

INFORMAČNÍ A PROPAGAČNÍ STRATEGIE

STRATEGICKÝ PLÁN SZP NA OBDOBÍ 2023–2027



**Spolufinancováno
Evropskou unií**



V souladu s čl. 123 (2) (k) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2021/2115 odpovídá Řídicí orgán za zajištění propagace Strategického plánu SZP na období 2023–2027 (dále jen “SP SZP”), včetně propagace prostřednictvím národní sítě pro SZP, jejíž úkoly v rámci ČR zajišťuje Celostátní síť pro venkov. O aktivitách v oblasti publicity a informování je pravidelně informován Monitorovací výbor SP SZP.

Propagační aktivity realizované v rámci SP SZP budou koordinovány s resortní komunikační kampaní na úrovni MZe i SZIF. Současně bude sledován soulad s komunikačními aktivitami Evropských strukturálních a investičních fondů, jejichž zastřešující komunikační strategii zajišťuje Ministerstvo pro místní rozvoj.

Zpracovatel: Ministerstvo zemědělství, odbor Řídicí orgán rozvoje venkova

Verze I: březen 2023

Obsah

I	Cíle strategie a cílové skupiny	3
I.1	Cíle strategie.....	3
I.2	Cílové skupiny	4
I.1.1.	Potenciální příjemci.....	4
I.1.2.	Široká veřejnost.....	4
I.1.3.	Partneři a nevládní organizace (odborná veřejnost)	5
I.1.4.	Média.....	5
2	Komunikační nástroje	6
3	Předběžný rozpočet informační a propagační strategie SP SZP	10
4	Popis správních orgánů, včetně lidských zdrojů, odpovědných za provádění informačních a propagačních akcí.....	10
5	Úloha CSV a její přispění k provádění této strategie	10
5.1	Příklad aktivit CSV, které přispějí k naplnění této strategie	11
6	Monitorování výstupů a výsledků strategie v oblasti informačních a propagačních akcí.....	11
	Příloha – Vysvětlení obsahu indikátorů	12

I Cíle strategie a cílové skupiny

Hlavním úkolem informačních a propagačních aktivit v rámci Strategického plánu SZP na období 2023–2027 (dále jen “SP SZP”) je informování potenciálních příjemců, profesních organizací, hospodářských a sociálních partnerů, subjektů podílejících se na prosazování genderové rovnosti a dotčených nevládních organizací, včetně organizací na ochranu životního prostředí, o možnostech, které SP SZP nabízí, a o pravidlech pro získání přístupu k financování ze SP SZP. Dalším úkolem je zajištění informování zemědělců a jiných příjemců a široké veřejnosti o podpoře zemědělství a rozvoje venkova poskytované Uní prostřednictvím SP SZP.

I.1 Cíle strategie

V rámci informování potenciálních příjemců (více o této cílové skupině dále) můžeme definovat níže uvedené obecné a specifické cíle.

Obecný cíl:

- poskytovat informace o společné zemědělské politice, umožnění jejího pochopení
- propagovat přínosy SP SZP a informovat veřejnost o jeho úloze
- podporovat publicitu SP SZP tak, aby byla zaručena transparentnost SP SZP a jeho pomoci

Specifický cíl:

- zvýšit povědomí a znalost obsahu SP SZP,
- cílové skupiny účinně informovat o možnostech, které nabízí SP SZP,
- cílové skupiny účinně informovat o požadavcích na účast v SP SZP,
- zajistit snadný a rychlý přístup k informacím o řízení a správě SP SZP, včetně informací o úloze Unie (více v další části),
- na vyžádání poskytovat vhodné a dostatečné informace o SP SZP a aktuální informace o nabízených dotačních titulech (intervencích) v rámci SP SZP a provádění kontrol jejich podmínek,
- poskytovat aktuální informace o pravidlech podmíněnosti,
- zvyšovat informovanost veřejnosti o obsahu a cílech společné zemědělské politiky.

V rámci informování široké veřejnosti o podpoře zemědělství a rozvoje venkova poskytované Uní prostřednictvím SP SZP definujeme níže uvedené obecné a specifické cíle.

Obecný cíl:

- poskytování informací o podpoře zemědělství a rozvoje venkova (společné zemědělské politice), roli Evropské unie a umožnění jejich pochopení

Specifický cíl:

- zajistit snadný a rychlý přístup k informacím o společné zemědělské politice a o roli Evropské unie

I.2 Cílové skupiny

Tato komunikační strategie vymezuje čtyři hlavní cílové skupiny:

1. Potenciální příjemci dotace
2. Široká veřejnost
3. Partneři a nevládní organizace (odborná veřejnost)
4. Média

I.1.1. Potenciální příjemci

Žadatelé

- Zástupci této skupiny jsou subjekty, které odpovídají definici oprávněného žadatele ucházet se o podporu a předkládají svou žádost za účelem získání podpory ze SP SZP. Jedná se jak o subjekty, které mají zájem o realizaci projektů, tak i o subjekty, které mají zájem o získání plošné dotace či dotace v rámci pilíře I SZP (přímé platby a sektorové intervence). V tomto ohledu je nutné jim včas poskytnout informace o možnostech financování a o zveřejněných výzvách k předkládání žádostí. Dále by měli být informováni i o správných postupech, které je třeba dodržet, aby vznikl nárok na financování, o postupech posuzování žádostí o financování, o podmínkách a/nebo kritériích způsobilosti pro výběr a hodnocení projektů atd.
- Komunikační nástroje pro tuto skupinu jsou především webové stránky Ministerstva zemědělství a Státního zemědělského intervenčního fondu (akreditované platební agentury) včetně Portálu farmáře MZe a Portálu farmáře SZIF. Dalšími nástroji budou metodiky a příručky pro žadatele, konference, odborné semináře, informační pulty v rámci významných odborných propagačních akcí na národní i regionální úrovni.

I.1.2. Široká veřejnost

Mladá generace do 18 let

- Důležitá cílová skupina, která se nepodílí přímo na realizaci SP SZP, ale je třeba jí poskytovat přiměřenou formou informace o způsobech pomoci ze SP SZP. Informace určené pro tuto cílovou skupinu jsou jak obecnějšího charakteru (zaměřené na pozitivní sdělení o přínosech SP SZP), tak zaměřeny na podání podrobnějších informací vybrané cílové skupině zájemců o problematiku SZP. Tato cílová skupina je potenciálním zásobníkem budoucích žadatelů pro intervence SP SZP zaměřené na mladé začínající zemědělce.
- Možnými komunikačními nástroji budujícími povědomí široké veřejnosti o SP SZP budou zejména webové stránky, sociální sítě, servery pro sdílení videosouborů, články v tisku, prezentace spojené s atraktivní formou komunikace (např. soutěže, předvádění dovedností atd.) na odborných propagačních akcích, přímá komunikace ve formě exkurzí.

Občané ČR 18+/potenciální žadatelé

- Jedná se o cílovou skupinu, z jejichž řad se mohou profilovat budoucí žadatele v SP SZP. Cílem je probudit aktivní zájem o problematiku u těchto osob tak, aby se po vyhodnocení získaných informací stali úspěšnými žadateli ze SP SZP. Informace pro tuto cílovou skupinu jsou již více

odborného charakteru a poskytují detailnější informace k jednotlivým intervencím. Mezi důležité potenciální žadatele patří podnikatelé v oblasti zemědělské a potravinářské výroby, nevládní neziskové organizace, subjekty místní samosprávy, vzdělávací a výzkumné instituce atd.

- Je možno využít v podstatě veškeré komunikační nástroje uváděné v tomto dokumentu.

I.1.3. Partneři a nevládní organizace (odborná veřejnost)

Monitorovací výbor SP SZP

- Monitorovací výbor SP SZP (dále jen „MV SP SZP“) je odpovědný za sledování poskytované pomoci, projednává návrhy na změnu SP SZP. Projednává kritéria, podle kterých jsou vybírány projekty k realizaci. Členy MV SP SZP jsou zástupci příslušných řídicích a koordinačních subjektů a partnerů (odbory ministerstev, partnerská ministerstva, kraje, obce, nestátní neziskové organizace, zástupci hospodářských a sociálních partnerů apod.).
- Komunikace probíhá především na pravidelných jednáních.

Koordinační výbor Celostátní sítě pro venkov, Koordinační skupina MZe

- Tyto pracovní orgány Celostátní sítě pro venkov (dále jen „CSV“) se mimo jiné zaměřují na podporu realizace komunikačních aktivit SP SZP. Zároveň jsou také poradními orgány v rámci organizační struktury CSV. CSV bude v programovém období 2023–2027 vykonávat úkoly a aktivity určené národní síti pro SZP.
- Komunikace s touto cílovou skupinou probíhá pomocí pravidelných jednání. Dalšími komunikačními nástroji jsou také direct maily nebo odborné semináře.

Vzdělávací a výzkumné instituce, subjekty AKIS

- Tyto odborné subjekty jsou významným zdrojem informací pro celou řadu potenciálních žadatelů/příjemců dotací ze SP SZP. Dále je předpoklad, že budou hrát významnou roli v rámci realizací projektů spolupráce, inovačních projektů a přenášení výsledků výzkumu do praxe. Koordinačním orgánem AKIS je Ministerstvo zemědělství, výrazným článkem organizační struktury pak Ústav zemědělské ekonomiky a informací.
- Jako komunikační nástroje jsou využívány především pracovní skupiny, webové stránky, tiskoviny, odborné semináře, konference atd.

Kontrolní organizace podílející se na provádění kontrol plnění dotačních podmínek

- Tyto organizace jako např. Česká plemenářská inspekce, Česká inspekce životního prostředí, Státní veterinární správa, Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (dále jen „ÚKZÚZ“), Státní zemědělská a potravinářská inspekce a SZIF jsou také významným zdrojem informací pro celou řadu potenciálních žadatelů/příjemců dotací ze SP SZP.
- Komunikačními nástroji pro tuto cílovou skupinu jsou především direct mail a pravidelná jednání.

I.1.4. Média

- Tato cílová skupina představuje především zástupce masových komunikačních médií (rozhlas, televize, tisk, internet), jejichž posláním je umožnit přenos sdělení od zdroje k příjemci. Jejím vlivem je klíčový na utváření povědomí o SP SZP především u široké veřejnosti, ale také u tvůrců veřejného mínění a osob s rozhodovacími pravomocemi ve veřejném sektoru. Je velmi náročná

na kvalitu poskytovaných informací ve smyslu popisu konkrétních přínosů a dopadů SP SZP do života regionů, představení úspěšně realizovaných projektů a konkrétních osobností spojených s čerpáním dotací. Vyžaduje jednoduchou, srozumitelnou a včasnou informaci.

- Vedle klasických nástrojů komunikace (např. tiskové zprávy a konference) je nezbytné dlouhodobé budování informačních vazeb. Komunikaci s touto cílovou skupinou zajišťuje primárně tiskové oddělení Ministerstva zemědělství.

Pro úspěšné doručení sdělení cílovým skupinám je nutné rozlišovat mezi jejich specifickými a reálnými potřebami. Je třeba předat cílovým skupinám **odpovídající sdělení** (rozsah, obsah, míra podrobnosti sdělení apod.), **odpovídajícím způsobem** (forma sdělení, použité komunikační nástroje, načasování, předpokládaná životnost sdělení apod.) a **co možná nejefektivněji** (účelnost, hospodárnost, zásada 3E).

2 Komunikační nástroje

Pro účel této strategie byly definovány vhodné komunikační nástroje tak, aby byla zajištěna odpovídající informovanost všech cílových skupin. Níže definované nástroje¹ byly vybrány tak, aby mohly vhodně přispívat k cílům této informační strategie. Je nutno poznamenat, že se nejedná o uzavřenou množinu nástrojů. V závislosti na vývoji potřeb cílových skupin a komunikačních nástrojů je možné množinu nástrojů rozšířit, případně některé z nich nevyužít.

V průběhu celého programového období reagují komunikační aktivity na aktuální situaci v oblasti implementace SP SZP. Orientační nasazení komunikačních nástrojů je naplánováno na celé programové období. Použití těchto nástrojů bude dále zpřesňováno v každoroční aktualizaci informační a propagační činnosti této strategie. Veškeré nástroje mohou být používány průběžně a intenzita jejich využívání bude vázána na výsledky evaluací a zkušeností. V průběhu času se tak může měnit i výběr komunikačních nástrojů vhodných k oslovení jednotlivých cílových skupin, a to v závislosti na tom, jaké komunikační nástroje cílové skupiny aktuálně využívají.

Komunikace s médii a PR		
Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
Tisková konference	Tisková konference je klasický způsob předání aktuálních informací médiím za osobní účasti novinářů.	<ul style="list-style-type: none"> • Média • Zprostředkovaně odborná a široká veřejnost
Tiskový brífink	Tiskový brífink je kratší a více improvizovaná forma setkání s médii.	<ul style="list-style-type: none"> • Média • Zprostředkovaně odborná a široká veřejnost

¹ Definice jednotlivých komunikačních nástrojů je obecná a může se v průběhu času měnit s ohledem na vývoj mediálního prostředí.

Tisková zpráva	Tisková zpráva je klasický způsob předání aktuálních informací médiím bez osobní účasti novinářů.	<ul style="list-style-type: none"> • Média • Zprostředkovaně odborná a široká veřejnost
Media relations	Jedná se o spolupráci s vybraným okruhem médií, která mají k SP SZP tematicky blízko. Možnost mediálního partnerství.	<ul style="list-style-type: none"> • Média • Zprostředkovaně odborná a široká veřejnost

Mediální komunikace - reklama

Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
Tisková inzerce	Tento nástroj je vhodný ke kampaním zaměřeným na odbornou veřejnost, nebo potenciální žadatele. Možno využít i vytvoření tematických příloh, vkladů, či regionálního zacílení inzerce.	<ul style="list-style-type: none"> • Odborná veřejnost • Potenciální příjemci
Rozhlas	Možnost využít klasický reklamní čas, sponzoring, či speciální rozhlasový formát (např. pořad). Velký výběr rozhlasových stanic s možností regionálního zacílení.	<ul style="list-style-type: none"> • Široká veřejnost • Odborná veřejnost
Televize	Možnost využít klasický reklamní čas, sponzoring, či speciální TV formát (např. pořad). Je možné reklamu i regionálně zacílit, využitím regionálních TV stanic. Díky rozvoji DVBT je i větší dostupnost menších TV stanic k širšímu okruhu diváků.	<ul style="list-style-type: none"> • Široká veřejnost • Odborná veřejnost
Internet	Nejčastější využití je formou bannerových reklamních formátů umístěných na navštěvovaných webových stránkách – zejména rozcestníky, zpravodajské servery, zájmové weby dle tematického zaměření SP SZP, nebo PPC reklama s vhodně nastavenými výrazy v rámci tematického zaměření SP SZP.	<ul style="list-style-type: none"> • Široká veřejnost

On-line komunikace

Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
Webový portál k SP SZP	Bude zde umístěn základní popis SP SZP, aktuální výzvy, seznam příjemců (operací) programu, výroční a evaluační zprávy, kontakty, informace a dokumenty pro žadatele a příjemce, případné novinky atd. Webové stránky budou poskytovat možnost odebírání novinek prostřednictvím RSS kanálu. Možnost vytvoření mobilní verze pro „chytré mobilní telefony.“	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciální příjemci • Odborná veřejnost • Široká veřejnost
Portál farmáře MZe a Portál farmáře SZIF	Portál farmáře MZe je rozcestníkem k aplikacím Ministerstva zemědělství a dalším aplikacím rezortu MZe (zejména SZIF a ÚKZÚZ).	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciální příjemci • Odborná veřejnost

	Přes Portál farmáře SZIF probíhá komunikace žadatele/příjemce dotace (registrovaného v systému) se SZIF. Zároveň může sloužit k rychlé cílené komunikaci napřímo směrem k potenciálním příjemcům a příjemcům.	<ul style="list-style-type: none"> Široká veřejnost
Speciální webové stránky	Může se jednat o webové stránky stojící mimo portál SP SZP, které jsou přímo spojené např. s aktuální komunikační kampaní, výroční konferencí atp. Možnost vytvoření mobilní verze pro „chytré mobilní telefony.“	<ul style="list-style-type: none"> Potenciální příjemci Široká veřejnost Odborná veřejnost
Sociální sítě	Sociální sítě (např. Facebook, Twitter apod.) se dají využít jak pro komunikaci vůči široké veřejnosti, tak pro komunikaci vůči odborné veřejnosti – potenciálním žadatelům, příjemcům, opinionmakerům.	<ul style="list-style-type: none"> Potenciální příjemci Široká veřejnost Odborná veřejnost
Servery pro sdílení videosouborů	Jedná se o nástroje typu You Tube, či Vimeo, kde je možné on-line sdílet videa. Je např. možné zde zpřístupnit veřejnosti spoty vzniklé pro TV prezentaci, záznamy z konferencí, akcí pro veřejnost apod. Je možné propojit profil na tomto serveru s webovým portálem.	<ul style="list-style-type: none"> Široká veřejnost Odborná veřejnost
Online newsletter	Jedná se o pravidelné periodikum typu „bulletin“/„newsletter“. Distribuce probíhá formou „direkt mailingu“ primárně mezi odbornou veřejnost.	<ul style="list-style-type: none"> Odborná veřejnost

Publikační aktivity (tištěné komunikační nástroje, které jsou současně zveřejňovány v elektronické podobě)		
Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
Vlastní periodikum	Jedná se o pravidelné periodikum typu „bulletin“/„newsletter“. Distribuce probíhá adresně primárně mezi odbornou veřejnost.	<ul style="list-style-type: none"> Odborná veřejnost Potenciální příjemci
Publikace	Publikace jsou primárně určené pro odbornou veřejnost a potenciální příjemce, žadatele a příjemce. Jedná se zejména o metodiky a příručky, drobné informační a prezentační materiály.	<ul style="list-style-type: none"> Odborná veřejnost Potenciální příjemci
Letáky, plakáty	Tištěný nástroj obsahující stručné informace.	<ul style="list-style-type: none"> Široká veřejnost Odborná veřejnost Potenciální příjemci

Přímá komunikace		
Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
Konference	Konference jsou základním nástrojem pro setkání s odbornou veřejností a potenciálními příjemci, žadateli, příjemci, opinion makery. Předpokládá se jejich rovnoměrné rozložení v průběhu programového období i v rámci kalendářního roku	<ul style="list-style-type: none"> Odborná veřejnost Potenciální příjemci
Veletrhy	Veletrhy jsou nástrojem přímé komunikace určeným primárně pro prezentaci SP SZP odborné i laické veřejnosti.	<ul style="list-style-type: none"> Odborná veřejnost Široká veřejnost
Semináře, workshopy, exkurze	Menší informační/metodické akce pro žadatele a příjemce s konkrétnějšími informacemi.	<ul style="list-style-type: none"> Potenciální příjemci Odborná veřejnost
Individuální konzultace	Individuální podpora žadatelům a příjemcům za účelem úspěšné realizace projektů. Konzultace mohou probíhat osobně, elektronicky formou e-mailu či telefonicky.	<ul style="list-style-type: none"> Odborná veřejnost Široká veřejnost
Akce pro širokou veřejnost	Akce (eventy) pro širokou veřejnost jsou vhodné k budování povědomí o programu, ke zviditelnění konkrétních úspěchů SP SZP (např. dny otevřených dveří projektů apod.).	<ul style="list-style-type: none"> Široká veřejnost

Ostatní (doplňkové nástroje)		
Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
Mobilní aplikace	Komunikační nástroj určený pro uživatele „chytrých mobilních telefonů“ a tabletů. Jedná se spíše o doplňkový nástroj k základním komunikačním nástrojům, avšak může fungovat i sám o sobě.	<ul style="list-style-type: none"> Široká veřejnost Odborná veřejnost
Soutěže	Komunikační nástroj primárně pro širokou veřejnost, komunikující témata spojená se SP SZP interaktivním zapojením příjemců sdělení, a to jednoduchou a zábavnou formou. Může se jednat také o doplněk k jinému komunikačnímu nástroji.	<ul style="list-style-type: none"> Široká veřejnost Odborná veřejnost
QR kódy	Jde o komunikační nástroj, určený pro uživatele „chytrých mobilních telefonů“, který může nést řadu informací, nejčastější využití je odkaz na webové stránky.	<ul style="list-style-type: none"> Široká veřejnost Odborná veřejnost
Propagační předměty	Doplňkový komunikační nástroj pro odbornou i širokou veřejnost sloužící jako drobný dárek a zároveň předávající základní informaci o SP SZP (např. název a webové stránky).	<ul style="list-style-type: none"> Široká veřejnost Odborná veřejnost

3 Předběžný rozpočet informační a propagační strategie SP SZP

Pro zajištění informačních a propagačních opatření této informační a propagační strategie bude využito finančních prostředků určených na publicitu v rámci SP SZP, Technické pomoci. Zahajovací kampaň pro spuštění a první rok implementace SP SZP (do roku 2023 včetně) je financována z Programu rozvoje venkova na období 2014–2020, opatření M20 Technická pomoc.

Pro realizaci informačních a propagačních opatření této strategie bude v letech 2024–2028 využito cca 43 700 000 Kč z rozpočtu Technické pomoci SP SZP.

Rozpočet bude rozdělen na aktivity realizované z vlastní Technické pomoci za 5 300 000 Kč a na aktivity realizované Celostátní sítí pro venkov za 38 400 000 Kč.

4 Popis správních orgánů, včetně lidských zdrojů, odpovědných za provádění informačních a propagačních akcí

Odpovědnou a koordinační jednotkou je odbor Řídící orgán rozvoje venkova (14110), který bude na jednotlivé činnosti propagace SP SZP využívat Technickou pomoc SP SZP. Dále budou do aktivit vedoucích k naplňování komunikační strategie zapojeny jednotlivé útvary MZe odpovědné za řízení konkrétních intervencí SP SZP (odbor environmentálních podpor rozvoje venkova, odbor přímých plateb, odbory odpovědné za sektorové intervence a intervence v oblasti podpory včel a vína).

Podrobnější komunikační plán Celostátní sítě pro venkov je součástí Akčního plánu Celostátní sítě pro venkov. Na realizaci aktivit Celostátní sítě pro venkov v oblasti publicity SP SZP se budou také podílet pracovníci CSV na regionální úrovni (tuto agendu zajišťuje Státní zemědělský intervenční fond na úrovni NUTS 2).

Při naplňování komunikačního plánu bude probíhat úzká spolupráce s příslušnými odbornými útvary Ministerstva zemědělství (zejména Oddělení komunikace s veřejností a Tiskové oddělení), které budou zajišťovat zejména komunikační aktivity směrem k zástupcům médií) a partnery CSV.

Publicitu SP SZP a informování veřejnosti o konkrétních postupech a podmínkách pro příjem žádostí a jejich administraci bude dále zajišťovat i Platební agentura – Státní zemědělský intervenční fond.

5 Úloha CSV a její přispění k provádění této strategie

Celostátní síť pro venkov plní cíle a úkoly národní sítě pro SZP uvedené v čl. 126 odst. 3 a 4 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2021/2115 hraje v oblasti komunikace s veřejností a propagace výsledků SP SZP velmi významnou roli. Podrobnější nastavení činnosti CSV obsahuje Akční plán Celostátní sítě pro venkov pro období 2024–2028.

Jejím hlavním úkolem v této oblasti je podpora implementace SP SZP a prezentace jeho výsledků zejména formou předávání zkušeností a výsledků dobré i špatné praxe. CSV bude zároveň sloužit i jako nástroj pro zajištění prezentace výsledků monitorování a hodnocení SP SZP jak široké, tak i odborné veřejnosti.

Významnou roli bude CSV hrát v případě prezentace výsledků projektů realizovaných v oblasti inovací – projektů operačních skupin Evropského inovačního partnerství a také projektů místních akčních skupin. Svými aktivitami bude v oblasti komunikace a sdílení zkušeností podporovat fungování zemědělského znalostního a inovačního systému (AKIS). CSV zároveň zprostředkovává přenos dobré praxe a zkušeností z ČR směrem k evropské síti pro SZP a naopak.

5.1 Příklad aktivit CSV, které přispějí k naplnění této strategie

Při plnění této strategie budou využívány osvědčené metody a aktivity vycházející ze stávajících zkušeností a postupů činnosti CSV:

- setkávání partnerů CSV (výstupem těchto aktivit je například vyhodnocení akcí CSV v daném regionu či návrhy roční prováděcích plánů), semináře a vzdělávací aktivity zaměřené na sdílení zkušeností,
- exkurze pro konečné příjemce za příklady dobré praxe,
- činnost tematických pracovních skupin,
- pořádání konferencí (např. národní konference Venkov, regionální konference)
- aktivity v rámci soutěže Vesnice roku, „Ocenění Oranžová stuha“,
- provoz webového subportálu Venkov - vkládání informací o aktivitách CSV (seznam členů CSV, databáze úspěšných projektů PRV pro možnou inspiraci z předchozího programového období a databáze aktuálních projektů SP SZP, přehled aktivit na regionální úrovni, tematické pracovní skupiny, publikace a dokumenty, kontakty, informace o Ocenění Oranžová stuha, odkazy),
- příprava a distribuce tematických periodik např. Zpravodaj Celostátní sítě pro venkov,
- prezentace SP SZP, CSV a jejích partnerů na veletrzích a výstavách (např. Země živitelka, Agrokomplex atd.),
- vydávání info brožur, publikací, letáků, zaměřených na propagaci SP SZP, CSV, EU

6 Monitorování výstupů a výsledků strategie v oblasti informačních a propagačních akcí

Monitorování a hodnocení realizace komunikačních aktivit je sledováno prostřednictvím indikátorů na úrovni výstupů realizovaných opatření informovanosti a publicity. Monitorování bude probíhat od roku 2024 do roku 2028 včetně.

Sada níže uvedených indikátorů byla volně inspirována Metodickým pokynem MMR pro oblast indikátorů a evaluací a publicity v programovém období 2021–2027, pro snazší srovnání ponecháváme i kódy NČI, které však pro SP SZP nejsou závazné. Uvedená kvantifikace uvádí celkový počet za roky 2024–2028.

Indikátory výstupů týkající se celkové míry informovanosti o fondech EU jsou sledovány centrálně za celou Českou republiku ze strany Ministerstva pro místní rozvoj. S ohledem na sjednocení používání loga EU bez identifikace jednotlivých fondů není sledování těchto indikátorů na úrovni programů realizovatelné.

Tabulka 1: Indikátory včetně předpokládané kvantifikace

Kód NČI 2021+	Název indikátoru	Měrná jednotka	Typ Indikátoru	Kvantifikace
820000	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí	Aktivity	Výstup	TP – 320
600000	Celkový počet účastníků	Počet osob	Výstup	TP – 16 000 CSV – 80 000
800010	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	Aktivity	Výstup	TP – 10
802000	Počet vytvořených informačních materiálů	Unikátní materiály	Výstup	TP – 10 ročně

V rámci komunikace a realizace informačních a propagačních aktivit bude probíhat také každoroční monitorování výstupů činnosti CSV. Plný výčet indikátorů, včetně indikátorů pro oblast publicity, obsahuje Akční plán Celostátní sítě pro venkov pro období 2024–2028. Sada navržených indikátorů vychází z návrhu připraveného Evropskou sítí pro SZP (EU CAP Network).

Příloha – Vysvětlení obsahu indikátorů

Kód NČI 2021+	Název indikátoru	Definice
82000	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí, PR akcí, eventů, outdoor akcí a ostatní podobné aktivity, jejichž součástí je rozeslání pozvánky alespoň úzkému okruhu účastníků (přednášející, lektori, panelisté, VIP hosté atd.)
60000	Celkový počet účastníků	Celkový počet osob/účastníků (zaměstnanců, pracovníků implementační struktury, osob cílových skupin apod.), které v rámci projektu získaly jakoukoliv formu podpory, bez ohledu na počet poskytnutých podpor. Každá podpořená osoba se v rámci projektu započítává pouze jednou bez ohledu na to, kolik podpor obdržela. Podpora je jakákoliv aktivita financovaná z rozpočtu projektu, ze které mají cílové skupiny prospěch, podpora může mít formu např. vzdělávacího nebo rekvalifikačního kurzu, stáže, odborné konzultace, poradenství, výcviku, školení, odborné praxe apod.
80001	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	Ukazatel sleduje počet uskutečněných komunikačních aktivit typu: TV nebo rozhlasový spot, soutěže, sponzoring, product placement, informační panely a výstavy, PR články, tiskové zprávy, tištěná nebo online inzerce apod. Jedná se o: 1) Ucelené kampaně na určité téma skládající se z více typů komunikačních aktivit, přičemž každý nástroj (tj. druh/typ nástroje) či aktivita bude počítána zvlášť 2) Samostatné či jednorázové aktivity, které nejsou součástí takovéto ucelené kampaně.
80200	Počet vytvořených informačních materiálů	Počet vytvořených tištěných, elektronických, propagačních a technických materiálů či podobných dokumentů určených pro všechny cílové skupiny. Indikátor sčítá počet unikátních materiálů, nikoli počet kusů ani aktualizací/verzí již existujících materiálů.