



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“).

Kolegium NKÚ na svém III. jednání, které se konalo dne 24. února 2025,

schválilo usnesením č. 7/III/2025

kontrolní závěr 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. Kč¹

Celkové výdaje na propagaci a publicitu

363 mil. Kč

Výdaje na propagaci a publicitu v kontrolovaných programech²

59 projektů¹

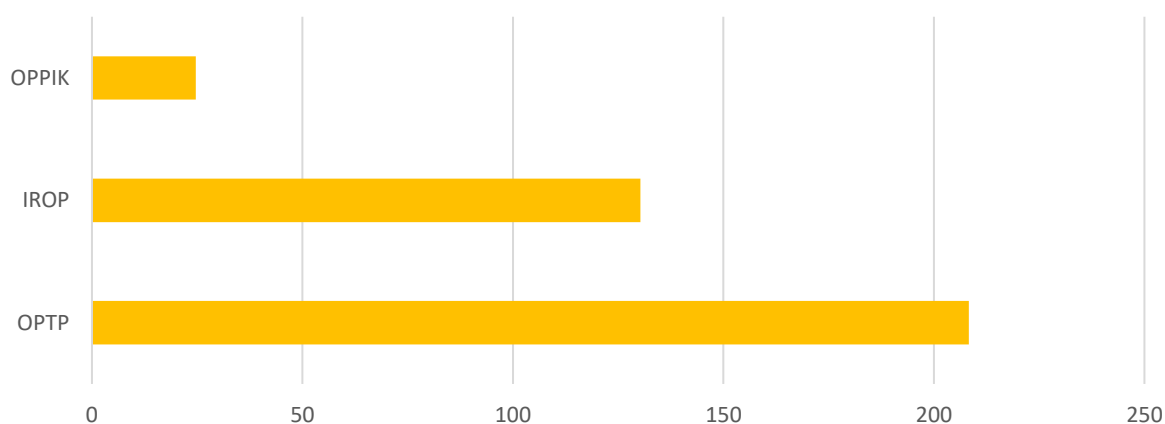
Celkový počet projektů propagace a publicitu za všechny operační programy

27 projektů

Počet projektů propagace a publicitu 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 projektů³.

¹ Operační programy uvedené v tabulce č. 1 mimo údaje za *Program rozvoje venkova*; údaje jsou k 30. 9. 2024.

² Kontrolované programy: *Integrovaný regionální operační program (IROP)*, operační program *Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OPPIK)*, operační program *Technická pomoc (OPTP)*.

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.)

I. Shrnutí a vyhodnocení

NKÚ provedl kontrolu peněžních prostředků vynaložených v rámci technické pomoci⁴ 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 publicitu a propagaci 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 publicitu 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 360⁵ 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 2014–2020⁶ (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

⁴ Technická pomoc zajišťuje podpůrné aktivity řídicích 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.

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 nehrzené z prostředků EU, a dále částky korekcí zjištěných poskytovatelem dotace při kontrole žádostí o platbu u projektů.

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.

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 řídicí 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 (dále též „DoP“).

Na vzorku kontrolovaných projektů NKÚ nezjistil porušení pravidel nastavených pro čerpání peněžních prostředků na propagaci a publicitu programu, resp. neúčelné nebo nevhodné 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 strategie⁸ 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 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

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.

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).

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 řídicí dokumentace programů v programovém období let 2014 až 2020*.

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 logikou¹⁰ 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.

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/slovník-pojmu/i/intervenční-logika>.)

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 nařízení¹¹, prováděcího nařízení¹² 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 řízení¹³. 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.

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.

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.

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.

Úkolem MMR-NOK bylo:

- informovat veřejnost o naplňování *Dohody o partnerství a strategii Evropa 2020*¹⁴;
- 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 subjekty¹⁵, 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 (dále též „MMR-NOK“). Projekty MMR-NOK zajišťovaly měření dosažené

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, vtyčily své národní cíle s ohledem na hospodářská a sociální specifika příslušného státu.

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 řídicího orgánu (MMR).

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.

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 pomoci¹⁷ 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 OPPIK¹⁸ 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.

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.

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.

¹⁸ Do 31. 5. 2016 byla zprostředkujícím subjektem OPPIK Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest.

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 úkolů¹⁹. 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 současně 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 úkolů²⁰. Kritériem hospodárnosti výdajů na publicitu bylo doložení potřebnosti a odůvodněnosti výše výdajů u zvoleného komunikačního nástroje²¹ 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 nařízením²² a s vybranými ustanoveními rozpočtových pravidel²³,

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).

²⁰ Dle ustanovení § 2 písm. m) zákona č. 320/2001 Sb.

²¹ IROP a OPPIK zvolily rozdílné komunikační nástroje (např. IROP vydával vlastní periodikum a pořádal soutěže pro veřejnost dále též tabulka č. 6), resp. na zvolené komunikační nástroje vynaložily rozdílný objem peněžních prostředků.

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.

²³ Zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla).

zákona o finanční kontrole²⁴, zákona o registru smluv²⁵, zákona o veřejných zakázkách²⁶, resp. zákona o zadávání veřejných zakázek²⁷.

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.

²⁴ Zákon č. 320/2001 Sb.

²⁵ Zákon č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv).

²⁶ Zákon č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách.

²⁷ Zákon č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek.

IV. Podrobné skutečnosti zjištěné kontrolou

1. Společná komunikační strategie a roční komunikační plány

Společná komunikační strategie obsahovala rámcový harmonogram, indikativní rozpočet, komunikační nástroje²⁸ 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 Realnost 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

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.

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 částečně²⁹. 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-NOK³⁰ 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* ale bylo uvedeno, že cílové hodnoty nebyly dosaženy u dvou ze tří výsledkových ukazatelů³¹. Rozdíl ve vykázaných hodnotách ve *Výroční zprávě o implementaci OPTP za rok 2021* byl způsoben chybami při manuálním přepisování 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 RCoP 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.

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.

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.

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*.

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 RKO P; vypracoval NKÚ.

Tabulka č. 3: Přehled plánovaných rozpočtů RKO P a skutečného čerpání kontrolovaných programů

Rok	IROP		OPPIK		OPTP	
	Rozpočet RKO P (v tis. Kč)	Skutečné čerpání (v tis. Kč)	Rozpočet RKO P (v tis. Kč)	Skutečné čerpání (v tis. Kč)	Rozpočet RKO P (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, RKO P, vyhodnocení RKO P, 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 prezentačních 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 Komise³² 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 RKO

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 alokace³³ 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 akty³⁴. 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 aktech³⁵.

³² Komise přednesla požadavek na 3. zasedání monitorovacího výboru OPPIK dne 11. 11. 2015.

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.

³⁴ Právním aktem u projektů MMR se rozumí stanovení výdajů na financování akce organizační složky státu, u projektů CRR rozhodnutí o poskytnutí dotace.

³⁵ Právním aktem u projektů MPO se rozumí schválení limitu výdajů na realizaci projektu, u projektů API rozhodnutí o poskytnutí dotace.

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 řídicí 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 strategie*³⁶ 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

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.“

vyjadřující informovanost široké i odborné veřejnosti o ESI фондах. Plnění úkolů RKoP řídicí orgán OPTP sledoval prostřednictvím ukazatelů výstupu, které v rámci intervenční logiky programů navazovaly na ukazatele vyjadřující informovanost široké a odborné veřejnosti o ESI фондах.

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 výsledku³⁷. 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 фондах EU u cílových skupin	65 %	68 %	59 %	38 %	29 %	45 %
801 30 – Míra povědomí široké veřejnosti o фондах 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

³⁷ Ukazatele výsledku 801 10 – *Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin*; 801 20 – *Míra informovanosti o фондах EU u cílových skupin* (zejména žadatelů a příjemců v rámci operačního programu); 801 30 – *Míra povědomí široké veřejnosti o фондах EU*.

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 ukazatele³⁸ 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 dlouhodobě³⁹.

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 RKO P a se Společnou komunikační strategií. Definované cíle projektů⁴⁰ 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

³⁸ 801 20 – *Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin*.

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).“

⁴⁰ Viz příloha č. 3 tohoto kontrolního závěru.

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 – 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;

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.

- 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 neekonomické vynaložení výdajů. I přes rozdílné přístupy dané odlišností, resp. rozdílnou homogenitou cílové skupiny žadatelů a příjemců IROP a OPPIK⁴², 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.

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.

Seznam zkratk

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

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

Registrační číslo projektu	Název projektu (příjemce/žadatel)	Zkratka projektu	Vyúčtované prostředky celkem (v Kč)	Prostředky čerpané ze SR (v Kč)	Příspěvek EU (v Kč)
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.

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 RCoP OPPIK a IROP, MS2014+; vypracoval NKÚ.

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

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 <i>Ročního komunikačního plánu Centra pro regionální rozvoj pro rok 2016</i> , který navazuje na <i>Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020</i> . 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 <i>Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020</i> .
*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 <i>Ročního komunikačního plánu Centra pro regionální rozvoj pro rok 2019</i> , který navazuje na <i>Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020</i> .
*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 <i>Ročního komunikačního plánu Centra pro regionální rozvoj pro rok 2020</i> , který navazuje na <i>Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020</i> .
*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 <i>Roční komunikační plán Integrovaného regionálního operačního programu pro rok 2021</i> , který shrnuje strategii komunikačních a marketingových aktivit prováděných ŘO IROP a CRR ČR. Po schválení 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 <i>Ročního komunikačního plánu Integrovaného regionálního operačního programu pro rok 2016</i> , který vyplývá ze <i>Společné komunikační strategie Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020</i> . Dle komunikačního plánu bude v roce 2016 zapotřebí zajistit především efektivní informační servis pro potenciální žadatele, žadatele a příjemce k plánovaným vyhlášeným 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 <i>Integrovaného regionálního operačního programu (IROP)</i> , 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).

Zkratka projektu	Cíl projektu
*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 <i>Společné komunikační strategie Evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020</i> .
*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 <i>Společné komunikační strategie evropských strukturálních a investičních fondů ČR v programovém období 2014–2020</i> .
*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 pro zvyšování kvality života. 3. Zvýšit povědomí o přínosech ESI fondů. Aktivita realizovaná díky tomuto projektu budou přispívat k řešení problémů vytyčených výše. Kromě toho projekt bude přispívat ke splnění povinností daných členským státům a řídicím 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. Aktivita realizovaná v tomto projektu budou přispívat k řešení problémů uvedených výše. Kromě toho projekt bude přispívat ke splnění povinností daných členským státům a řídicím 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 <i>Dohody o partnerství</i> 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. Aktivita realizovaná v tomto projektu budou přispívat k řešení problémů uvedených výše. Kromě toho projekt bude přispívat ke splnění povinností daných členským státům a řídicím 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 <i>Dohody o partnerství</i> 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 pro zvyšování kvality života. 3. Zvýšit povědomí o přínosech ESI fondů. Aktivita realizovaná díky tomuto projektu budou přispívat k řešení problémů vytyčených výše. Kromě toho projekt bude přispívat ke splnění povinností daných členským státům a řídicím 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 <i>Dohody o partnerství</i> 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 <i>Dohody o partnerství</i> , 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 <i>Společné komunikační strategii ESI fondů v ČR v programovém období 2014–2020</i> , 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.

Zkratka projektu	Cíl projektu
*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. Povinnosti 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 <i>Dohody o partnerství</i> 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 <i>Dohody o partnerství</i> , 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. Povinnosti 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 <i>Dohody o partnerství</i> 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 <i>Dohody o partnerství</i> , 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 <i>Vysokorychlostní internet</i> . 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.