnutie viacerých cieľových skupín jednou informačnou aktivitou.

Na základe vyššie uvedeného bol stanovený percentuálny podiel pre jednotlivé cieľové skupiny nasledovne:

1. Cieľová skupina 1: Potenciálni žiadatelia, žiadatelia a prijímatelia: 50 % (7 229 294 €)
2. Cieľová skupina 2: Subjekty zapojené do implementácie EŠIF: 10 % (1 445 859 €)
3. Cieľová skupina 3: Odborná verejnosť a médiá: 10 % (1 445 859 €)
4. Cieľová skupina 4: Široká verejnosť: 30 % (4 337 576 €)

Z uvedeného vyplýva, že najviac komunikačných aktivít sa predpokladá pri informovaní cieľových skupín 1 a 4. Pre dosiahnutie hlavných cieľov OP KŽP (maximálne čerpanie finančných prostriedkov, minimálna chybovosť pri čerpaní a zabezpečenie čo najväčšieho počtu vysoko kvalitných projektov) je potrebné investovať najmä do pravidelného informovania, usmerňovania a vzdelávania zástupcov cieľovej skupiny 1. Súčasne sa predpokladá, že v určitých momentoch (napr. vyhlasovanie výziev) sa zasiahnu spolu cieľová skupina 1 a 4. Ako komunikačné nástroje tu budú využívané najmä internet a on line komunikácia, školenia, semináre, workshopy, TV a rádio spoty, pričom pre tieto cieľové skupiny sa môžu využívať takmer všetky ATL a BTL nástroje. Ide o finančne náročné komunikačné nástroje (najmä pokiaľ ide o televíziu, rozhlas a digitálne médiá). Celkovo je pre tieto dve cieľové skupiny predbežne alokovaných až 80 % z celkových plánovaných výdavkov v oblasti informovania a komunikácie.

Cieľové skupiny 2 a 3 sú špecifické. Pre tieto skupiny je charakteristické, že informácie, ktoré im majú byť komunikované sú odborné, presné a často nejde o informácie, ktoré sú poskytované súčasne cieľovým skupinám 1 a 4. Takisto sa predpokladá, že informovanie týchto dvoch

cieľových skupín nie je na dennej báze. Preto sa predpokladá, že pre tieto dve skupiny sa budú využívať najmä informačné nástroje, ktoré spadajú do kategórie PR, event, direct a on line marketing, IPC a pod. Ide o aktivity, ktoré nie sú tak finančne náročné ako napr. TV spoty a pod.

Finančné alokácie na komunikačné nástroje pre jednotlivé cieľové skupiny majú orientačný charakter, takže v budúcnosti môže prísť k ich prehodnoteniu. V rámci implementácie OP KŽP bude RO vyhodnocovať kvalitu informačnej kampane a v prípade potreby upravovať informačné aktivity tak, aby táto kampaň bola čo najefektívnejšia. Detailnejšie plánovanie využitia finančných prostriedkov určených na oblasť informovania a komunikácie bude zabezpečované prostredníctvom Ročných komunikačných plánov.