



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST



Evaluace komunikačních
a propagačních aktivit OP LZZ
www.esfcr.cz



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Evaluace komunikačních a propagačních aktivit OP LZZ

ZADAVATEL:

Česká republika – Ministerstvo práce a sociálních věcí
Odbor řízení pomoci z Evropského sociálního fondu
Na Poříčním právu 1
128 01 Praha 2

ZPRACOVATEL:

Naviga4, s.r.o.
Pernerova 293/11
186 00 Praha 8

Tato zpráva je výstupem ze zakázky „Evaluace komunikačních a propagačních aktivit OP LZZ a realizace komunikačního plánu“ spolufinancované z prostředků Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu ČR.

Květen 2011, Praha

1 Úvod

Tato brožura představuje shrnutí předběžných výstupů projektu „Evaluace komunikačních a propagačních aktivit OP LZZ“. Tato evaluace povinně vyplývající z Nařízení Komise č. 1828/2006 - čl. 4 byla realizována s cílem prověřit aktuální stav informovanosti cílových skupin Komunikačního plánu Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost (KoP OP LZZ) o OP LZZ a Evropském sociálním fondu (ESF) a analyzovat postoje a názory cílových skupin na program. Dále bylo cílem vyhodnotit dopad komunikačních aktivit a prověřit účinnost využívaných informačních a propagačních nástrojů v letech 2007 – 2010. Významná část evaluace byla věnována metodickým a praktickým návrhům pro zlepšení komunikace OP LZZ v druhé polovině programovacího období. Tato evaluace byla realizována od června 2010 a její ukončení se předpokládá na květen až červen 2011, kdy bude dokončena závěrečná zpráva s detailním popisem provedených výzkumných šetření a učiněných zjištění, závěrů a doporučení. Zpráva bude po svém dokončení veřejně dostupná na www.esfcr.cz.

2 Dopady komunikace OP LZZ 2007–2010

Aktivity komunikačního plánu jsou realizovány za účelem naplňování stanoveného hlavního komunikačního cíle programu – „zvýšení povědomí široké veřejnosti o pomoci poskytované České republice ze strukturálních fondů, především z Evropského sociálního fondu a Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost, zvýšení její transparentnosti a vytvoření jednotné představy o této pomoci na všech úrovních implementace“.

2.1. KONTEXT VNÍMÁNÍ ESF A OP LZZ

Komunikace ESF a OP LZZ je zasazena v širším kontextu **povědomí o existenci fondů EU** v ČR a obecných **postojů cílových skupin k tématům**, se kterými program pracuje, včetně **témat**, která cílové skupiny vnímají jako **blízká či zaměnitelná**.

Problematika lidských zdrojů a (ne)zaměstnanosti patří k nejdůležitějším prioritám české i celoevropské společnosti. Nezaměstnanost je podle Čechů vůbec nejpalčivějším problémem veřejného života.

Povědomí široké i odborné veřejnosti o probíhající podpoře z fondů EU obecně je poměrně vysoké (80 % u široké veřejnosti a 98 % u odborné). S klesajícím stupněm implementace podpory EU (strukturální fondy – Evropský sociální fond – operační programy – konkrétní operační program) se povědomí výrazně snižuje. Administrativní

pozadí čerpání fondů EU představuje pro širokou veřejnost spíše překážku v přístupnosti tématu. Budování povědomí veřejnosti o programu proto má své přirozené limity. Obecně platí, že odborná veřejnost má o jednotlivých stupních implementace podpory EU více znalostí než široká veřejnost.

2.2. POVĚDOMÍ O EXISTENCI ESF A OPLZZ

Povědomí o ESF v české populaci (38 %) aktuálně zhruba odpovídá průměru EU (40 %), ovšem oproti roku 2007 se přibližně zdvojnásobilo.

Povědomí široké veřejnosti o konkrétních operačních programech financovaných z ESF je nižší, existenci OP LZZ zaznamenalo 35 % české veřejnosti (7 % v případě OPPA, 23 % OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost), nicméně vzrůstá. V případě OP LZZ o 8 p. b. (procentních bodů) v průběhu roku 2010. V případě odborné veřejnosti ví o programu 75 % zástupců cílové skupiny. Výrazný odstup Operačního programu Praha – Adaptabilita reflektuje zaměření programu na hlavní město Prahu.

Graf 1

Aktuální povědomí veřejnosti o programech fondů EU v ČR (v %)



¹⁾ Informovanost veřejnosti o strukturálních fondech a OP LZZ, GfK Czech pro Naviga4 s.r.o., březen 2010 a leden 2011

2.3. ZNALOST A POSTOJE CÍLOVÝCH SKUPIN K ESF A OP LZZ

V úrovni znalosti poslání programu a zaměření podporovaných aktivit se s největší pravděpodobností odráží především **„srozumitelný“ název programu**. Program je nejčastěji spojován s tématy „podpora zaměstnanosti“ a „zprostředkování zaměstnání a rekvalifikace“.

Z pohledu kvalitativních aspektů vnímání je veřejností OP LZZ obecně považován za **prospěšný, významný a zajímavý**, ale zároveň **složitý** a pro většinu **málo využitelný**.

Přesto, většina občanů Česka (i EU) je přesvědčena o **pozitivním dopadu** projektů spolufinancovaných z fondů EU a zhruba polovina veřejnosti zná ze svého okolí spolufinancovaný projekt. **Pětina Čechů pak v poslední době zaznamenala, jak konkrétně pomáhá EU v oblasti rozvoje lidských zdrojů**. Dá se však dovozovat, že pouze obtížně přiřazuje podpořenou investici z administrativního hlediska správnému zdroji.

Odbornou veřejností je program vnímán jako **administrativně velmi náročný s časovými změnami podmínek**. V případě odborné veřejnosti je však vnímání programu ovlivněno více než realizací cílených komunikačních aktivit především osobní zkušeností s programem (procesem žádání o dotace, kontaktem s implementační strukturou apod.).

Kvalitu vnímání ESF (OP LZZ) ovlivňují též názory veřejnosti na průhlednost rozdělování finančních prostředků. Většina široké veřejnosti a polovina odborné veřejnosti se domnívá, **že rozdělování finančních prostředků ze strukturálních fondů není dostatečně transparentní**.

2.4. POVĚDOMÍ O MOŽNOSTECH ZAPOJENÍ DO PROGRAMU

Povědomí o možnosti zapojení se do OP LZZ se výrazně liší mezi širokou a odbornou veřejností.

Široká veřejnost spíše **netuší, kdo může o dotaci žádat, a nedokáže posoudit**, zda je pro ni OP LZZ **využitelný**. Žádný komunikační nástroj OP LZZ neprezentuje výrazně možnost zapojit se / přímo profitovat z čerpání prostředků, což se promítá v četném hodnocení programu jako osobně nevyužitelného (65 % populace). Veřejnost tak sice vnímá program jako prospěšný, ale spíše pro ostatní, což může být důsledek toho, že si nedokáže spojit konkrétní přínosy programu se situací ve svém okolí.

V případě odborné veřejnosti je míra informovanosti o možnosti využít OP LZZ na kvalitativně jiné úrovni - **téměř polovina odborné veřejnosti má přímou zkušenost s čerpáním finančních prostředků z OP LZZ**. O vysoké míře aktivizace svědčí i **zájem žadatelů o dotace z OP LZZ**. V letech 2007–2010 bylo **podáno téměř 8,5 tis. žádostí o dotaci v celkové výši 69 mld. Kč**, což představuje téměř trojnásobně vyšší částku, než jaká byla alokována na výzvy vyhlášené v těchto letech.

3 Hodnocení komunikačního procesu



Pro posouzení úspěšnosti dosahování komunikačních cílů je třeba vyhodnotit **kvalitu řízení** komunikačního procesu (**plánování, realizace, hodnocení**) a **kvalitu exekuce** nástrojů využitých v rámci implementace komunikačního plánu.

Posuzování bylo provedeno podle stanovených kritérií 3E (Effectiveness, Efficiency, Economy – **účelnost, účinnost, úspornost**) hodnotících „výkon“ komunikačního procesu OP LZZ v daném období.

3.1. PLÁNOVÁNÍ KOMUNIKAČNÍCH AKTIVIT

Proces plánování komunikačních aktivit by měl být pevně zakotven ve struktuře řízení programu, provázán s jeho potřebami a stanovovat konkrétní, měřitelné a dosažitelné cíle. Účelnost a účinnost plánování komunikačních aktivit OP LZZ mohou zvýšit:

- definování komunikačních cílů se zapojením všech agend řízení programu a vedení Řídicí orgán a posílení orientace komunikačních cílů na kvalitativní aspekty – znalosti a postoje cílových skupin;
- definování komunikačních cílů tak, aby lépe splňovaly kritéria „SMART“ – byly dostatečně konkrétní, měřitelné, resp. ověřitelné, dosažitelné a lépe provázané s aktuálními potřebami programu;
- kvantifikace komunikačních cílů.

3.2. HODNOCENÍ KOMUNIKAČNÍCH AKTIVIT

Hodnocení pokroku v naplňování komunikačních cílů by mělo být založeno na sledování vypovídajících „ukazatelů výkonu komunikace“ a umožňovat včas reagovat na změny vnějšího prostředí a potřeb programu. Účelnost a účinnost hodnocení komunikačních aktivit OP LZZ mohou dále zvýšit:

- rozšíření dosavadního pravidelného způsobu reportování komunikačních aktivit (ve výročních zprávách OP LZZ) o hodnocení dopadu a posouzení úspěšnosti dosavadní strategie za účelem její případné revize;
- optimalizace současných monitorovacích indikátorů tak, aby měly větší vypovídací schopnost vůči naplňování cílů KoP, kvalitě realizovaných aktivit a také kladly větší důraz na sledování kvalitativních aspektů znalosti u cílových skupin KoP;
- realizace průběžného hodnocení komunikačních aktivit mezi ročními a víceletými evaluacemi s cílem sledovat změny a trendy v chování a postojích cílových skupin, míru jejich oslovení komunikačními nástroji a provést úpravy strategie.

3.3. REALIZACE KOMUNIKAČNÍCH AKTIVIT

V hodnoceném období 2007–2010 byly Řídícím orgánem OP LZZ a zprostředkujícími subjekty (MPO ČR, MV ČR a MPSV ČR) naplněny prakticky všechny naplánované komunikační aktivity. Pokrývaly následující základní kategorie komunikačního mixu:

- **on-line komunikace** (webové stránky OP LZZ)
- **mediální komunikace** (tiskové zprávy a uveřejněné články)
- **přímá komunikace** (konference, veletrhy a semináře)
- **audiovizuální aktivity** (televizní a rozhlasové spoty)
- **propagační předměty** (bloky, desky, pera apod.)

Kvalitní proces řízení komunikace umožňuje realizaci komunikačních aktivit v kvalitě, která zaručuje dopad na cílové skupiny a plnění komunikačních cílů. Vyšší účelnost a účinnost realizace dosavadních komunikačních aktivit OP LZZ dosud omezovaly např. následující faktory:

- nízká flexibilita v realizaci aktivit vyplývající z obecné zdlouhavosti schvalovacích procesů v administrativním prostředí státní správy;
- změny ve vedení ministerstev a jejich dopad na spolehlivost časování aktivit;
- zatím ne zcela dostatečné pojetí komunikace jako strategické a průřezové agendy v řízení celého programu a agendách všech jeho útvarů.

Přestože některé výše uvedené faktory nemůže Řídící orgán OP LZZ ovlivnit, může se snažit o další zvýšení kvality komunikačního procesu v těch oblastech, kde to možné je. Současný vývoj nasvědčuje tomu, že Řídící orgán si je těchto oblastí vědom a podniká příslušné kroky k jejich zlepšení, např. komplexním uchopením komunikačních aktivit v rámci jediné dlouhodobé veřejné zakázky. Ta by měla pomoci i uceleněji a pružněji reagovat na jednotlivé komunikační potřeby a úkoly v dalších letech.

3.4. HODNOCENÍ KVALITY NÁSTROJŮ KOP OP LZZ

On-line komunikace

Online komunikace patří k nejlépe hodnoceným komunikačním nástrojům, především ze strany odborné veřejnosti. Mezi cílovými skupinami patří Internet k nejvíce využívaným komunikačním prostředkům a tyto skupiny z něj také čerpají nejvíce informací o ESF. Řídící orgán k on-line komunikaci využívá především webové stránky ESF v ČR www.esfcr.cz. Ty jsou dosud koncipovány především pro odbornou veřejnost. Ke zvýšení jejich dopadu je vhodné více přizpůsobit tyto webové stránky i uživatelům z řad široké veřejnosti.

NÁSTROJ	FORMA	INDIKÁTORY VÝSTUPU	2007	2008	2009	2010	2007–2010
Internet (webové stránky)	Provoz a rozvoj webové stránky www.esfcr.cz, kde budou uveřejňovány informace o OP LZZ a jeho všech realizovaných projektech	Návštěvnost stránek	576 000	480 000	576 000	789 000	2 265 000
		Počet stažených publikací z www stránek	520 774			234 753	755 527
Tištěné a filmové materiály	Brožury, informační letáky a plakáty, pokyny pro žadatele, naučné, instruktážní a propagační filmy či reportáže na videu, DVD či CD-ROMu	Počet vytvořených publikací	9	5	3	18	35
		Počet výtisků publikací	25 700	26 300	3 054	26 900	81 954
Výroční a závěrečné zprávy	Za program a za jednotlivé projekty	Počet stažených výročních zpráv z www stránek	302	503	612	0	1417
Semináře a školení	Celostátní, regionální	Počet uspořádaných akcí	0	11	56	89	156
		Počet účastníků na akcích	0	660	2 699	5 763	9 112
Konference, veletrhy	Prezentace programů a projektů na tematicky zaměřených konferencích a veletrzích (mezinárodní, celostátní, regionální)	Počet uspořádaných akcí	2	1	5	2	10
		Počet účastníků na akcích	507	0	95 095	20 500	116 102
Komunikace s médii (tisk, televize, rozhlas, Internet)	Celostátní, regionální (tiskové konference, články, reportáže, rozhovory, inzerce, atp.)	Počet uspořádaných akcí	13	30	15	66	124
		Počet uveřejněných příspěvků	34	34	27	271	356
Propagační předměty	Bloky, desky, pera, tašky, samolepky, atp. dle zaměření a účelu	Počet vyrobených ks	3 300	4 000	96 865	31 515	135 680
Kampaně (Internet, billboardy, citylighty, televizní spoty, rozhlasové spoty)	Zvyšování povědomí o ESF a OP LZZ pomocí zaměřených kampaní	Počet vytvořených kampaní	0	2	0	2	4
		Počet uveřejněných/odvysílaných produktů	0	188	0	36	224
Databázový mailing	Rozesílání novinek registrovaným uživatelům webových stránek	Počet vytvořených produktů	0	0	1	1	1
		Počet oslovených	0	0	1 831	3 048	3 048

**Tabluka: Souhrn realizovaných komunikačních aktivit
Komunikačního plánu pro OP LZZ za období 2007–2010**

V období 2007–2010 bylo na realizaci komunikačních aktivit **vynaloženo více než 24 mil. Kč z prostředků technické pomoci OP LZZ.**

ROK	2007	2008	2009	2010	2007–2010
Celkem vyfakturované výdaje (v tis. Kč s DPH)	0	4 978	7 673	11 623	24 275

Skutečné výdaje byly sice nižší než původně odhadované (a pravděpodobně i poněkud nadhodnocené) výdaje, nicméně i s nižším rozpočtem byly realizovány všechny klíčové aktivity KoPu.

Audiovizuální komunikace

Audiovizuální výstupy mají dopad především na širokou veřejnost. Celých 72 % široké veřejnosti považuje televizi za vhodný informační nástroj o OP LZZ, pro odbornou veřejnost televize naopak představuje vhodný informační kanál jen v 13 %. Audiovizuální kampaň ESF probíhala formou TV spotů a reportáží o projektech v pořadech, které byly s ESF tematicky propojené. To bylo hodnoceno velmi pozitivně a do budoucna je vhodné ve spolupráci s podobnými typy pořadů pokračovat. Pozitivně jsou také hodnoceny TV spoty ESF vytvořené v roce 2008, které plně splňují nároky na podobný formát komerční marketingové komunikace. Některé jiné hodnocené materiály byly, co do schopnosti oslovovat cílovou skupinu, provedeny méně zdařile.

Redakční spolupráce

Redakční spolupráce představuje další komunikační nástroj, jehož dopad na širokou veřejnost je významný. Denní tisk také tvoří druhý nejčastější zdroj informací ohledně OP LZZ a celých 75 % široké veřejnosti považují tištěná média za vhodná pro informování o strukturálních fondech. Jedním z nejdůležitějších prvků redakční spolupráce jsou tiskové zprávy. Pro zvýšení jejich dopadu by bylo dobré omezit odborné výrazy a soustředit se více na zmínky o konkrétních projektech a citace realizátorů.

Přímá komunikace

Nástroje přímé komunikace (konzultace, semináře, školení) **preferuje především cílová skupina odborné veřejnosti** – pro tuto cílovou skupinu znamená čtvrtý nejvyužívanější informační zdroj. Jakkoli je tento způsob komunikace ceněn, naráží na limity, které vyplývají mj. z kapacitních možností. Řešení může spočívat například v rozšíření využívání diskusních platforem (ESF Fórum <https://forum.esfcr.cz/index.htm>) a jejich dalším technickém zdokonalení (zavedením určité formy „online konzultací“).

Tištěné materiály a propagační předměty

Publikace, letáky a jiné tištěné materiály doplňují ostatní komunikační aktivity. Většina publikací je zaměřena „návodně“ – týká se tématu, jak čerpat ze strukturálních fondů. Podobně jako tištěné materiály, propagační předměty doplňují a podporují komunikační mix.

Slouží především jako prostředek upevnění vztahu žadatelů a příjemců k programu. Odborná veřejnost hodnotí propagační předměty pozitivně především pro jejich praktičnost (kancelářské potřeby, PC doplňky apod.). Oceňovány jsou i předměty, které se tematicky dotýkají ESF – například produkty z chráněných dílen nebo Fair Trade výrobky.

4 Shrnutí doporučení pro realizaci komunikačních aktivit 2011–2015

V návaznosti na učiněná zjištění formuloval evaluátor následující doporučení:

Doporučení pro plánování komunikačních aktivit OP LZZ

- Definovat komunikační cíle ve vazbě na skutečné, aktuální potřeby programu a v konsenzu všech útvarů ŘO.
- Posílit zapojení vedení ŘO do plánování cílů komunikace a posílit angažovanost ostatních útvarů na komunikačním procesu.
- Přistupovat systematicky a metodicky k tvorbě i realizaci ročních komunikačních plánů.

Doporučení k monitorování a hodnocení komunikačních aktivit OP LZZ

- Formulovat dopadové indikátory ve vazbě na definované cíle KoP tak, aby vypovídaly o míře jejich plnění a kvantifikovat cílové hodnoty, aby bylo možné průběžně posuzovat úspěšnost komunikačních aktivit.
- Realizovat systematické sledování a hodnocení komunikace OP LZZ na všech úrovních – průběžné, roční, souhrnné.

Doporučení k řízení komunikačních aktivit OP LZZ

- Posílit vnímání významu role publicity uvnitř Řídicího orgánu OP LZZ.
- V oblasti mediální komunikace systematizovat spolupráci s tiskovým oddělením MPSV formou rozvíjení spolupráce s vybraným specializovaným pracovníkem tiskového oddělení.

Doporučení k budování kapacit v oblasti marketingové komunikace

- Průběžně udržovat a posilovat odborné kapacity ŘO v oblasti marketingové komunikace.

Praktická doporučení

- Praktická doporučení pro jednotlivé nástroje komunikačního mixu jsou součástí závěrečné zprávy z této evaluace.

5 Závěr

V hodnocených letech 2007–2010 byly řídicím orgánem a zprostředkujícími subjekty realizovány prakticky všechny naplánované komunikační aktivity OP LZZ. Ze závěrů této evaluace vyplývá, že tyto aktivity významnou měrou přispěly k naplňování stanoveného hlavního komunikačního cíle programu – „zvýšení povědomí široké veřejnosti o pomoci poskytované České republice ze strukturálních fondů, především z Evropského sociálního fondu a Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost, zvýšení její transparentnosti a vytvoření jednotné představy o této pomoci na všech úrovních implementace“. Povědomí široké i odborné veřejnosti o probíhající podpoře z fondů EU obecně je v ČR poměrně vysoké (80 % u široké veřejnosti, respektive 98 % u odborné veřejnosti). Většina občanů ČR (podobně jako většina občanů EU) je přitom přesvědčena o pozitivním dopadu projektů spolufinancovaných z fondů EU a zhruba polovina veřejnosti zná ze svého okolí projekt spolufinancovaný ze strukturálních fondů. Povědomí o ESF v české populaci (38%) aktuálně zhruba odpovídá průměru EU (40%), ovšem oproti roku 2007 se přibližně zdvojnásobilo. Povědomí široké veřejnosti o konkrétních operačních programech financovaných z ESF je nižší, existenci OP LZZ zaznamenalo 35 % Čechů (7 % v případě OP Praha adaptabilita, 23 % OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost), nicméně vzrůstá.

OP LZZ je širokou veřejností obecně považován za prospěšný, významný a zajímavý, ale zároveň složitý a pro většinu málo osobně využitelný. Velký potenciál dalšího rozvoje komunikačních aktivit OP LZZ tedy představuje především komunikace směrem k široké veřejnosti. Odborná veřejnost složená především z potenciálních žadatelů, žadatelů a příjemců je méně citlivá na roztržičnost komunikačních aktivit. Její názory na ESF, OP LZZ a fondy EU obecně jsou však utvářeny spíše skrze přímou zkušenost s implementací, než skrze reflexi komunikačních aktivit. Téměř polovina odborné veřejnosti má přímou zkušenost s čerpáním finančních prostředků z OP LZZ.

Odbornou veřejností je program vnímán jako administrativně velmi náročný s častými změnami podmínek.

Realizované komunikační aktivity pokrývaly v letech 2007-2010 všechny základní kategorie komunikačního mixu (od přímé či online komunikace až po propagační předměty) a online komunikace patří k nejlépe hodnoceným komunikačním nástrojům.

Dosažené výsledky komunikačních aktivit OP LZZ a ESF v první polovině programovacího období 2007-2013 je však třeba vnímat v širším kontextu jejich zasazení do institucionálního prostředí čerpání fondů EU v ČR i na úrovni EU. Hlavní cíle komunikace v oblasti fondů EU, tj. poskytovat transparentní informace a propagovat výsledky a společenskou přidanou hodnotu investovaných veřejných prostředků, jsou jednot-

livými implementačními stupni a subjekty pojmány různě. Z tohoto důvodu může být někdy složité tyto cíle účinně naplnit. Nejednotná komunikace odpovídá způsobu čerpání peněz z fondů EU v ČR s fragmentovanou institucionální strukturou a řadou autonomně realizovaných komunikačních strategií. To do značné míry brání široké veřejnosti tématu fondů EU lépe porozumět.

Česká, stejně jako evropská veřejnost nerozlišuje mezi jednotlivými strukturálními fondy ani operačními programy a neorientuje se v komplikované struktuře čerpání dotací. Strukturální fondy pro ně představují jednoduše „evropské peníze“ nebo „evropské dotace“. S klesajícím stupněm implementace podpory EU (strukturální fondy – Evropský sociální fond – operační programy – konkrétní operační program) se povědomí výrazně snižuje.

Realizovaný komunikační plán OP LZZ představuje pouze jeden z faktorů, který formuje výsledný názor veřejnosti (široké i odborné) na OP LZZ, ESF a fondy EU obecně. Z obecného pohledu tak komunikace fondů EU stojí před dvěma základními výzvami: integrovat obecnou komunikaci vůči veřejnosti, aby lépe odpovídala jejímu chápání tématu a ve vztahu k žadatelům a příjemcům pojmát komunikaci jako neoddělitelnou součást zvyšování kvality poskytované veřejné služby, prostupující veškeré agendy řízení programu. Tato evaluační studie poskytuje celou řadu doporučení i praktických návrhů, jak na tyto výzvy konstruktivně reagovat. Tím by měla být dále posílena kvalita komunikačních aktivit OP LZZ a zvýšen jejich dopad na to, jak veřejnost v ČR podporu z fondů EU vnímá.

English summary

This brochure introduces a summary of the project “Evaluation of Communication and Promotional Activities of the OP HRE.” The evaluation meets obligation resulting from Commission Regulation (EC) 1826/2006 art. 4. The evaluation has been realized since June 2010 and is expected to be brought to an end by May/June 2011, when the final report containing detailed description of research, findings and recommendations is going to be concluded. After it is finalized, the report is going to be made publically accessible on www.esfcr.cz.

The evaluation was realized with objective to check a current state of awareness of the OP HRE Communication plan (CoP OP HRE) target groups about the OP HRE and the European Social Fund and the progress achieved between years 2007-2010. Another objective was to assess an efficiency of communication activities, tools and sources of OP HRE in years 2007-2010. A significant part of the evaluation was dedicated to methodical and practical proposals for improving the OP HRE communication in the second half of the programming period.

In the assessed period 2007-2010 the OP HRE managing authority and intermediate bodies (Ministry of Industry and Trade, Ministry of Interior, and Ministry of Labour and Social Affairs) carried out practically all planned communication activities. Based on the findings of the evaluation it can be concluded, that the activities brought significant contribution to fulfilling the global objective of the OP HRE i.e. “enhancing the awareness of the public about the assistance provided to the Czech republic from the structural funds, notably European Social Fund and Operational Program Human Resources Development, enhancing its transparency and forming a uniform perception of the assistance at all the levels of program implementation.”

Awareness of general and professional public about the proceeding EU funds support is in general relatively high (80 % respectively 98 %). A majority of Czech (as well as EU) population is convinced of a positive impact of the projects co-financed from the EU funds and approximately one half of public knows a co-financed project from their own surroundings. One fifth of the Czechs have recently recognized how the EU helps in the field of human resources development. Awareness about the ESF in the Czech population (38 %) currently roughly corresponds with the EU average (40 %), nevertheless, compared to the year 2007 it nearly doubled. The awareness of general public of concrete ESF funded programs is lower, the OP HRE has been noted by 35 % of Czechs (7 % in case of OP Prague – Adaptability; 23 % OP Education for Competitiveness) yet it has been rising.

The OP HRE is generally considered beneficial, significant and interesting but at the same time complicated and for a majority of people also little useful from personal point of view. Therefore, major potential for future communication of the OP lies in the communication to general public.

A professional public, i.e. potential applicants, applicants and recipients are less sensitive to fragmentation of communication on the level of EU funds and OPs. Its opinions on the ESF, the OP HRE and the EU funds are generally formed primarily through a real, direct experience with the administrative process of application and realization of a project. Almost half of professional public has direct experience with the OP HRE implementation. In 2007-2010 period almost 8,5 thousands of applications in total amount of 69 billion CZK were submitted which represents almost three times higher amount than the allocation for entire programming period. Professional public perceived the programme as administratively very demanding with frequent condition changing.

Executed communication activities of OP HRE covered all the basic categories of the communication mix ranging from direct communication to promotional items). Online communication has been among the best rated tools.

Results of the OP HRE and the ESF communication activities achieved in the first half of the programming period 2007-2013 should be perceived in wider context of an institutional environment of the EU structural funds in the CR and also on the EU level. Fundamental communication goals in the EU funds agenda, as defined in the EU legislation – i.e. to transparently provide information and to promote results / social added value of invested public resources, are by each implementation level understood in a particular way. As a result, their efficient fulfilling may often be rather complicated. Decentralized communication reflects the overall system of EU funds distribution in the CR with fragmented institutional structure and de-facto autonomously realized communication strategies. The aforementioned factors present a barrier of for wide public to approach the topic more closely.

Neither Czech nor European society distinguish between individual structural funds and operational programmes and does not orientate itself in a complex structure of drawing the subsidies. Structural funds mean to them more or less “the European money” or “the European subsidies.” With a decreasing level of the EU support implementation (structural funds – European Social Fund – operational programme – concrete operational programme); the awareness is significantly decreasing.

Realized communications plan thus represents just one of the factors, which form the opinion of the public on the OP HRE, ESF and EU funds in general. Generally, communication on EU funds thus faces two basic challenges: to integrate the

communication towards general public in order to make it more consistent with the public perception of the topic; vis-à-vis applicants and beneficiaries to understand and integrate communication as an intrinsic part of enhancing the quality of providing public services, which penetrates all the agendas of the programme implementation. This study provides the Managing authority with number of recommendations and proposals, how to meet these challenges in a most constructive manner. Thus it should be able to contribute to the further enhancement of the quality of communication activities and increase their impact on public opinion on the EU funds in the Czech Republic.