



EURÓPSKA KOMISIA
GR PRE KOMUNIKÁCIU

Zastúpenie Európskej komisie v Slovenskej republike

PRÍLOHA I

AKČNÝ PLÁN

ČÍSLO RÁMCOVEJ DOHODY O PARTNERSTVE – [...]

1. Poslanie a celkové ciele

Informačné centrá Europe Direct („EDIC“) prispievajú ku komunikácii Európskej komisie o Európskej únii (EÚ) s cieľom budovať vzťahy s verejnosťou na miestnej a regionálnej úrovni. Cieľom informačných činností EDIC je zapojenie verejnosti do európskych tém budovaním udržateľného prostredia na tvorbu kontaktov

Centrá dopĺňajú a podporujú komunikačné činnosti zastúpení Európskej komisie, informačných kancelárií Európskeho parlamentu (EPIO) a iných inštitúcií EÚ a orgánov na miestnej a/alebo regionálnej úrovni. Spolupracujú aj s inými informačnými a pomocnými sieťami EÚ.

Centrá sa zameriavajú na základné informácie o EÚ a politiky EÚ, o ktoré má verejnosť priamy záujem, najmä ľudia so všeobecnými informačnými potrebami.

EDIC organizujú aj podujatia a používajú rôzne komunikačné nástroje na informovanie verejnosti na miestnej a regionálnej úrovni, a to buď priamo, alebo prostredníctvom príslušných mienkotvorných subjektov, šíriteľov informácií, tzv. multiplikátorov, a zainteresovaných strán. Aktívne podporujú aj dialógy s občanmi¹ v úzkej spolupráci so Zastúpením Európskej komisie.

EDIC komunikujú s miestnymi a/alebo regionálnymi médiami a poskytujú spätnú väzbu o názoroch a reakciách verejnosti na otázky EÚ.

Sieť informačných centier Europe Direct riadi Európska komisia.

2. Informačná komunikačná stratégia a plán

Trojročná informačná komunikačná stratégia

¹ Dialógy uskutočnené za účasti eurokomisárov alebo riadiacich pracovníkov Európskej komisie, počas ktorých môže verejnosť vyjadriť svoje názory na témy EÚ https://ec.europa.eu/info/events/citizens-dialogues_sk.

Vo vašej stratégii by ste mali stanoviť celkovú koncepciu, ako budete prevádzkovať centrum² počas trojročného obdobia. Túto koncepciu by ste mali objasniť tým, že pre každý rok uvediete opis činností, ktoré budete vykonávať. Koncepcia, ktorú predkladáte, musí byť v úplnom súlade s poslaním a cieľmi informačných centier Europe Direct. Vaša stratégia musí zahŕňať aj ciele SMART³ a obsahovať:

1. odôvodnenú analýzu informačných potrieb o EÚ na regionálnej a miestnej úrovni v oblasti, ktorú budete pokrývať;
2. časti publika, na ktoré sa zameriate (vrátane multiplikátorov a tých častí publika, ktoré sú ťažko dostupné), a konkrétne komunikačné činnosti, ktorými ich chcete osloviť;
3. kľúčové mediálne kanály pre priamu a online komunikáciu (tlač, televízia, rozhlas, sociálne médiá), ktoré plánujete používať, a témy, ktoré plánujete pokryť (napr. činnosti EDIC, miestne uhly pohľadu na otázky a politické správy EÚ);
4. podrobnosti o spolupráci v oblasti EDIC, komplementárnosť a synergie s inými činnosťami partnera prevádzkujúceho EDIC a s inými sieťami v EÚ, celoštátnymi/regionálnymi sieťami a zainteresovanými stranami;
5. podrobnosti o tom, ako plánujete zviditeľniť EDIC a zlepšiť jeho dosah v regióne.

Ročný komunikačný plán

Bude musieť predložiť ročný komunikačný plán, ktorý je v úplnom súlade s informačnou komunikačnou stratégiou centra. Váš plán by mal zahŕňať **osobitné ročné ciele** a pokrývať **osobitné kľúčové témy**. Tieto témy musia byť v súlade s komunikačnými prioritami Zastúpenia Európskej komisie a Informačnej kancelárie Európskeho parlamentu.

Ročný komunikačný plán by mal obsahovať opis rôznych komunikačných prvkov. Aj keď tieto prvky zahŕňajú „hlavné komunikačné činnosti“ a „podujatia“, ktoré musia vykonávať všetky centrá, väčšiu mieru flexibility máte pri výbere iných prvkov ročného komunikačného plánu.

Vzhľadom na zvýšený význam budovania vzťahov s verejnosťou budú podujatia plniť ústrednú úlohu. V dôsledku toho by ste si mali vybrať „organizáciu podujatí“ toľkokrát, koľko je potrebné na dosiahnutie informačných cieľov centra bez prekročenia maximálnej sumy grantu.

Rôzne prvky ročného komunikačného plánu môžu byť kombinované rôznymi spôsobmi do maximálnej sumy grantu.

2.1. Prvky ročného komunikačného plánu

Ročný komunikačný plán zahŕňa **nasledujúce prvky** s rôznymi mierami flexibility, pričom každý je spojený s osobitnou jednorazovou platbou:

² Názov má byť: „Informačné centrum Europe Direct – [mesto/región/oblasť...]“.

³ SMART je skratka z anglických slov s týmto významom: konkrétne, merateľné, dosiahnuteľné, realistické, časovo ohraničené.

Povinné:

- „Hlavné komunikačné činnosti“ (vyberte len raz)
- „Podujatia“
 - „Organizácia podujatí“ (vyberte viackrát podľa potreby do maximálnej možnej sumy grantu)

Nepovinné, ktoré sa vyberajú viackrát podľa potreby:

- „Účasť na podujatiach“

Nepovinné, ktoré sa vyberajú len raz:

- „Komunikačné produkty“:
 - „Publikácie“
 - „Materiály na podporu komunikácie“
 - „Audiovizuálne a iné elektronické materiály“
 - „Elektronický informačný bulletin“
- „Návštevne centrum“

Rozsah činností vo vybraných prvkoch by mal byť primeraný k sume grantu.

2.1.1. Hlavné komunikačné činnosti (povinné)

Vo svojom ročnom komunikačnom pláne by ste mali objasniť, ako budete vykonávať tzv. hlavné komunikačné činnosti, ktoré zahŕňajú:

- prevádzku osobitnej telefonickej linky a e-mailovej adresy;
- reakcie na individuálne žiadosti o stretnutia;
- odpovede na otázky alebo nasmerovanie ľudí na vhodné siete EÚ alebo na kontaktné centrum Europe Direct⁴;
- spoluprácu so Zastúpením Európskej komisie a Informačnou kanceláriou Európskeho parlamentu v Slovenskej republike;
- aktívnu spoluprácu s inými informačnými centrami Europe Direct na národnej a/alebo cezhraničnej úrovni a s inými sieťami EÚ;
- distribúciu publikácií/informácií/video klipov/posolstiev EÚ;
- nadviazanie a udržiavanie pravidelných vzťahov s miestnymi a regionálnymi médiami vrátane uverejňovania článkov a príspevkov do rozhlasového alebo televízneho vysielania;

⁴ https://europa.eu/european-union/contact/call-us_sk.

- jednotnú a dôslednú komunikáciu a interakciu s verejnosťou cez sociálne médiá (povinné: aktívny účet na sociálnej sieti Facebook; odporúčané: aktívne účty na sociálnych sieťach Instagram a Twitter);
- udržiavanie aktuálneho webového sídla (alebo webovej stránky) s uverejňovaním činností centra a poskytovaním relevantných, objektívnych informácií o témach súvisiacich s EÚ a prispôbených miestnemu a/alebo regionálnemu publiku;
- účasť na koordinačných/školiacich stretnutiach organizovaných Zastúpením Európskej komisie a ústredím Komisie v Bruseli s aktívnym zapojením Európskeho parlamentu⁵;
- používanie nástroja dotazníka prieskumu spokojnosti používateľov, ktorý poskytne Európska komisia, na hodnotenie činností centra (podujatia a iné činnosti podľa relevantnosti);
- poskytovanie mesačnej informatívnej spätnej väzby o činnostiach EDIC, o hlavných oblastiach záujmu verejnosti a miestnom a/alebo regionálnom mediálnom pokrytí, ako aj o horúcich témach požadovaných cez online nástroj poskytnutý Európskou komisiou.

2.1.2. Podujatia

Môžete si ich vybrať viackrát podľa potreby tak, aby centrum dosiahlo svoje informačné ciele, ale aby neprekročilo maximálnu sumu grantu.

„Organizácia podujatí“ (povinné) zahŕňa organizovanie podujatia alebo série podujatí.

Vo svojom ročnom komunikačnom pláne by ste mali opísať aspoň:

1. cieľové publikum vrátane jeho komunikačných potrieb;
2. komplexný mediálny plán vrátane televízie, tlače, rozhlasu, online a sociálnych médií podľa druhu podujatia(i);
3. druh, posolstvo a obsah podujatia vrátane programu, dátumu a miesta;
4. očakávaný výsledok/vplyv na cieľové publikum.

„Účasť na podujatiach“ (nepovinné) zahŕňa aktívnu účasť vedením stánku alebo prezentáciou na podujatiach organizovaných tretími stranami. Vo svojom ročnom komunikačnom pláne by ste mali opísať aspoň:

1. opis podujatia vrátane dôvodov účasti centra;
2. cieľové publikum podujatia a stánku/príspevku centra vrátane jeho komunikačných potrieb;

⁵ Všetky náklady na cestovné a ubytovanie v súvislosti so školeniami v ústredí Komisie budú pokryté. V prípade výročných valných zhromaždení organizovaných v jednej z krajín EÚ Európska komisia bude pokrývať len náklady na ubytovanie. Európska komisia plánuje zorganizovať maximálne tri výročné valné zhromaždenia počas životného cyklu siete. Zastúpenie Európskej komisie v Slovenskej republike plánuje zorganizovať minimálne dve koordinačné stretnutia/školenia na Slovensku ročne. Náklady na ubytovanie a stravu budú hradené Zastúpením Európskej komisie v SR; účastníci si pokryjú náklady na cestovné.

3. mediálne pokrytie: sociálne médiá, online a televízia, tlač a/alebo rozhlas v príslušných prípadoch;
4. posolstvo a obsah prezentácie centra na podujatí;
5. očakávaný výsledok/vplyv na cieľové publikum.

2.1.3. Komunikačné produkty (nepovinné)

Obsah týchto produktov by mal dopĺňať existujúce materiály vypracované inštitúciami EÚ.

„**Publikácie**“ by mali obsahovať tlačené publikácie a/alebo vzdelávacie materiály buď vypracované buď samotným centrom, alebo vytlačené z webového sídla kníhkupectva EU Bookshop⁶. Vo svojom ročnom komunikačnom pláne by ste mali opísať aspoň:

1. cieľové publikum vrátane jeho komunikačných potrieb;
2. druh, posolstvo a obsah publikácií;
3. distribučné kanály a množstvo;
4. očakávaný výsledok/vplyv na cieľové publikum.

„**Materiály na podporu komunikácie**“ môžu obsahovať propagačné materiály, informačné grafy, letáky atď. Vo svojom ročnom komunikačnom pláne by ste mali opísať aspoň:

1. cieľové publikum vrátane jeho komunikačných potrieb;
2. opis materiálu;
3. distribučné kanály a množstvo;
4. očakávaný výsledok/vplyv na cieľové publikum.

„**Audiovizuálne a iné elektronické materiály**“ by mal pozostávať z vlastných produktov centra. Vo svojom ročnom komunikačnom pláne by ste mali opísať aspoň:

1. cieľové publikum vrátane jeho komunikačných potrieb;
2. posolstvo a obsah materiálu vrátane predbežného textu;
3. distribučné kanály a množstvo;
4. očakávaný výsledok/vplyv na cieľové publikum.

⁶ <https://bookshop.europa.eu/sk/home/>.

„Elektronický informačný bulletin“ by mal obsahovať produkty vyrobené centrom. Sú určené na distribúciu prostredníctvom vhodných komunikačných kanálov (napr. distribučné zoznamy, sociálne médiá atď.). Vo svojom ročnom komunikačnom pláne by ste mali opísať aspoň:

1. cieľové publikum vrátane jeho komunikačných potrieb;
2. posolstvo, obsah a periodicitu,
3. distribučné kanály,
4. očakávaný výsledok/vplyv na cieľové publikum.

2.1.4. „Návštevne centrum“ (nepovinné)

„Návštevne centrum“ by malo byť umiestnené na mieste s jasnou pridanou hodnotou. Budete musieť preukázať, že návštevne centrum:

- sa nachádza vo výbornej lokalite s potenciálom prilákať vysoký počet návštevníkov.

„Návštevne centrum“ by malo:

- mať vyvesené otváracie hodiny a zoznam zamestnancov centra;
- byť jednoducho dostupné pre verejnosť;
- byť veľmi viditeľné, s vhodným označením;
- mať priestor na prijímanie návštevníkov a prezentovanie materiálov súvisiacich s EÚ.

3. Doložka o nezávislosti

Aj keď centrá pracujú v úzkej spolupráci so Zastúpením Európskej komisie a Informačnou kanceláriou Európskeho parlamentu, sú nezávislé a nevystupujú v mene Európskej komisie ani v mene Európskeho parlamentu. Centrá však musia zabezpečiť, aby vždy prinášali stanoviská EÚ čo najpresnejšie a komunikovali neutrálnym, fakticky správnym a nestranným spôsobom. Rovnako by mali vysvetliť svojmu publiku, akú úlohu plnia informačné centrá Europe Direct.

4. Závazok partnerov

Partneri vybraní na vykonávanie komunikačných činností informačného centra Europe Direct sa zaväzujú:

- zabezpečiť, aby centrum úplne spĺňalo poslanie a napĺňalo svoj ročný komunikačný plán podľa usmernení Zastúpenia Európskej komisie;
- zabezpečiť, aby centrum poskytovalo neutrálne, presné a fakticky správne informácie o EÚ, a aby nebolo používané, ani aby sa nepovažovalo za používané na účely, ktoré nezodpovedajú poslaniu a cieľom centra;

- zabezpečiť, aby v centre pracovali zamestnanci so zručnosťami a kvalifikáciami stanovenými v podmienkach účasti⁷;
- podporovať spoluprácu centra s inými informačnými centrami Europe Direct a inými príslušnými sieťami a zainteresovanými stranami;
- používať názov, logo Europe Direct a iné formy identifikácie poskytnuté Európskou komisiou a používať ich systematicky pri všetkých činnostiach a na všetkých produktoch;
- oznámiť Zastúpeniu Európskej komisie čo najskôr problémy s plnením ročného komunikačného plánu;
- vykonávať všetky činnosti centra bezplatne pre zapojených používateľov;
- zabezpečiť bezproblémové vykonávanie činností centra od prvého mesiaca každého príslušného roka s prihliadnutím na to, že 70 % predbežného financovania grantu bude zaplatených počas prvého štvrtroka príslušného roka a konečná platba sa uskutoční nasledujúci rok;
- poskytovať Európskej komisii prístup do svojich priestorov.

5. Závazok Komisie

Podpísaním rámcovej dohody sa Komisia zaväzuje:

- posúdiť efektívnosť EDIC a poskytnúť potrebné následné opatrenia.
- sprístupniť centru EDIC informačné materiály, komunikačné produkty, poskytnúť školenia o všeobecných a špecifických otázkach EÚ, príležitosti na vytváranie kontaktov a koordinačné platformy v rámci existujúcich zdrojov.
- vykonávať primerané monitorovanie a dohľad v súvislosti s činnosťami partnera.

6. Jednorazové platby

Grant na ročný komunikačný plán bude mať formu jednorazovej platby, ktorá sa bude vzťahovať na všetky oprávnené náklady na akciu. Celková ročná suma jednorazovej platby bude v rozsahu od 23 000 EUR do 26 250 EUR.

Každý prvok ročného komunikačného plánu je spojený s konkrétnou jednorazovou platbou, ako je podrobne uvedené v nasledujúcej tabuľke. Jednorazové platby sa nemôžu zmeniť.

⁷ Žiadatelia sa môžu rozhodnúť, že riadením všetkých činností EDIC poveria jednu osobu alebo tím s jasne určeným vedúcim. Vedúci tímu by mal pôsobiť ako styčný kontakt pre Komisiu a mal by sa zúčastňovať na všetkých školeniach a stretnutiach, ktoré zorganizuje Komisia na účely grantových akcií. Ak plánujete vedením centra poveriť tím s jasne určeným vedúcim, všetky požadované schopnosti by mal splňať tím, ktorého členovia sa vzájomne dopĺňajú.

Prvky ročného komunikačného plánu		Povinné/ne povinné	Periodicita	Jednorazové platby (v EUR)
„HLAVNÉ KOMUNIKAČNÉ ČINNOSTI“	„Hlavné komunikačné činnosti“	Povinné	Raz	11 250
„PODUJATIA“	„Organizácia podujatí“	Povinné	Viac ako raz	1 500
	„Účasť na podujatiach“	Nepovinné	Viac ako raz	525
„KOMUNIKAČNÉ PRODUKTY“	„Publikácie“	Nepovinné	Raz	1 125
	„Materiály na podporu komunikácie“	Nepovinné	Raz	375
	„Audiovizuálne a iné elektronické materiály“	Nepovinné	Raz	750
	„Elektronický informačný bulletin“	Nepovinné	Raz	375
„NÁVŠTEVNÉ CENTRUM“	„Návštevne centrum“	Nepovinné	Raz	3 750

Celková suma grantu sa vypočíta tak, že sa k jednorazovej platbe za „hlavné komunikačné činnosti“ pripočíta jednorazová platba za každý ďalší prvok ročného komunikačného plánu. „Organizáciu podujatí“ a „účasť na podujatiach“ si môžete vybrať niekoľkokrát až do maximálnej sumy grantu. „Iné prvky“ ročného komunikačného plánu môžu byť vybrané len raz. Mali by ste kombinovať rôzne prvky tak, aby celková suma grantu bola v rozsahu od 23 000 EUR do 26 250 EUR.

Požadovaná suma musí byť založená na uvedených pravidlách zohľadňujúc minimálnu a maximálnu sumu grantu a v súlade s ročným komunikačným plánom.

Zatiaľ čo jednorazová platba zodpovedajúca jednotlivým prvkom je pevná (napr. nemôžete žiadať o polovicu jednorazovej platby), určitú flexibilitu možno využiť počas daného roka. Môžete napríklad nahradiť jeden prvok iným za predpokladu, že:

- zabezpečíte súlad s ročným komunikačným plánom;
- Zastúpenie Európskej komisie udelilo svoj predchádzajúci súhlas a
- konečná suma grantu neprekračuje maximálnu sumu grantu uvedenú v osobitnej dohode o grante.

Ak prvok v ročnom komunikačnom pláne bol zamenený s iným a ak to súvisí:

- o s vyššou jednorazovou platbou, neposkytne sa ďalší rozpočet;

- s nižšou jednorazovou platbou, konečná suma grantu sa zníži zodpovedajúcim spôsobom.

Grant bude vyplatený v celej sume za predpokladu správneho vykonania ročného komunikačného plánu. Ak jeden z prvkov ročného komunikačného plánu nie je správne vykonaný, suma grantu sa zodpovedajúcim spôsobom zníži. V takom prípade bude príjemca povinný pri predkladaní žiadosti o platbu zostatku odhadnúť, do akej miery bol daný prvok ročného komunikačného plánu vykonaný (pozri stĺpec b) v prílohe V k rámcovej dohode o partnerstve).

Overenie na účel uistenia sa, že boli splnené uvedené podmienky, na základe ktorých sa vypláca jednorazová platba, sa uskutoční najneskôr pred úhradou zostatku. Overenia, kontroly a audity splnenia podmienok sa môžu uskutočniť aj po úhrade zostatku.

Príjemca môže byť povinný preukázať, že správne vykonal ročný komunikačný plán.

Príjemca nebude povinný vykazovať náklady, ktoré skutočne vznikli na realizáciu akcie.

Sumy jednorazových platieb sa nebudú meniť na základe kontrol *ex post*. Toto sa netýka možnosti znížiť grant, ako sa už uviedlo vyššie.

Platba grantu nemá vplyv na právo prístupu k povinným záznamom príjemcov na účely:

- ich preskúmania pre budúce granty alebo
- ochrany finančných záujmov EÚ, napr. zistenie podvodu, nezrovnalostí alebo porušení povinností.

7. Refundácia skutočných nákladov

Rámcová dohoda o partnerstve umožňuje udeliť granty vo forme refundácie skutočne vynaložených oprávnených nákladov. Možnosť refundácie skutočných nákladov sa môže používať len na komunikačné činnosti *ad hoc*. Granty tohto druhu sa určia uplatnením maximálnej miery spolufinancovania na oprávnené skutočne vynaložené náklady, ktoré príjemca a prípadne jeho prepojené subjekty vykázali. Ďalšie podrobnosti vrátane percenta miery spolufinancovania, ako aj oprávnené náklady budú v prípade potreby stanovené vo výzve na predkladanie návrhov.

8. Návrh predložený partnerom

Žiadosť, ktorú predložil [partner] na základe výzvy na predkladanie návrhov COMM/BTS/ED/2018-2020, tvorí neoddeliteľnú súčasť tohto akčného plánu.