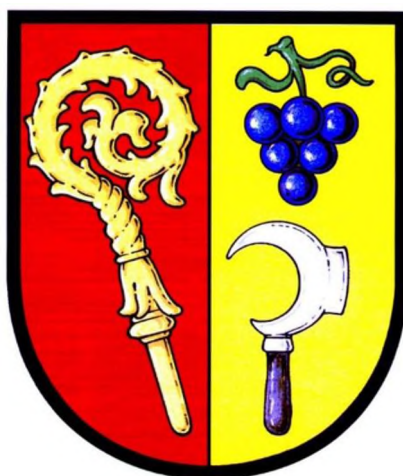


Komunikační plán

k projektu

„Adaptační strategie na klimatickou změnu pro město Šlapanice“



Březen 2020

Obsah

Úvod.....	3
1. Strategie a obsah informačních a komunikačních aktivit.....	4
1.1 CO? Jaké informace budou zveřejněny?.....	4
1.2 PROČ? Jakého cíle chceme dosáhnout?.....	4
1.3 JAK? Jaké budeme využívat komunikační nástroje?.....	4
1.4 KDY? Jaký je harmonogram naší komunikace?.....	7
1.5 KÝM? Kdo zodpovídá v našem týmu za komunikaci projektu?.....	7
2. Cíle a cílové skupiny	9
3. Popis informačních akcí	10
4. Informace o administrativních útvarech	11
5. Vyhodnocování informačních a komunikačních aktivit.....	12
6. Aktivity pro zpřístupnění informací o projektu	13
Závěr.....	14
Seznam tabulek.....	15

Úvod

Předkládaný komunikační plán byl vyhotoven pro účely podání žádosti o dotace v rámci Norských fondů 2014 – 2021, výzvy č. SGS-3 „Oslo“, k projektu „**Adaptační strategie na klimatickou změnu pro město Šlapanice**“. Předkládaný komunikační plán projektu je dokument, jehož cílem je zajistit přehlednou, konzistentní a efektivní prezentaci předkládaného projektu, programu i Norských fondů. Všechny informační a komunikační aktivity projektu budou realizovány v souladu s tímto komunikačním plánem, v případě potřeby bude plán v souladu s Manuálem publicity pro žadatele a konečné příjemce v programu Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu aktualizován.

V regionu Střední Evropy podle klimatických modelů lze očekávat nárůst negativních jevů jako je sucho, vlny veder, extrémní přivalové srážky a bleskové povodně. Vyšší intenzita klimatických extrémů je přitom patrná již z dat z posledních let.

Tyto změny jsou však spojeny s rozličnými dopady, které se více či méně promítají do všech oblastí lidské činnosti a tedy i městského prostředí.

Adaptační strategie na klimatickou změnu pro město Šlapanice by tak měla zmapovat a zhodnotit zranitelnost města a okolních obcí ve vztahu ke klimatickým změnám a navrhnout konkrétní opatření ke zmírnění dopadů těchto změn na život obyvatel města.

Plánovaná adaptační strategie bude zásadním podkladem pro tvorbu dalších strategických a koncepčních dokumentů.

1. Strategie a obsah informačních a komunikačních aktivit

Proč vytváříme komunikační plán?

Předkládaný komunikační plán byl vyhotoven pro účely podání žádosti o dotace v rámci Norských fondů 2014 – 2021, výzvy č. SGS-3 „Oslo“, k projektu **Adaptační strategie na klimatickou změnu pro město Šlapanice**.

1.1 CO? Jaké informace budou zveřejněny?

- Informace o tom, že Norské fondy přispívají ke snižování hospodářských a sociálních rozdílů v Evropském hospodářském prostoru
- Informace o tom, že Norské fondy posilují bilaterální vztahy mezi Norskem a Českou republikou
- Aktivity projektu
- Výstupy projektu
- Výstupy z akcí v souvislosti s projektem
- Činnost projektového týmu
- Dílčí zprávy z realizace projektu

1.2 PROČ? Jakého cíle chceme dosáhnout?

- Zvýšit informovanost o tom, že Norské fondy přispívají ke snižování hospodářských a sociálních rozdílů v Evropském hospodářském prostoru
- Zvýšit informovanost, že Norské fondy posilují bilaterální vztahy mezi Norskem a Českou republikou
- Informovat Státní fond životního prostředí ČR o všech událostech, které se vztahují k propagaci projektu (slavnostní zahájení, den otevřených dveří, semináře a další)
- Informovat jednotlivé cílové skupiny projektu o plnění cílů, výstupů, indikátoru a rozpočtu projektu

1.3 JAK? Jaké budeme využívat komunikační nástroje?

V rámci komunikačního plánu budou používány níže uvedené komunikační nástroje:

Povinná sdělení

- **Povinné sdělení na faktury a objednávky**

Všechny objednávky a faktury budou opatřeny větou „Financováno z Fondů EHP a Norska 2014–2021 – program CZ-ENVIRONMENT“. Faktury, které nebudou takto označeny, nebudou považovány za uznatelný doklad a výdaje nebudou považovány za způsobilé.

- Povinné sdělení na ostatní materiály

Povinná sdělení budou sloužit k informování veřejnosti o spolufinancování projektu z prostředků Norských fondů (pro materiály vydané v anglickém jazyce použijte anglickou verzi věty) a je shrnuto do následující věty: „Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fondů.“ „Supported by grant from the people of Norway. Bude použit font Arial. Velikost písma povinného sdělení na tištěných materiálech bude vždy taková, aby byla zachována dobrá čitelnost. Pokud bude text umístěn na formátu A4, pak bude minimální velikost písma 8 bodů. Na větších plochách, jako jsou například plakáty nebo roll-upy, bude velikost písma přímo úměrná velikosti plochy

- Loga a slogan

Všechny propagační materiály související s implementací projektu budou opatřeny viditelnými logy Norských fondů a Státního fondu životního prostředí ČR a případně také sloganem programu. Bude nutné používat loga, která jsou dostupná v anglickém i českém provedení na stránkách programu, a to jak samostatně, tak i se sloganem programu v různých formátech. Jazykovou variantu (logo Norských fondů je vždy v angličtině) město vhodně uzpůsobí typu materiálu a cílové skupině. Umístění loga bude v souladu s požadavky uvedenými v <https://www.sfzp.cz/dokumenty/detail/?id=2012> (Manuál publicity Norské fondy).

- Informační banner programu

Informační banner programu se například použije na tištěné materiály (brožury, letáky, plakáty nebo školicí a informační materiály vydané za účelem informování o projektu, prezenční listiny apod.).

- Fotodokumentace projektu

Fotografie, videa a další grafické materiály jsou účinným nástrojem, který oživí komunikační aktivity a získá si pozornost publika. Město jako každý příjemce finanční podpory z programu je povinen dodat zprostředkovateli fotografie projektu v tiskové kvalitě, a to minimálně v počtu 10 kusů. Poskytnuté fotografie budou využívány pro účely propagace projektů, programu a fondů EHP a Norska. Fotografie by měly vystihovat podstatu projektu. Je důležité se zaměřit především na „akční fotografie“, které zobrazují osoby či místa během implementační fáze řešeného projektu. Mezi činnostmi, ze kterých je vhodné pořídit fotodokumentaci, patří například semináře, workshopy, vzdělávací akce, průběh měření znečišťujících látek, sečení luk, komunikační aktivity s veřejností atp. V případě projektů, jejichž realizací dojde k viditelné změně (například projekty na revitalizaci území), je vhodné mimo snímků z realizace pořídit pro srovnání také fotografie před zahájením a po dokončení projektu. Kvalita fotografie by měla být co nejlepší, nicméně odvíjí se od možností žadatele a vybavení, kterým budou fotografie pořízeny. Minimální velikost fotografie by měla být 72 dpi a minimálně tři fotografie by měly být dodány v rozlišení 300 dpi, tedy vhodné pro tisk. Pokud bude město používat fotografie/video jiných lidí/institucí, je nutné se ujistit se, že je právo na využívání těchto materiálů a že je u snímků uveden jejich autor.

- Internetová propagace a komunikace

Internetové stránky budou obsahovat minimálně níže uvedené informace:

- o daném projektu
- o dosaženém pokroku během realizace

- o výsledcích a úspěchu
- o spolupráci se subjekty z Norska
- relevantní fotografie
- kontaktní údaje
- jasný odkaz na Norské fondy:
 - stránky Státního fondu životního prostředí ČR: www.sfzp.cz/norskefondy
 - stránky Ministerstva financí České republiky: www.norskefondy.cz
 - oficiální stránku Fondů EHP a Norska: www.eeaqrants.org.
 - v případě, že byl využit také grant z Bilaterálního fondu: bf.sfzp.cz

Dále bude dbáno na:

- Aktuálnost a jednoduchost
- Srozumitelnost textů
- Používat prolinky, aby si čtenář mohl dohledat informovanost o projektu (dbát na jejich aktuálnost)
- Aby použité fotografie odpovídaly textu
- Publikovat použitá fakta

- **Sociální sítě**

- Facebook (fotografie, sdělení)

Bude dbáno, aby nedocházelo ke krmení trollů.

- **Workshopy, semináře a akce pro veřejnost**

Město uspořádá alespoň tři informační akce, které se týkají dosaženého pokroku, úspěchu a výsledků projektu.

1. Workshop bude v termínu léto - podzim 2020, bude se jednat o workshop, kde bude představen projekt, jeho cíle, cílové skupiny. Workshop bude určen pro novináře, volené zástupce a odbornou veřejnost. Bude se jednat o půldenní workshop.
2. Workshop bude v termínu jaro 2021, bude se jednat o workshop, kde budou představeny dílčí výstupy z realizace projektu. Workshop bude určen pro novináře, volené zástupce a odbornou veřejnost. Bude se jednat o půldenní workshop.

3. Workshop bude v termínu zima 2021, bude se jednat o workshop, kde budou představeny konečné dokumenty, výsledky a výstupy projektu a splnění jednotlivých cílů projektu.

1.4 KDY? Jaký je harmonogram naší komunikace?

Zajištění povinné publicity bude probíhat od zahájení projektu **7/2020** do **12/2021**

1. workshop proběhne v létě – na podzim 2020 při zahájení projektu
2. workshop proběhne na jaře 2021, kdy budou představeny dílčí výstupy projektu
3. workshop proběhne v zimě 2021, kdy budou představeny konečné výstupy projektu

1.5 KÝM? Kdo zodpovídá v našem týmu za komunikaci projektu?

V předinvestiční fázi byl vytvořen projektový tým z členů vybraných dle schopností, dovedností a zkušeností tak, aby byl projekt z hlediska personálního zabezpečen ve všech svých fázích. Tým zajišťuje bezproblémovou přípravu, realizaci a udržitelnost projektu.

Ustanovený tým měl v roce 2020 několik pracovních jednání se zástupci zpracovatele žádosti o dotaci, vedení města a odborníky na klimatickou změnu. Hlavními prioritami realizačního týmu bude dosažení stanoveného cíle projektu, a to při dodržení principů a standardů projektového řízení.

Projektový tým pracuje odpovědně se systémem řízením rizik, která byla analyzována v předinvestiční fázi a v rámci plánu jejich řízení jsou stanoveny jasné nástroje na hodnocení, eliminaci či zmírnění dopadu.

Je vytvořen systém plné zastupitelnosti jednotlivých členů projektového týmu. Průběžné výstupy, dílčí plnění budou vždy k dispozici všem členům na městském úložišti, s průběžnými zálohami. Specifická pozornost bude věnována externím dodavatelům projektu.

Klíčové osoby managementu projektu:

- a) **Statutární zástupce** – Mgr. Michaela Trnitá (starostka města)
- b) **Manažer projektu** – [redacted] – vedoucí odboru investic a správy majetku MěÚ
- c) **Odborná podpora projektu** – [redacted] – projektový a investiční referent odboru investic a správy majetku, město Šlapanice
- d) **Odborná podpora projektu** – [redacted] – krajinářský architekt ve službách města Šlapanice
- e) **Odborná podpora projektu** – [redacted] – zpracovatel urbanisticko-dopravní studie pro město Šlapanice

Projekt plně respektuje zásady rovných příležitostí.

Výstupy projektu budou dodávány dodavatelsky. Projektový tým bude vybranému dodavateli zabezpečovat odpovídající součinnost. Realizace workshopů bude realizována vlastními lidskými zdroji úřadu.

Do tvorby adaptační strategie budou dále zainteresovány níže uvedené subjekty:

Čisté Šlapanice, z. s.;

Myslivecká společnost Šlapanice, z. s.;

Základní škola Šlapanice;

Český svaz včelařů z. s., základní organizace Šlapanice

2. Cíle a cílové skupiny

V rámci projektu byly identifikovány níže uvedené cílové skupiny:

- Obyvatelé města (7 517 obyvatel)
- Volení zástupci (21 zastupitelů)
- Podnikatelé (1 530 subjektů v roce 2019)
- Návštěvníci města (5 000 návštěvníků / rok)

Adaptační strategie bude zpracována dodavatelsky. Na workshopy a na veřejná projednávání bude přizvána odborná veřejnost, která bude zajišťovat připomínkování v odborné rovině.

3. Popis informačních akcí

Město uspořádá alespoň tři informační akce, které se týkají dosaženého pokroku, úspěchu a výsledků projektu. Může jít například o workshopy, semináře, akce pro tisk, slavnostní zahájení nebo ukončení projektu.

Harmonogram akcí:

- Zajištění povinné publicity bude probíhat od zahájení projektu 7/2020 do 12/2021
- 1. workshop proběhne v létě - podzim 2020 při zahájení projektu
- 2. workshop proběhne na jaře 2021, kdy budou představeny dílčí výstupy projektu
- 3. workshop proběhne v zimě 2021, kdy budou představeny konečné výstupy projektu

Stručný popis akcí:

Město Šlapanice uspořádá alespoň tři informační akce, které se týkají dosaženého pokroku, úspěchu a výsledků projektu.

1. Workshop bude v termínu léto 2020, bude se jednat o workshop, kde bude představen projekt, jeho cíle, cílové skupiny. Workshop bude určen pro novináře, volené zástupce a odbornou veřejnost. Bude se jednat o půldenní workshop.
2. Workshop bude v termínu jaro 2021, bude se jednat o workshop, kde budou představeny dílčí výstupy z realizace projektu. Workshop bude určen pro novináře, volené zástupce a odbornou veřejnost. Bude se jednat o půldenní workshop.
3. Workshop bude v termínu zima 2021, bude se jednat o workshop, kde budou představeny konečné dokumenty, výsledky a výstupy projektu a splnění jednotlivých cílů projektu.

4. Informace o administrativních útvarech

Komunikaci a informační aktivity v rámci projektu bude mít na starosti projektový a investiční referent Odboru investic a správy majetku I [REDACTED]



[REDACTED]



[REDACTED]

Hlavní kontaktní osobou projektu je vedoucí Odboru investic a správy majetku [REDACTED]
[REDACTED]



[REDACTED]



[REDACTED]

5. Vyhodnocování informačních a komunikačních aktivit

Vyhodnocení informačních a komunikačních aktivit bude zajišťovat vedoucí Odboru investic a správy majetku. V rámci tohoto procesu vznikne stručná zpráva, která bude obsahovat stručné shrnutí jednotlivých cílů a dopadů komunikačního plánu na cílové skupiny. V níže uvedené tabulce je uveden přehled základních indikátorů, které budou sledovány:

U veškerých materiálů budou dodrženy pravidla publicity programu.

Tabulka 1: Plnění indikátorů

Indikátor	Cílová hodnota	Jednotka	Popis hodnoty	Termín splnění
Počet akcí	3	ks	V rámci této položky proběhnou 3 workshopy, které jsou popsány v kapitole 4 tohoto dokumentu.	31.12.2021
Počet návštěvníků	150	osoby	Předpokládá se, že každý workshop navštíví cca 50 osob, což za všechny akce činí celkem 150 osob.	31.12.2021
Počet vyrobených informačních předmětů	300	ks	V rámci publicity projektu bude vyrobeno 300 ks drobných propagačních předmětů s publicitou programu.	31.12.2021
Počet tištěných materiálů	600	ks	V rámci projektu bude vytištěno 600 ks informačních letáčků, které budou obsahovat informace o výstupech projektu v ČJ/AJ a budou k dispozici v městských prostorách a budou obsahovat pravidla publicity.	31.12.2021

Zdroj: Žadatel, 2020

6. Aktivity pro zpřístupnění informací o projektu

Internetové stránky budou obsahovat minimálně níže uvedené informace:

- o daném projektu
- o dosaženém pokroku během realizace
- o výsledcích a úspěchu
- o spolupráci se subjekty z Norska
- relevantní fotografie
- kontaktní údaje
- jasný odkaz na Norské fondy:
 - stránky Státního fondu životního prostředí ČR: www.sfzp.cz/norskefondy
 - stránky Ministerstva financí České republiky: www.norskefondy.cz
 - oficiální stránku Fondů EHP a Norska: www.eeaqrants.org.
 - v případě, že byl využit také grant z Bilaterálního fondu: bf.sfzp.cz

Informace o projektu budou uvedeny na podstránce stránek města Šlapanice:
<https://www.slapanice.cz/projekty-mesta>

Dále bude dbáno na:

- Aktuálnost a jednoduchost
- Srozumitelnost textů
- Používat prolinky, aby si čtenář mohl dohledat informovanost o projektu (dbát na jejich aktuálnost)
- Aby použité fotografie odpovídaly textu
- Publikovat použitá fakta

Závěr

V předkládaném komunikačním plánu byly definované veškeré nezbytné aktivity pro zajištění publicity projektu, dle pravidel publicity Programu a dále byly definovány role u projektového týmu, který se bude na realizaci publicity projektu podílet. Předkládaný komunikační plán bude v případě potřeby pravidelně aktualizován.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Plnění indikátorů	12
------------------------------------	----