

První průběžná zpráva za období do 31. 7. 2019

KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ
OPERAČNÍHO PROGRAMU PRAHA – PÓL RŮSTU ČR

3. část

EVALUACE



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
OP Praha – pól růstu ČR



Obsah

Summary of results and main conclusions.....	3
Perception of communication and individual tools that were used.....	3
Shrnutí výsledků a hlavních závěrů	4
Vnímání komunikace a jednotlivých využitých nástrojů	4
Povědomí skupiny široké veřejnosti o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU a jeho komunikaci	5
Hodnocení vizuálních řešení komunikace	6
Úvod	8
Cíle evaluace.....	8
Realizační tým a role jeho členů.....	8
Použita metodologie a provedená šetření	9
Skupinové diskuze	9
Hlubkové rozhovory	9
Osobní dotazování.....	9
Analýza dat	10
Hlubkové rozhovory	10
Osobní dotazování.....	27
Doporučení pro další zaměření ročních komunikačních plánů	35
Hlubkové rozhovory	35
Skupinové diskuze – FG	36
Osobní dotazování.....	37
Použitá literatura a zdroje	38
Samostatné přílohy	39
Přehled reklamních aktivit OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU	39
Přehled redakční zmínek o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU.....	39
Struktura obyvatel Prahy.....	54



Summary of results and main conclusions

Perception of communication and individual tools that were used

Both the professional and general public generally have the idea that, with the exception of the website, there is no targeted OPPPR communication. This is not considered a major issue when it comes to awareness of the challenges. However, this could be a problem for new potential applicants or newly established organizations that have not yet monitored the system of subsidies and grants.

The absence of targeted and strategically managed communication is perceived more negatively in the case of informing the general public about the impact and utility of the supported projects

Project managers along with the information seminar for applicants are regarded as the strongest and most positively seen communication element of OPPPR to the professional public. Somewhere between these extremes is the project guide and the website www.penzeproprahu.cz. The project handbook is noted as informative, but its form is criticized - it is considered incomprehensible.

The communication to the public should primarily address the areas of effectiveness and impact of grant support on everyday life in Prague.

The communication towards the professional community should focus primarily on the "openness" of the program to all potential applicants. Here it is also necessary to combat the negative perception of OPPPR in the area of excessive administration and bureaucracy.

Some recommendations are the preparation and implementation of continuous and targeted communication with the general public. We strongly recommend promoting the impact of the projects on life in Prague and on the diversity of the organizations they applied for.

Overall, think about the message of the campaign. A desirable message among respondents was that Prague, together with the EU, invests billions of CZK in large projects that improve the life of Prague citizens.

Rather than mentioning the cost of the project, one should rather signify the total social cost savings or other benefits for Prague residents. For example, one could mention: by employing 7 unemployed people - we saved XY on social costs, or also: because of the employment of people living on the street, there are fewer homeless people in Prague, etc.



Shrnutí výsledků a hlavních závěrů

Vnímání komunikace a jednotlivých využitých nástrojů

Jak ve skupině odborné, tak i široké laické veřejnosti obecně panuje představa, že s výjimkou webové stránky žádná cílená komunikace OPPPR neexistuje. Což sice není považováno za velký problém, pokud jde o informovanost o výzvách. O těch se potenciální žadatelé „nějak“ dozvědí. Problém by to mohl být u nových potenciálních žadatelů, respektive nově vzniklých organizací, které ještě systém dotací a grantů nemají zmonitorovaný.

Absence cílené a strategicky řízené komunikace je negativně vnímána spíše v oblasti informování široké veřejnosti o dopadu a prospěšnosti podpořených projektů

Jako nejsilnější a nejpozitivněji vnímaný komunikační prvek OPPPR směrem k odborné veřejnosti jsou vnímáni projektoví manažeři spolu s informačním seminářem pro žadatele. Naopak jako nejslabší je vnímaný informační systém. Někde mezi těmito extrémy se nachází projektová příručka a internetové stránky www.penizeproprahu.cz. Projektová příručka je vnímána jako informačně hodnotná, ale kritizována je její forma. Ta je nazývána jako nesrozumitelná a alibistická.

Komunikace směrem k veřejnosti by mělo řešit především oblasti efektivity a dopadu grantové podpory na každodenní život v Praze. Jako ideální se jeví využít dopady konkrétních projektů.

Směrem k odborné veřejnosti by se měla komunikace zaměřit především na „otevřenost“ programu pro všechny potenciální žadatele. Zde je potřeba bojovat i s negativním vnímáním OPPPR v oblasti přílišné administrativy a byrokracie.

Jednoznačnými doporučeními jsou příprava a realizace kontinuální a cílené komunikace se širokou veřejností. Obsahově doporučujeme propagační impactu/dopadu projektů na život v Praze a na různorodost organizací, které žádali.

Celkově se zamyslet nad vyzněním kampaně. Jako žádoucí vyznění je mezi respondenty zmiňováno – Praha spolu s EU investuje miliardy Kč do skvělých projektů, které zlepšují život obyvatel Prahy a do těchto projektů se můžete zapojit i vy je to jednoduché.

Spíše než náklady na projekt uvádět jako celkovou společenskou úsporu nákladů případně jiný benefit pro obyvatele Prahy. Například zaměstnáním 7 lidí bez práce – jsme ušetřili na sociálních nákladech XY, nebo díky zaměstnání lidí z ulice je v Praze méně lidí bez domova apod.



Povědomí skupiny široké veřejnosti o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU a jeho komunikaci

Téma čerpání finančních prostředků v Praze z Evropských fondů k podpoře projektů z nejrůznějších oblast sleduje jen zhruba 1/3 (36 %) obyvatel Prahy. I přesto většina obyvatel Prahy (64 %) považuje za správné, že Praha čerpá finanční prostředky z Evropské unie k podpoře nejrůznějších projektů.

Povědomí o využívání těchto prostředků je však jen ve velmi obecné rovině, což dokládá skutečnost, že na otázku, zdali si vybaví nějaký konkrétní projekt v Praze podporovaný z Evropských fondů, sice odpovídá 43 % dotázaných, ano. Ale nejčastěji uváděnými projekty jsou pak obecně specifikované oblasti - vzdělání, školství, doprava, životní prostředí, neziskové organizace.

Znalost OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU je jen velmi minimální, na úrovni pouhých 2 % dotázaných.

V souladu s minimální znalostí OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU je i názor drtivé většiny dotázaných (93 %), že prezentace projektů financovaných v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU je nedostatečná. Naprostá většina respondentů (97 %) nezaznamenala v posledních měsících žádné informace o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU ani v denním tisku ani v dalších dotázaných médiích (internet, rozhlas, televize, informační magazíny).

Komunikace OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU je hodnocena jako problematická i z pohledu srozumitelnosti a zajímavosti obsahu. Velká většina (86 %) respondentů nepovažuje informace pro veřejnost o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU za srozumitelné a 77 % dotázaných je nepovažuje ani za zajímavé.



Hodnocení vizuálních řešení komunikace

Koncept prezentace konkrétních projektů včetně jejich nákladů a přínosů je vnímán velmi pozitivně napříč všemi účastníky FG. Podobně pozitivně je vnímán i výběr vlastních projektů.

Návrh vizuálu vychází z požadavků definovaných zadáním veřejné zakázky a doporučení týkající se kreativního řešení tak lze efektivněji využít v případných dalších komunikačních aktivitách.

K vlastnímu kreativnímu řešení prezentace projektů existuje mnoho připomínek. Některé se týkají přímo konkrétních projektů/vizuálů a jsou uváděny přímo u každé projektové prezentace, ale některé se opakují víceméně u všech vizuálů. Týkající se

- Celkového grafického/kreativního konceptu
- Výběru fotografií
- Hlavních nadpisů
- Projektových textů a
- Uvádění projektových nákladů

Ad celkové grafické/kreativní řešení

- negativně je hodnocena celková informační přehlednost řešení. V rámci jednoho inzerátu je komunikováno celkem 9 informačních prvků:
 1. Hlavní imageový obrázek
 2. Vedlejší projektový obrázek v kolečku
 3. Hlavní název projektu
 4. Claim projektu, případně vysvětlení jeho obsahu
 5. Text popisující obsah projektu
 6. Náklady vs. přínos
 7. Grafický element „Růst pro váš projekt, Praha roste s Vámi“ s logem peníze pro Prahu
 8. „Button“/grafické tlačítko s internetovou adresou
 9. Logo hl. m. Prahy a EU

Doporučení: zmenšit počet informačních prvků. Pro určité typy médií (outdoor, obecně OOH) je to zcela zásadní:

1. Používat pouze jeden obrázek, který má vztah přímo k zaměření projektu a jeho obsahu
2. Lépe provázat hlavní nadpis s obsahem projektu
3. Zvážit odstranění grafického elementu „Růst pro váš projekt“
4. Zkrátit text za použití hesel případně infografiky
5. Projektové náklady a dopad projektu uvádět přímo v rámci projektového textu/projektové infografiky (viz výše)



- Grafická roztříštěnost/nejednotnost – v rámci jednoho inzerátu je používáno příliš mnoho různých fontů a velikostí písma. To zahrnuje i použití elementu Růst pro Váš projekt, hlavního a vedlejšího nadpisu, projektový text a další.

Doporučení: odstranit textové prvky, u kterých je to možné a u ostatních co nejvíce graficky sjednotit

- a) Texty jsou považovány za zcela nepřírozené a spíše projektové. Cílem by mělo být jejich zlidštění a přiblížení běžnému jazyku

Ad výběr fotografií

Použité hlavní fotografie působí příliš zaměnitelně až klišé.

Doporučení: Používat ideálně fotografie přímo z projektů, nebo alespoň fotografie, která mají přímou vazbu na obsah projektů. Vyhnout se zaměnitelným fotografiím z fotobank.

Ad Hlavní nadpisy

Hlavní nadpisy působí reklamně, ale často nemají vazbu na obsah projektu a tak jsou zavádějící a stěžují pochopení sdělení.

Doporučení: Používat nadpisy, které mají jasnou vazbu na projektový obsah

Ad projektové texty

Obsah, forma, ale i rozsah jsou zcela nevhodné. Text příliš připomíná projektový jazyk a je pro běžné lidi zcela nesrozumitelný. Navíc často nevystihuje obsah a dopad projektu.

Doporučení: Texty zjednodušit až do podoby jednoduché a přehledné infografiky – co se stalo, jaký to má dopad a kolik to celospolečensky ušetřilo případně, jaký to mělo dopad na běžného Pražana.

Ad uvádění nákladů projektu

Uvádění projektových nákladů je obecně velmi kladně přijímáno. V současně podobě je prezentace nákladů ale velmi zavádějící a může vést k špatným interpretacím, například pouhému vydělení projektových nákladů počtem zaměstnaných osob apod.

Doporučení: spíše než náklady na projekt uvádět jako celkovou společenskou úsporu nákladů případně jiný benefit pro obyvatele Prahy. Například zaměstnáním 7 lidí bez práce – jsme ušetřili na sociálních nákladech XY, nebo díky zaměstnání lidí z ulice je v Praze méně lidí bez domova apod.

Další

Zvážit použití elementu Růst pro váš projekt. Jde o další samostatné a relativně komplikované sdělení, které komplikuje celkové pochopení inzerce.

Doporučení: element zcela odstranit nebo výrazně graficky zjednodušit. V současné době ještě zahrnuje další grafický element magnetu.

Celkově je třeba se zamyslet nad vyzněním kampaně. Jako žádoucí vyznění je mezi respondenty zmiňováno – Praha spolu s EU investuje miliardy Kč do skvělých projektů, které zlepšují život obyvatel Prahy a do těchto projektů se můžete zapojit i vy, je to jednoduché.



Úvod

Cíle evaluace

Cílem celého projektu je optimalizace komunikačních aktivit Operačního programu Praha – pól růstu ČR a navržení doporučení pro zvýšení dopadu těchto aktivit. Dílčími cíli kvalitativního výzkumu je optimalizovat plánovanou komunikaci zaměřenou na přínos a dopad OPPPR a zjistit bariéry které nežádoucím směrem ovlivňují vnímání operační program OPPPR a jeho komunikaci. Integrovaná komunikace zahrnuje zvyšování povědomí široké i odborné veřejnosti o projektech financovaných z OPPPR a jejich dopadu, pochopení podstaty OP PPR a poskytnutí dostatek relevantních informací o jednotlivých prioritních osách programu, zajištění odborné podpory při podávání žádostí o finanční podporu projektů a komunikace prostřednictvím webové stránky, projektové příručky a dalších kanálů.

Realizační tým a role jeho členů

Mgr. Jan König

- Návrh oblastí dotazování
- Návrh scénáře hloubkových rozhovorů a skupinových diskusí
- Vyhodnocení skupinových diskusí
- Zpracování závěrečné zprávy a doporučení z kvalitativních výzkumů

Ing. Jiří Tošer

- Hlavní kontaktní osoba pro Zadavatele
- Návrh a vyhodnocení dat z externích datových zdrojů
- Zajištění realizace skupinových diskusí
- Návrh dotazníku pro osobní dotazování
- Zpracování doporučení z osobního dotazování
- Zpracování průběžných a závěrečné zprávy

Ing. Martina Kocourová

- Vyhodnocení hloubkových rozhovorů
- Vyhodnocení osobního dotazování



Použita metodologie a provedená šetření

K zajištění výše jmenovaných cílů bylo využito kombinace kvalitativního a kvantitativního výzkumu.

Kvalitativní výzkum využil metody skupinových diskuzí (focus group – FG) a hloubkových rozhovorů. Cílovou skupinou byla v obou případech odborná veřejnost.

Skupinové diskuze

Celkem byly realizovány 3 skupinové diskuze o délce mezi 60-90 minutami zaměřené na vnímání a optimalizaci kreativního řešení plánované komunikace konkrétních dopadů projektů financovaných z OP PPPR. Respondenti se rekrutovali z úspěšných, neúspěšných a potenciálních žadatelů o programovou podporu. Minimální počet účastníků skupinové diskuze byl 6 a maximální počet 9 účastníků.

Hloubkové rozhovory

Dále bylo realizováno 25 hloubkových rozhovorů s respondenty, kteří se podíleli na realizaci projektů financovaných z OP PPPR. Minimální délka jednoho rozhovoru byla stanovena na 30min, ale drtivá většina se pohybovala kolem 45 minut. Hloubkové rozhovory se zaměřovaly především na vnímání obsahu, kvality a rozsahu integrované komunikace OP PPPR a případné bariéry, které komplikují vnímání operačního programu Praha pól růstu.

Osobní dotazování

V rámci dotazování bylo uskutečněno 206 rozhovorů tazatelů s respondenty na základě předem připraveného dotazníku (ve formě papírových dotazníků) s přesně připravenými otázkami a většinou také možnostmi odpovědí ve vytipovaných oblastech realizace projektů podporovaných z OP PPR. Cílovou skupinou byli obyvatelé Prahy starší 18 let.



Analýza dat

Hlubkové rozhovory

Celkové vnímání komunikace existence OPPPR

Celkově je komunikace OPPPR mimo cílené kanály – web, emaily z magistrátu, grantový kalendář – vnímána jako slabá. Tento fakt, ale není považovaný za problém. Každý, kdo by chtěl o podporu žádat, se může o programu lehce dozvědět.

Hodnocení celkové komunikace existence OPPPR respektive způsobu jak se o OPPPR dozvěděli respondenti, se odvíjí od typu instituce, pro kterou respondenti pracovali. Jedinci ze státní sféry (městské části, školy, školky) uvádějí, že byli už na existenci OPPPR upozorněni nadřizenými a proto jeho existenci brali jako automatickou.

Zbytek respondentů se zpravidla o programu dozvídal „tak nějak historicky“. Buď již dříve využili např. OPPA, nebo žádali o jiné granty a tím pádem se zaregistrovali např. na magistrátu, odkud jim chodí informace o výzvách emailem.

Další častý zdroj o existenci OPPPR je komunitní život neziskovek či jednotlivých oborů. Sdílejí informace o aktuálních zdrojích financí (jak o dotačních programech, tak konkrétních výzvách) na různých konferencích, symposiích, při neformálních setkáváních s lidmi z oboru

Dalším důležitým zdrojem informací jsou Konzultanti/Experti na dotace.

Z toho vyplývá, že v podstatě nikdo se o OPPPR nedozvěděl jen tak mimochodem, pasivně v rámci nějaké reklamy na veřejných místech či oslovením samotným magistrátem bez předchozí komunikace. Na rozdíl od dotačních programů ministerstev (Ministerstvo pro místní rozvoj či MPSV), od kterých někteří obdrželi cílenou informaci či viděli nějakou reklamu

Celkově respondenti hodnotili dostupnost informací o existenci OPPPR spíše negativně a navrhovali více aktivní přístup ze strany OPPPR. A to buď v podobě cílených nabídek pro potenciální žadatele (vydefinovaných podle těch oblastí-os a konkrétních výzev) nebo v podobě mailingu, telefonátů či oborových konferencí nebo marketingovou komunikací skrze příklady různých typů úspěšných projektů v jednotlivých oblastech-tedy stejnou cestou jak informovat širokou veřejnost- viz níže.

Spolupráce se zaměstnanci OPPPR

Spolupráce se zaměstnanci OPPPR je nejlépe hodnoceným aspektem celé integrované komunikace. Zejména respondenti, kteří mají zkušenosti i s jinými dotačními programy vyzdvihovali ochotu a míru pomoci personálu (lidí z magistrátu, projektových manažerů).

Téměř jednotně respondenti vyzdvihují fakt, že v oblasti dotací, která je příliš komplikovaná, byl lidský kontakt často onou pomyslnou záchranou. Zejména pro příjemce, kteří nejsou v oblasti dotací profesionály, tedy převážně příjemci ze sféry neziskového sektoru, jsou manažeři OPPPR opravdovou pomocí. Často jsou také manažeři považováni za hlavní zdroj informací.



Pro mnoho respondentů byl kontakt projektového manažera jednou z hlavních cest řešení problémů: mnohem efektivnější než hledání informace v mnohastránkové příručce, nebo na webu.

Projektoví manažeři byli zpravidla vnímáni více jako pomocníci než kontroloři. Mezi často udávanými charakteristikami bychom našli hodnocení jako nápomocní, ochotní zjistit i to, co nevědí, pro někoho i přátelští.

Mezi negativními aspekty spojenými se zaměstnanci OPPPR se nejčastěji objevovalo, že:

- Jsou příliš zavaleni prací, protože jich je málo a proto někdy trvá jejich odpověď nebo vyřešení situace příliš dlouhou dobu
- Problematika je tak komplexní, že často sami odpověď neznají, musí se ptát jinde, o to déle odpověď

Občas se mezi respondenty objevovala i hypotéza, že je mezi zaměstnanci operačního programu vysoká fluktuace, a proto ještě problematiku dostatečně neznají a musí se často ptát zkušenějších

U respondentů, kteří mají dlouhodobou zkušenost s pražskými granty (i OPPA) zaznívalo, že dříve bylo praktičtější to, že stejný manažer byl organizaci přiřazen během podávání žádosti i v průběhu řešení projektu, což usnadňovalo a urychlovalo celou komunikaci a řešení jejich problémů. Vedlo to k tomu, že jeden člověk znal projekt od začátku do konce.

Příručka

Důležitým zdrojem informací v průběhu celého projektu (od podávání žádosti až do konce projektu) je příručka. Jedná se o velmi obsáhlou a komplexní publikaci. Komplexnost a obsáhlost spolu s použitým „úředním“ jazykem (či jazykem EU), kterým je napsána vede k tomu, že je vnímána jako velmi komplikovaná na přečtení, ale hlavně i k porozumění. To ve svém důsledku vede k tomu, že si příjemci musí informace ověřovat z jiných zdrojů, nejčastěji od zaměstnanců OPPPR.

- *„Nemyslím si, že bych byla nějak hloupá a neschopná, ale i tak jsem musela každý odstavec přečíst 3x a stále jsem si nebyla jistá, jestli jsem to pochopila správně“*

Příjemci by uvítali, kdyby byla příručka napsaná jazykem, který bude jasný, přehledný a hlavně jednoznačně srozumitelný.

Úvodní seminář

Pro řadu respondentů (zejména ti z nestátní sféry, co nemají příliš zkušeností s dotacemi) byl seminář nejvíce srozumitelným zdrojem informací. Nejvíce si pochvalovali informace o tom jak postupovat při podání žádostí. Na rozdíl od příručky a webu na semináři zaznívaly informace více srozumitelně a bylo možné se na problematiku přímo doptat.

Zaměstnanci OPPPR, kteří na semináři o projektových záležitostech informovali, působili profesionálně a zkušeně.

Celá atmosféra seminářů byla hodnocena velmi pozitivně.

Jeden respondent zmínil i fakt, že cítil, že jeho účast na semináři plnila i roli propagace vlastního projektu

- *„Ukázat se tam, aby o vás lidi z magistrátu věděli“*



Informační systém MSEU.MSSF.CZ

Tento informační systém je pravděpodobně nejkonzistentněji negativně hodnoceným nástrojem komunikace v rámci celé integrované komunikace OPPPR. Celkově je vnímán jako velmi složitý a nepřehledný. Mezi další negativní hodnocení patří jeho složitá a zcela neintuitivní ovládání. Ze začátku měli s ovládáním programu problémy i sami zaměstnanci OPPPR.

- *„Je to děs! Třeba jenom odeslat depeši – najít někoho v adresáři, pak ho přidat mezi příjemce, přiložit dokumentnadhledské úsilí“*
- *„Názvy těch jednotlivých oblastí, pokaždý jsem měl pocit, že v tom dělám zase poprvé.“*

Mezi další negativní hodnocení patří jeho nestabilita a to že „padá“ a dlouho se načítá.

Další komplikací představuje jeho uživatelská nevstřícnost a nepraktičnost. Jeden úkon je třeba realizovat složitým procesem klikání, ukládání a potvrzování. Navíc je vše je potřeba průběžně ukládat.

- *„To co děláte běžně jedním tlačítkem, tady obnáší 10 různých úkonů a prokliků“*

I přes skutečnost, že systémy jsou vytvořeny centrálně pro všechny subjekty implementace a řídicí orgán nemá možnost je jakkoli ovlivnit, je třeba těmito výhradami pracovat v procesu komunikace. Bylo by tedy vhodné v rámci komunikace k odborné veřejnosti systém komunikovat jako „nebytnou nutnost“ v rámci procesu a žadatelům nabídnout podporu.

www.PenízeProPrahu

Spontánně je web relativně málo zmiňovaným nástrojem komunikace OPPPR. Někdy je ještě zmiňován web magistrátu, kde jsou výzvy a kontakty. Zřejmě se jedná o starší web.

Oba tyto weby jsou vnímány jako místa, kde člověk poměrně jednoduše najde, co hledá. Především se jedná o přehled aktuálních a plánovaných výzev, místo, kde lze stáhnout příručku a další dokumenty, případně aktuality. V tomto ohledu je web vnímán jako funkční a jednoduchý.

Na druhou stranu není web považován za místo, kam by příjemci chodili pro inspiraci, nebo informace o dalších probíhajících projektech. Nicméně respondenti takovou potřebu ani nemají a současná podoba a funkcionality jim vyhovuje.

Název webu www.penizeproprahu byl hodnocen celkem rozporuplně. Na jednu stranu respondenti oceňovali jeho jednoduchost a dobrou zapamatovatelnost (na rozdíl od složitých zkratk názvů operačních programů). Na druhou stranu slovo peníze neodkazuje srozumitelně na dotace/grantový program. Dále sebou slovo peníze nese i negativní emoce typu: žebrání o peníze, machinace s penězi. V tomto ohledu navrhovali namísto slova „peníze“ emotivnější a více lidská slova jako pomoc, podpora, atp.

Komunikační témata

Celkové vnímání OPPPR ovlivňuje několik oblastí, které většinou nejsou adresovány řízenou/plánovanou komunikací magistrátu, ale spíše si žijí svým životem. Obsah je tvořen na základě zkušeností příjemců a žadatelů a komunikačním médiem je nejčastěji word of mouth neboli „šuška“. Bohužel se často nemusí jednat o reálnou situaci. Jedná se především o oblasti – Otevřenosti OPPPR pro všechny, Přínos projektů OPPPR pro veřejnost, Transparentnost programu a Efektivita programu.



Otevřenost programu OPPPR pro všechny

Podle respondentů program není určitě otevřený pro všechny. Příčin je hned několik. Mezi hlavní je udávána složitost zvládnutí podání a realizace projektů. Často je udáváno, že bez externího poradce to není možné. Externí poradci jsou zároveň považováni za drahé a nedostatkové zboží

Dalším důvodem je fakt, že do žádosti je potřeba „nainvestovat“ hodně času i peněz, což si někteří nemohou dovolit. Někteří ani dopředu nevědí, že toto bude tak složité. Pokud nedojde ke schválení projektu, může to být pro některé žadatele i likvidační.

Na druhou stranu se objevil i názor, že je dobře, že se o existenci tohoto programu tak často neví, protože se o něm dozvedí jen ti, kteří jsou na něj profesně i personálně dostatečně připravení.

Přínos programu OPPPR pro veřejnost

Hodnocení této oblasti je pro respondenty složité. Sami v tomto světě dotací a projektů každodenně žijí a znají ho a často ani neví, co si o těchto projektech a jejich financování myslí veřejnost. Respondenti mají nicméně pocit, že neexistuje žádná cílená komunikace OPPPR směrem k cílové skupině širší veřejnosti. Domnívají se, že tato komunikace neexistuje ani v rovině informovanosti o existenci OPPPR ani v rovině informací o přínosu OPPPR pro běžné občany například prostřednictvím informací o realizovaných projektech.

Několik respondentů zmínilo v tomto ohledu komunikaci/reklamu o tzv. „pražských voucherech“, ale sami nevěděli nebo si nebyli jistí, zda to souvisí s OPPPR. Navíc i tuto komunikaci hodnotili jako poměrně strohou či nešťastnou ve smyslu „přijďte si pro dukáty na magistrát“, což na jednoho respondenta působilo až jako urážející.

Většina respondentů se shodla, že téma dotací má často negativní konotace a mezi běžnou populací není příliš populární. Mezi důvody, z kterých tyto nálady zřejmě plynou, udávali:

- V médiích se komunikují především negativní kauzy (Čapí hnízdo, golfové a hotelové resorty, výstavba silnic apod.)
- Dotace je pro část veřejnosti spojená s rozhazováním našich veřejných peněz a jejich přerozdělování těm, kteří si to podle nich nezaslouží (migranti, nepřizpůsobiví)
- U odborné veřejnosti to navíc je vnímání složitosti získání dotací a jejich administrace, především z důvodů přílišné administrativy (zde je ten stereotyp vnímán jako oprávněný).

Z výše uvedeného vyplývá, že respondenti vesměs zastávali názor, že by OPPPR mělo více mluvit o své existenci, aby se do popředí více dostaly pozitivní příběhy pomoci, a tím se zlepšila i image dotací a čerpání z evropských fondů obecně.

Transparentnost

Vnímání transparentnosti pražských dotací se v čase vyvíjí pozitivním směrem. Obecně je OPPPR vnímán jako transparentní. Jako důvody pro toto tvrzení jsou jmenovány následující důvody - spousta pravidel, podmínek, kontrol a reportování, což vizi transparentnosti jasně posiluje.

U hodnocení žádostí vyvstává otázka nad transparentností z důvodu využívání „anonymních“ hodnotitelů, u kterých často žadatelé neznají ani jejich motivaci, ale ani jejich odbornost. Mezi důvody jisté netransparentnosti hodnocení patří

- Hodnocení je subjektivní a lidský faktor je velmi zádný



- Hodnotitelé nejsou vždy vnímáni jako odborníci na danou oblast. Hodnocené oblasti tak často nerozumí a nedokážou ji objektivně zhodnotit. Jako příklady byly uváděny relativně složité výzvy na sociální podnikání, kde je potřeba propojit znalosti z oblasti sociální ale i ekonomické a podnikatelské.
- Všechna pravidla a tabulky nutí strojově hodnotit a nezamyslet se nad potřebnostmi pro lidi.

Při přímém dotazu na vnímání transparentnosti z pohledu přítomnosti politických zájmů respondenti odpovídají spíše vyhýbavě. Nejčastější jsou odpovědi typu neví, nevidím do toho. Občas byly zachyceny nějaké náznaky nebo hypotézy, že současná garnitura na magistrátu spíše podporuje projekty určitého typu či prosazuje nějaký projekt. Nicméně se nejedná o prioritní téma.

Efektivita grantové podpory

Pravidla a podmínky často nutí využít peníze méně efektivně, protože je blokově dáno kolik procent se má na co využít. Oproti minulým programům OPPA je uskutečňování změn v projektu vnímáno jako složitější, což také vede ke spoustě neefektivních řešení/aktivit.

Někdy bývá na škodu příliš podrobný projekt v začátcích, který svazuje a nutí je se ho za každou cenu držet (i za cenu nižší efektivity nebo využitelnosti). Čas mezi podáním projektové žádosti a realizací projektu bývá velmi dlouhý a na trhu a ve společnosti se za tu dobu uskuteční mnoho změn, které mohou projekt ovlivňovat a vyžadují jeho úpravy. Změny v projektech vnímají respondenti jako problematické a jejich schválení za příliš zdlouhavé, i když vychází z platné metodiky

Nejvíce ale efektivitu projektů zatěžuje přílišná byrokracie a administrativa. Ty neúměrně zatěžují zaměstnance/realizátory a rozpočet projektu. Jedná se o příliš mnoho dokumentů, které se musí dokladovat ke každé zprávě (např. nutnost schvalování všemi klienty - i rodiči jednotlivých dětí, nejen ředitelkou školy, podepisování důchodci v domově důchodců apod.), ale i obtížnou práci s projektovým softwarem.

Vnímání OPPPR

Současné vnímání OPPPR je v podstatě pozitivní především díky jeho projektovým manažerům. Nejčastější používaná přídavná jména pro popis OPPPR jsou:

- Nápomocná
- Ochotná
- Přívětivá
- Přátelská

Jedná se ale víceméně o projekci projektového manažera a lidské komunikace s personálem do vnímání celkového OPPPR.

Nicméně pokud respondenti o tématu přemýšlejí déle, velmi často zmiňují i negativa, která jim výrazně komplikují práci. Jedná se především o nedostatečné kapacity zaměstnanců a jejich přetíženost, zpoždění oproti plánu na všech úrovních od hodnocení projektových žádostí, přes podpisy smluv a schvalování projektových změn a zpráv až k finálnímu vypořádání projektů.



V tomto kontextu je OPPPR vnímáno spíše jako „Přepracovaná ženská se čtyřmi dětmi (osami), která si často neví rady, je unavená a bezradná (odkaz na dlouhé lhůty pro odpovědi, přetíženost)“. Mezi další přirovnání patří i „Paní Colombová – nikdo ji nikdy neviděl a nikdo neví, co od ní může čekat (odkaz na to, že program o sobě nedává příliš aktivně vědět)“.

Samostatnou kapitolou zůstává systém OPPPR a jeho úřednický charakter, který má velmi daleko k inovacím a moderním organizacím a jejich řízení. To začíná u nesrozumitelnosti jazyka, který program používá až po úřednický až formalistický způsob řízení programu a kontrolu jednotlivých projektů. OPPPR je vnímán jako „Suchar úředník, mluví formálním nesrozumitelným jazykem, nepříteli vstřícný a ochotný (dlouhodobost, nesrozumitelná psaná forma, neflexibilní, zastaralá, zkostnatělá, složitá agenda)“

Skupinové diskuze – FG

Průběh skupinových diskuzí probíhal podle předem schváleného scénáře. Po úvodním představení průběhu skupinové diskuze, organizačních informacích a vzájemném představení všech respondentů a moderátora začala vlastní práce skupiny. Scénář zahrnoval následující aktivity:

- Asociace spojené s kreativním/grafickým zpracováním inzerátu
 - Respondenti viděli inzerát po dobu cca 2 sekund a sdíleli okamžité asociace spojené s inzerátem při tak krátké expozici. Tato aktivita se snaží odhalit, jak inzerát působí na cílovou skupinu, pokud inzerát pouze zahlédnou a nemají možnost ho déle zkoumat.
- Pod lupou – detailní seznámení se s inzerátem
 - Respondenti mají možnost si inzerát/řešení důkladně prohlédnout a mají možnost reagovat jak na celkové zaměření, obsahové a grafické zpracování, tak i použité texty.
- Hodnocení náplně projektů – jedná se o vnímání vhodnosti výběru projektů především na základě jejich zaměření/obsahu.
- Logo Praha a EU – respondenti se vyjadřovali jak v celkovém grafickém/kreativním řešení vnímají použití/prezentaci loga hl. m. Prahy a EU
- Důvěryhodnost projektů financovaných z prostředků EU
 - Respondenti hodnotili, jak vnímají projekty financované z prostředků EU především v oblasti jejich cílení/zaměření a efektivity.
- Vnímání projektových nákladů a dopadu projektů
 - Respondenti hodnotili, jak vnímají v grafickém/kreativním řešení použití reálných nákladů na projekt v kontextu projektového dopadu
- Vizuální prvek „RŮST“
 - Respondenti hodnotili, jak vnímají použití dalšího grafického elementu „Růst pro váš projekt“ v celkovém grafickém řešení



- „Button“ projektový web
 - Respondenti hodnotili vnímání grafického zpracování a umístění grafického elementu s uvedeným projektovým webem
- Další
 - Na závěr skupinové diskuze ale i v celém jejím průběhu měli respondenti možnost se vyjádřit k jakýmkoliv dalším oblastem kreativního/grafického zpracování komunikace/“inzerátu“.

Seznam kreativních řešení/jednotlivých projektů

Celkově bylo testováno 7 kreativních konceptů, respektive projektových konceptů. Všechny měly víceméně jednotné grafické rozložení/layout s těmito dominantními prvky

- Hlavní imageový obrázek
- Vedlejší projektový obrázek v kolečku
- Hlavní název projektu
- Claim projektu, případně vysvětlení jeho obsahu
- Text popisující obsah projektu
- Náklady vs. přínos
- Grafický element „Růst pro váš projekt, Praha roste s Vámi“ s logem peníze pro Prahu
- „Button“/grafické tlačítko s internetovou adresou
- Logo hl. m. Prahy a EU



Jednalo se o tyto hodnocené koncepty/vizuály:

- Už práci nehledám
- Mosty ke školám
- Podzim se blíží
- Handicap? No a co!
- Učíme se od přírody
- Strom štěstí existuje
- Žádné klacky pod nohy

Už práci nehledám

Asociace

U tohoto kreativního řešení při krátké expozici respondenti nejčastěji jmenovali následující asociace, které lze hodnotit jako SILNÉ a SLABÉ STRÁNKY řešení.

SILNÉ STRÁNKY



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
OP Praha – pól růstu ČR



- Graficky silný prvek nadpisu, který upoutá
„něco jako, že už nepotřebuju pracovat ani peníze“
- Dobře zapamatovatelný grafický prvek „bezdomeckých“ rukavic
- Pozitivně vnímané celkové zpracování, které *„Na první pohled připomíná retro styl“*

SLABÉ STRÁNKY

- Často respondenti udávali, že nelze uchopit, o co v projektu jde, ani směr projektu
- Velmi často, především u žen zaznívala negativní asociace s „bezdomeckými“ rukavicemi
 - *„Zaplivaný bezděci v NY v metru. ..cedule na kartonu nemáme peníze na děti“*
- Špatně rozpoznatelný grafický prvek projektové fotky - zeleninových chipsů
 - *„To není koblížek?“*
- Přestože byl nadpis hodnocen jako silný a dobře viditelný, někteří respondenti měli výhrady k jeho grafickému zpracování
- Velmi často bylo udáváno, že je na inzerátu příliš mnoho informací

Pod lupou

V případě, že měli respondenti možnost si inzerát lépe prostudovat, nejčastěji udávali následující názory a hodnocení

- Celkově se jim při delší expozici zdálo zpracování lepší a řešení bylo lépe přijímáno
 - *„Je mi to sympatičtější“*
 - *„Teď mi to dává smysl“*
- Velkým tématem byla přítomnost „špinavé „bezdomecké“ ruky/rukavice ve spojitosti s jídlem
 - *Velká část účastníků FG (převážně ženy) špatně snáší špinavou ruku v kontextu jídla*
- Celkově je často odmítáno propojení prvků bezdomovectví a jídla, které by měli účastníci jíst
 - *„Vůbec bych to nechtěl jíst“*
- Kriticky se respondenti vyjadřovali také k obrázku zeleninových chipsů, který se jim zdál ošklivý a nejasný
 - *„Nejde poznat o, co jde“*
 - *„Já myslím/a, že to jsou lístky růže/purpura“*
 - *„Jde blbě rozpoznat, že to jsou chipsy“*
- Častá byla i kritika celkového grafického řešení
 - *„Proč to musí být zase ta ošklivá grafika evropských projektů?“*
 - *„Nechtěl bych být zaměstnanec toho projektu“*
 - *„Proč to nemůže vypadat jako normální nápaditá reklama?“*
- Velmi kriticky se účastníci/respondenti vyjadřovali o textové zpracování. Volali hlavně po jeho celkovém zlidštění.
 - Celkově zjednodušit i textové řešení nadpisu – *„Už práci nehledám“*
 - *„Ať to je například - už nehledám práci“*
 - *„Ať to zní přirozeně, jak by to řekl normální člověk“*
 - *„Hlavně ať to zní normálně“*
- Další kritika se týkala i textu popisujícího projekt. Chtěli by zdůraznit především klíčová fakta o obsahu projektu a pospat to „lidsky“



- „Ať tam je – Vyrábím zeleninové chipsy a ne výroba zeleninových chipsů v sociálním podniku“
- Upravit grafiku/logotyp nadpisu
 - „Ať to vypadá nějak přirozeně!“
 - „Hnusná velká psací písmena, takhle přece nikdo nepíše“
- Často se v průběhu opakovala i kritika celkového grafického vyznění

Doporučení

Respondenti by doporučovali zásadně upravit fotografie i text

- Hlavní Fotografie by měla reprezentovat projekt a měla by projekt/produkt vykreslit pozitivně
 - „Odstranit bezdomovecké rukavice a špínu“
- Fotografie chipsů je nejednoznačná a matoucí – využít reklamní fotografie projektových chipsů
 - „Hezky nafotit a prezentovat zeleninové chipsy“
- Zásadním způsobem upravit text popisující projekt tak, aby byl přehledný a snadno pochopitelný a popisoval skutečné výhody projektu
- Obsahově upravit část projektové náklady a dopad tak, aby si lidé představili, co se opravdu za projektové peníze stalo. Jaký byl dopad.

Mosty ke školám

Asociace

U tohoto kreativního řešení při krátké expozici respondenti nejčastěji jmenovali následující asociace, které lze hodnotit jako SILNÉ a SLABÉ STRÁNKY řešení

SILNÉ STRÁNKY

- Na první letmý pohled grafické zpracování působí nápaditě a optimisticky
 - „Hezké propojení obrazu a slova“
 - „Je to hezky barevný, školy nejsou takhle barevný“
- Sdělení respektive hlavní název inzerátu je vnímán jako - Jasně sdělení, že jde o projekt pro školy
 - „...Nějaké aktivity pro děti?“, „pohyb do škol?“, „konečně se ve školách bude něco dít!“



SLABÉ STRÁNKY

U tohoto řešení nejsou udávány žádné negativní pocity ani asociace, které by bylo možné vyhodnotit jako slabé stránky řešení.

Pod lupou

V případě, že měli respondenti možnost si inzerát lépe prostudovat, nejčastěji udávali následující názory a hodnocení. Ty lze vnímat spíše jako kritické a negativní. Tato kritika se týká jak grafického řešení, tak textu

- Kritizován je i samotný obrázek, který se při rychlé expozici líbil. Především z důvodu, že se nepojí s obsahem projektu a sami respondenti navrhuji zajímavé kreativní řešení
 - „Je to chaotický, to zaměření projektu k tomu projektu obrázku vůbec nepatří“

- „Proč tam není obrázek, jak si vietnamská holčička čte babičku/pejska s kočičkou. Tak vím, že si díky projektu přečte naši českou knížku“
- Také je kritizován samotný text, který nezaujme a příliš připomíná projektový jazyk.
 - „Mně to přijde jako text, kterej člověk nevnímá. Ten zbytek je divnej“
 - „Je to takový projektový PTYDEPE“
- Za nejslabší považují, že je jako výstup projektu udáváno „7 klíčových aktivit.
 - 7 klíčových aktivit. To mi je úplně jedno, to bych nečetla. Je potřeba vidět, co se konkrétně stalo“
 - „Kolik děti jsme naučili česky, a že mají nové kamarády“
 - „Konkrétní jméno toho dítě. Adélka už čte české knížky“
- kritizován je i projektový obrázek, který také o projektu příliš nevypráví.
 - „Ten malý obrázek v kruhu je o ničem“

Doporučení

Jako doporučení je uváděno celkově přepracovat text i fotografii.

- Zásadně přepracovat text tak, aby popisoval projekt včetně jeho reálných výstupů.
- Nejhůře je vnímáno heslo 7 klíčových aktivit jako dopad/výstup projektu
- Přestože je fotografie vnímána jako pozitivní a veselá, doporučení zní, aby byla fotografie změněna, tak, aby odpovídala obsahu projektu a reprezentovala jeho cíle.

Podzim se blíží

Asociace

U tohoto kreativního řešení při krátké expozici respondenti nejčastěji jmenovali následující asociace a hodnocení, které lze hodnotit jako SILNÉ a SLABÉ STRÁNKY řešení

SILNÉ STRÁNKY

Jako silné nebo alespoň pozitivní byly uváděny následující asociace:

- Hra o trůny
- Sci – fi
- Metalovej koncert
- Důchodci běžte do toho



Mezi další silné stránky grafického řešení byly udávány:

- Rozpoznání, že jde o projekt pro seniory
 - „Podzim se blíží, evokuje mi to stáří“
- Grafika, která zaujme
 - „Viděl jsem tam meče“
 - „Já viděl spokojenýho, vousatýho pána. ...smál se. ...myslím, že se smál“

SLABÉ STRÁNKY

U tohoto řešení nebyly jmenovány žádné významné slabé stránky. Snad jen ponurost grafického řešení.

Pod lupou

V případě, že měli respondenti možnost si inzerát lépe prostudovat, nejčastěji udávali následující názory a hodnocení.

- Pozitivně hodnocená kreativní narážka na Hru o trůny. U respondentů, kteří Hru o trůny neznali, nedocházelo k negativnímu vnímání konceptu.
 - „Nojo, vypadá to jako hra o trůny – winter is coming“
 - „To je dobrej fór“
- Celkové zpracování bylo vnímáno jako nejkvalitnější. Obrázek/grafické zpracování dávalo smysl i s projektovým obsahem a ještě mělo kreativní narážku.
 - „Obrázek dobrej, ale na první pohled to nebylo zřejmý“
 - „Jo, výroba kulís. ...to je jasný..“
- Opět byl kritizován obrázek „ z projektu“, který zde jeden z respondentů nazval Leškem Semelkou. Samotný portrét, zřejmě účastníka projektu, je hodnocen, že má minimální přínos. Pokud by zde projektová fotka byla, je potřeba, aby uměla ukázat na činnosti projektu.
- Jako největší slabina byl opět vnímán jazyk textu popisující projekt.
 - „Musí být konkrétní a personalizované“
 - „Kolik si v projektu vydělal?“
 - „Aby k tomu dávala smysl i ta fotka“

Doporučení

Doporučení u tohoto řešení se týkala spíše detailů a vylepšení než celkové nespokojenosti s řešením.

- Grafika
 - *Upravit grafiku, aby byla rozpoznatelnější*
 - *Fotka vousatého muže by měla reprezentovat náplň projektu*
- Text
 - *Personalizovat dopady projektu*
 - *Popsat Impact projektu nikoliv jen počet zaměstnaných osob*
 - *Vyvarovat se projektovému jazyku – použít zcela přirozený a úderný jazyk*

Handicap? No a co!

Asociace

U tohoto kreativního řešení při krátké expozici respondenti nejčastěji jmenovali následující asociace a hodnocení, které lze hodnotit jako NEUTRÁLNÍ ASOCIACE a SILNÉ a SLABÉ STRÁNKY řešení

NEUTRÁLNÍ ASOCIACE

- Zmrzlina a kapučíno
- Nějaký hendikep, ale není vidět
- Není tam žádný vozíčkář - Překvapení
- ADHD u dětí, nebo nějaký takový projekt

SILNÉ STRÁNKY

Celkové řešení působilo pozitivně a do jisté míry i překvapivě. Především z důvodu, že hendikep uvedený v textu nadpisu nebyl při rychlé expozici rozpoznán.

jako další silná stránky řešení byl uváděn líbivý nadpis.

SLABÉ STRÁNKY



Mezi udávané slabé stránky patřil fakt, že grafické řešení působí tmavě a graficky chaoticky – člověk, „zmrzlina“, dodávka

- „Asi to bude nějaká blbost“
- „Tmavý, tak to na mě působilo. A vzadu jsem si všimla auta. A to mi tam nedávalo žádnéj smysl“

Pod lupou

Inzerát/grafické řešení bylo při podrobnějším prohlédnutí přijímáno kritičtěji než při rychlé expozici. Pozitivní zůstal pocit překvapivosti typu vybraného hendikepu.

- Překvapivost
 - Část účastníků kladně hodnotí zajímavost hendikepu – protéza/mladá holka
 - Druhá část (odborníci) typ hendikepu hodnotí negativně, neboť nepotřebuje zásadní pracovní úlevy
- Kritika celkového grafického řešení, které působí komplikovaně a chaoticky.
 - „Hodně mi to splývá“, „proč tam je to auto?“
 - „Proč tam je to kapučíno?“
- velmi negativně byly opět přijímány texty, které zní velmi projektově.
 - „Ten text není vůbec lidskej“
 - „Gastronomie, která umožňuje lidem existovat? To je výkřik do tmy!“
 - „Vůbec nevím o čem to je???. ...aha oni koupili auta“
- U tohoto projektu byla negativně vnímána i výše nákladů projektu. Jedním z důvodů je opět i chybějící popis dopadu projektu. Nákup aut o dopadu na pracovní místa nebo život Pražanů nevyovídá.
 - Hodně peněz do nákupů aut

Doporučení

Doporučení byla především pro text, ale částečně i směrem ke zjednodušení grafiky.

- u textu se opět jednalo především o apel na „polidštění“ popisu projektu
 - Popsat přesný dopad projektu/IMPACT. Jak bude, kdo z projektu těžit. Jak cílová skupina, tak běžný občan Prahy.
 - Text zlidštit
- U projektových nákladů, které jsou u tohoto projektu nejvyšší, by bylo potřeba popsat dopad projektu na vznik nových míst a zlepšení života Pražanů.
- Odlehčit celkovou grafiku, které působí příliš komplikovaně – dodávka, žena, kapučíno.
 - „Je to příliš komplikované – pozadí auto, vpředu hendikep, v kolečku kafe“



Učíme se od přírody

Asociace

U tohoto kreativního řešení při krátké expozici respondenti nejčastěji jmenovali následující asociace a hodnocení, které lze celkově hodnotit spíše jako kritické:

- „Zase děti, kliše“
- „Trávník se k tomu nehodí – není příroda“
- „Trávník mně to evokovalo – nudící se děti, které si houpou nožičkami“
- „Je to hodně neoriginální.typická fotka z fotobanky“
- „Asi by mě to nezaujalo – kliše. Je to hodně neoriginální“
- „Téma děti a přírody mě zajímá, ale tomuhle (zpracování) bych nedůvěřovala.“
- „Zajímalo by mě, co se od trávníku dozvěděj“



Za pozitivní lze označit, že především zpracování nadpisu rychle vede k pochopení celkového zaměření projektu:

- „Něco jako aby se děti učili venku, byly víc s přírodou“

Pod lupou

Při delší expozici vizuál/inzerát spíše generuje další otázky a vede k negativnímu vnímání a kritice. Kritizované je především celkové zpracování, kde je použita nic neříkající fotka s trávníkem, který není pro respondenty přírodou a složitý popis projektu, který neumíme jasně sdělit, k čemu projekt přispěl.

- „Zahrada je odpověď, ale kde je ta otázka?“
- „Co se tam budou učit? ...„chybí tam to důležité““
- „Z toho obrázku mě to vůbec nenapadne o čem to je“
- „Asi by tam měla být fotka toho projektu, tý účebny“
- „Spíš to vypadá jako zdravý svačiny do škol“
- „Níc méně obsah projektu po důkladném přečtení vnímán pozitivně“

Doporučení

Doporučení jsou podobná jako u ostatních vizuálů/projektů. Týkají se především použité fotografie a textu. Fotografie by měla být ideálně přímo z projektu, nebo alespoň reálný projekt evokovat případně ukázat, jak se děti učí venku a nějaký konkrétní přínos výuky v přírodě, např. motýl, který sedí na knížce biologie zrovna na kapitole Motýlí“. Hlavně by fotka měla více reprezentovat přírodu. Trávník pro respondenty přírodu nepředstavuje. Text by měl být napsán srozumitelně a zcela jednoduše popsat co se díky projektu stalo.

Strom štěstí existuje

Asociace

U tohoto kreativního řešení při krátké expozici respondenti nejčastěji jmenovali pozitivní asociace a hodnocení, které by se nejčastěji dali seskupit pod pojmy „překvapení“, „veselé“ a „taková blbost“. I v případě posledně uvedeného se spíše jedná o něco milého nebo alespoň zajímavého, co stojí za prozkoumání.

- „Hmmm“, „chichichi“
- „To mě rozesmálo, jak jí letí vlasy dozadu“
- „Nějaký fantasy?“
- „Pipi punčochatá“
- „Knižní veletrh“
- „To je blbost“
- „Líbí se mi to“



Pod lupou

Při delší expozici vizuál/inzerát spíše generuje otázky a částečně i kritiku. Použití obrázku holčičky s pohádkovými vlasy vede k rozdělení respondentů na víceméně podobně velké skupiny. Na ty, kterým se obrázek líbí a přijde jim zajímavý a na ty, kterým přijde tematicky úplně mimo projekt a jeho použití tedy vnímají jako nevhodné. Negativnější reakce než obrázek nicméně vzbuzuje nadpis a opět textový popis projektu, který je složitý a pro běžného občana nepochopitelný a neuchopitelný. Nadpis vzbuzuje až přílišná očekávání, která navíc nejsou v souladu s dopadem/cíli projektu.

- „To je strašně ezoterický“
- „Ten název je úplně nemístnej“ ..“tam je přece důležitéj ten strom a ne strom štěstí“
- „Co to je za projekt???“
- „To jako dosáhne nějaký nirvány?“

U popisného textu jde v důsledku jeho složitosti k nepochopení, přestože, že je projektový záměr přijímán zcela pozitivně:

- „Cože? Co to je za projekt?“
- „Ta myšlenka opravy školy je skvělá, ale nedá se k tomu dostat“

Doporučení

Podobně jako u předchozích vizuálů je i zde potřeba výrazně zjednodušit celkové sdělení a zajistit homogenost celé komunikace, tzn. nadpis, který jasně odkazuje k obsahu projektu, jednoduchý popis projektu například použitím hesel nebo infografiky a použití fotky, která více odkazuje k tomu, čeho se v projektu dosáhlo.

Žádné klacky pod nohy

Asociace

První reakce na toto kreativní řešení při krátké expozici by bylo možno shrnout pod pojmy neutrální a negativní. Neutrální/obecné asociace se vztahovaly převážně k obrázku a lze jmenovat

- „Manažerský moudra ...5 způsobů, jak být úspěšný“
- „Volně stažená fotka z internetu“
- „Kravaťák“
- „Takovej Amway“
- „Divný boty“



Negativní reakce se týkaly jak obrázku, textu, ale i celkového zaměření vizuálu:

- „Velmi málo důvěryhodné“
- „A jestli se to týká byrokracie?, tak to ani náhodu, tomu nevěřím“
- „Klišé“
- „Hrozně prvoplánovej nadpis i fotka“
- „Reklamní sdělení banky nebo personální agentury“
- Nadpis obsahující dvě negativní vyjádření – „házet klacky pod nohy“ a negaci „žádné“

Pod lupou

Jde zřejmě o celkově nejhůře/nejkritičtěji hodnocený inzerát/vizuál. Zásadní kritika se týká nadpisu, použité fotografie, ale i zaměření/obsahu vizuálu. Fotka je hodnocena jako zcela nemístná.

- „Co to je za kravaťáka, lobbistu? (on) je z magistrátu, nebo ten kdo žádá?“
- „Mě to až uráží“
- „Je to jak někdo z wallstreetu a ne někdo kdo realizuje projekty“

Nadpis je kritizován jednak za jeho jazykovou složitost, tak za jeho obsah respektive za to, na co odkazuje. Nadpis je vnímán jako slib něčeho, co by mělo být samozřejmé. Takto to vypadá, jako, že dřív se klacky házeli a teď už ne. Text vnímají, jako kdyby banka inzerovala, že už nekrade.

- „Slibují něco, co by měl být normální“
- „Proč to není jednodušší:“

Mezi spontánní doporučení patří především zjednodušení nadpisu, například

- „Podpoříme váš projekt“
- „Pokud pomáháte druhým pomáháme vám“



- „Máte nápad jak někomu pomoci? pomůžeme vám“
- „Ideálně vyřešíme to za vás““

Největší problém je vnímán z vlastním komunikovaným obsahem. Ten je vnímán jako neodpovídající realitě.

- „Vždyť to není pravda. ...na administraci jsme počítali 0,3 úvazku a máme skoro jeden“

Doporučení

Doporučením pro tento vizuál je celkové přepracování jak nadpisu (viz doporučení výše), tak fotografie.

Hodnocení náplně projektů

Obsahy/zaměření prezentovaných projektů je vnímání velmi pozitivně. Všechny projekty jsou hodnocené jako zajímavé, potřebné a dobré. Projektové cíle jsou vnímány jako důležité a smysluplné. Při hlubší diskuzi vyvstává otázka, jak efektivní je dosahování projektových cílů a jaký je reálný dopad a případně udržitelnost dopadu těchto projektů.

Prezentace některých projektů je vnímána ambivalentně. Buď kvůli uváděným nákladům a zaměření projektu – uváděno u projektu Gule - Handicap? No a co!

Další důvodem k pochybnostem ohledně prezentace projektu vzniká na základě zavádějících sloganů, případně nesouladu fotografie/sloganu/nadpisu a projektového obsahu. To je někdy vnímáno u projektů – Mosty pro školy, Učíme se od přírody, Strom štěstí existuje a Žádné klacky pod nohy.

Obsahově je negativně vnímán pouze vizuál - Žádné klacky pod nohy. Ten je často považovaný za nereálný.

Naopak jako kvalitní slogany jsou většinou vnímány slogany k projektům

- Handicap? No a co!
- Podzim se blíží

Logo Praha a EU

Použití/prezentace loga hlavního města Prahy a EU je vnímáno zcela bezproblémově. Logo Prahy má obecně pozitivnější vnímání. Pro některé je dokonce logo Prahy zárukou něčeho zajímavého

- „Zajímám se o to, když je tam logo Prahy“
- „Jo zajímám se, když to je něco kde se můžu scházet se, bavit se“
- „Má to ráda, třeba noc hotelů a těhle aktivit je spousta, tak se začnu zajímat“

Důvěryhodnost projektů EU

Při hodnocení obecné důvěryhodnosti projektů financovaných z evropských peněz tak převládá především skepse. A to i přes to, že jsou projekty vnímány jako důležité. Mezi klíčové kritizované oblasti patří ekonomická neefektivita, byrokracie a někdy i malá odborná znalost řešené problematiky.

- „Nerozuměj tomu a je to (projekty) vytržený z kontextu“
- „Jsem k tomu mírně skeptickéj. V tom množství, těch projektů jsou tisíce, jsou tam blbosti“



- *„Já jsem k tomu podobně skeptický, jak to tady máme zahlcený hroznou byrokracií. A proto je možnost dělat ty čáry v projektech“*

Vnímání projektových nákladů a dopadu

Uvádění nákladů a dopadů na hodnocených vizuálech/inzerátech je vnímána velmi pozitivně. Nicméně je důležité, aby prezentované informace měly na první pohled zcela jasnou formulaci. Ideálně by měly reprezentovat skutečný dopad projektů a spíše než vynaložené prostředky uvádět uspořené náklady na řešení dopadů problémů pokud by nebyly projektem řešeny. Pokud jsou uváděny pouze náklady na projekt a zjednodušený výstup projektu (například nákup aut, počet zaměstnaných osob apod.) dochází i k velmi zjednodušujícímu a negativnímu pochopení informace, například vydělení nákladů projektu počtem vzniklých pracovních míst případně počtem nakoupených aut vede ke zkreslení dopadu projektu. Doporučováno je například u nezaměstnaných osob dopočítat náklady na sociální dávky, neodvedené daně z příjmu a další a ty vyhodnocovat oproti počtu zaměstnaných osob a projektovým nákladům jako celospolečenskou úsporu.

- *Často jsou, ale náklady a dopad obtížně pochopitelné*
- *Bylo by třeba popsat dopad projektů, jako opravdový dopad/IMPACT*
- *Musí být popsáno jazykem běžných lidí, nikoliv projektů*
- *„Mně to přijde prima, ..že to tam je uvedeno“*
- *„Ale chtělo by to, aby to bylo ještě srozumitelnější“*
- *„Chtělo by to víc udajů – Impact. Náklady jeden člověk na měsíc“*
- *„Nebo, co to ušetří státu“*
- *„Je to (částka) za rok, za tři roky?“*

Vizuální prvek – RŮST

Obecně je grafický prvek Růst pro váš projekt vnímán jako zastřešující grafický element, který až na výjimky nebudí silné negativní emoce. Prvek není považován za důležitý, ale většinou nevádí. Z pohledu komunikace komplikuje celkové sdělení inzerátu, protože je samostatným dílčím komunikačním sdělením. Samotné grafické řešení elementu „Růst pro váš projekt“ je vnímáno jako ne příliš zdařilé, ale v podstatě přijatelné. Někteří respondenti negativně vnímají úvodní písmeno „R“ se šipkou. Ta jim připomíná buď grafiku komunistického Československa nebo ne příliš vhodný dvojsmysl slov Půst/Růst.

- Asociace s normalizací – jako kladivo u šipky písmene R, rudá barva
- Je často vnímáno jako složitý grafický prvek
 - *„Všechno je jiným fontem“*
 - *„A ještě je tam to účko, to je co??“*



- „To je magnet“
 - „Ta šipka je tam násilně natlačená“
 - „Rozhodně zjednodušit“
 - „Vidím v tom komunistický kladivo“
- Asociace se slovem „PŮST pro váš projekt“

„BUTTON“ projektový web

Samostatný grafický element pro vyznačení webového odkazu na projekt je vnímán pozitivně. Vypadá přehledně a má „klikatelnou“ podobu. Samotná prezentace webové stránky projektu je také vnímána pozitivně. POZOR – uvedené odkazy neexistují.

Další

Při celkovém shrnutí představených vizuálů jsou opakovány některé důležité připomínky, které se většinou opakují u všech řešených vizuálů. jedná se především o:

- Nepoužívat fotky z fotobanky (alespoň ty typické až klišé)
- Ideálně používat fotky přímo z projektu, nebo projekt jasně popisující. Musí umět přitáhnout, ale i projekt vysvětlit/představit.
- Projektové náklady určitě uvádět, ale dobře popsat celkový dopad projektu. Nikoliv jen použít projektové indikátory.
- Celková grafika je vnímána jako podprůměrná. Částečně připomínající povinnou publicity spíše než komerční kvalitní reklamu.

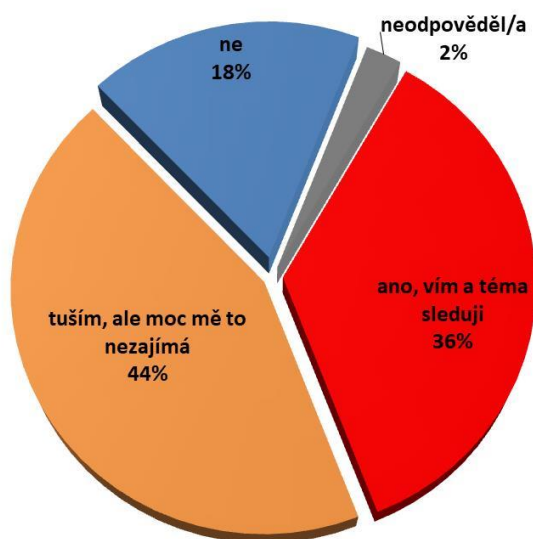


Osobní dotazování

Víte o tom, že Praha čerpá z Evropských fondů nemalé prostředky k podpoře projektů z nejrůznějších oblastí (sociální oblast, infrastruktura, ekologie,...)?

80 % dotázaných buď ví, nebo alespoň tuší, že Praha čerpá finanční prostředky k podpoře projektů z různých oblastí, 18 % respondentů o tomto tématu nic neví.

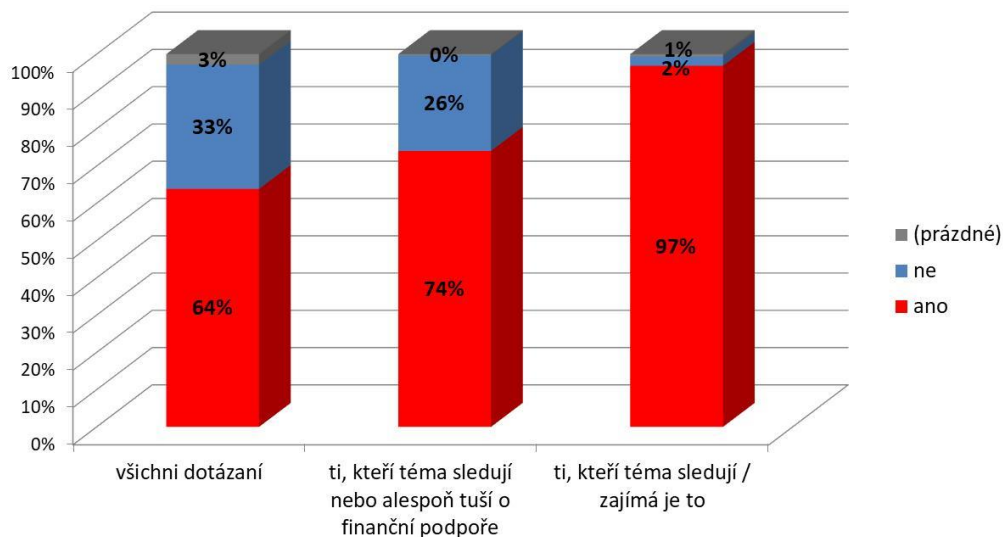
Víte o tom, že Praha čerpá z Evropských fondů nemalé prostředky k podpoře projektů z nejrůznějších oblastí (sociální oblast, infrastruktura, ekologie,...)?



Považujete za správné, že Praha čerpá z Evropských fondů nemalé prostředky k podpoře projektů z nejrůznějších oblastí (sociální oblast, infrastruktura, ekologie,...)?

64 % všech dotázaných považuje za správné, že Praha čerpá finanční prostředky k podpoře nejrůznějších projektů. Podíl těch, kteří souhlasí, se zvyšuje mezi respondenty, kteří odpověděli, že o tomto tématu vědí nebo alespoň tuší, na 74 %; mezi těmi, kteří téma sledují a zajímá je, se podíl zvyšuje až na 97 %.

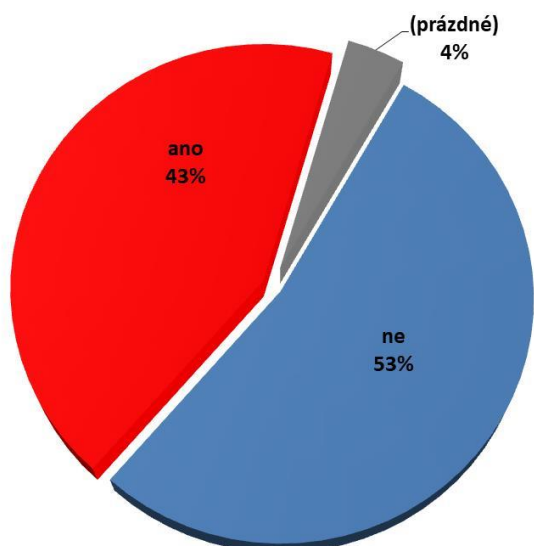
Považujete za správné, že Praha čerpá z Evropských fondů nemalé prostředky k podpoře projektů z nejrůznějších oblastí (sociální oblast, infrastruktura, ekologie,...)?



Znáte nějaké konkrétní projekty v Praze podporované z Evropských fondů?

Nějaký konkrétní projekt v Praze podporovaný z Evropských fondů si vybavilo 43 % dotázaných, 53 % dotázaných si žádný konkrétní projekt nevybavilo

Znáte nějaké konkrétní projekty v Praze podporované z Evropských fondů?



Jaké konkrétní projekty v Praze podporované z Evropských fondů znáte?

Dotázaní, kteří odpověděli kladně na dotaz „Znáte nějaké konkrétní projekty v Praze podporované z Evropských fondů?“, byli dotázáni na konkrétní příklad.

Mezi nejčastěji uváděnými projekty byly obecně specifikované:

- Vzdělávání, školství
- Soc. služby, soc. bydlení, obědy do škol
- dopravní infrastruktura, dálnice, silnice
- neziskové organizace, firmy
- programy pro seniory, kavárny
- zeleň, příroda, parky, cyklostezky
- výsadba stromů

Z konkrétně jmenovaných projektů pak:

- Tichá kavárna (nejčastěji)
- Toulcův Dvůr
- park Karlín
- Rock café

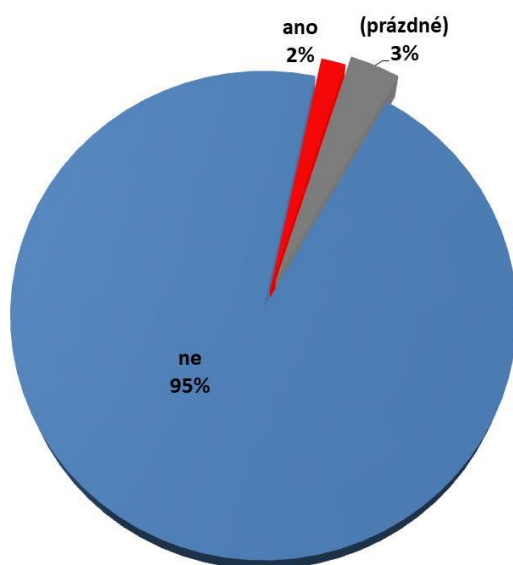
Operační program PRAHA PÓL RŮSTU byl zmíněn v jednom případě (doslova „Operační program Praha“)

Slyšel jste již někdy o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU?

O OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU již někdy slyšelo pouhá 2 % dotázaných, 95 % dotázaných pojem vůbec nezná.



Slyšel jste již někdy o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU?



Víte, co je předmětem podpory z OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU?

Co je předmětem podpory z OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU, ví pouhé 1 % dotázaných.

Jmenujte, prosím, co je podle Vás předmětem podpory z OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU?

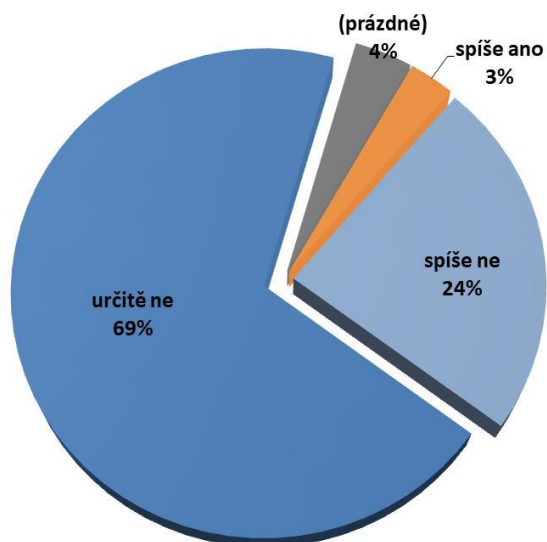
Při dotazu na konkrétní předmět této podpory byly jmenovány

- ekologie, soc. oblast
- pomoc neziskovkám a chudým
- podpora soc. znevýhodněným

Myslíte si, že jsou projekty financované v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU dostatečně prezentovány?

Na dotaz k dostatečné prezentaci projektů financovaných v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU odpovědělo pouze 3 % respondentů „spíše ano“, naprostá většina dotázaných (69 %) odpovědělo „určitě ne“.

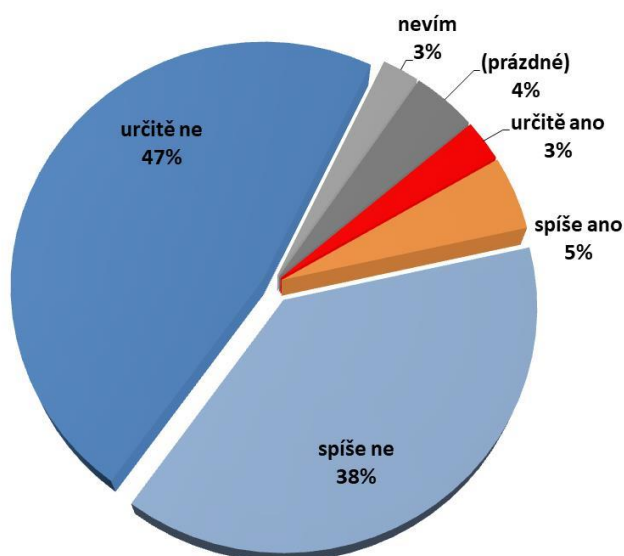
Myslíte si, že jsou projekty financované v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU dostatečně prezentovány?



Jsou podle Vás informace pro veřejnost o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU srozumitelné?

8% dotázaných považuje informace pro veřejnost o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU za srozumitelné, 86 % respondentů informace nepovažuje za srozumitelné.

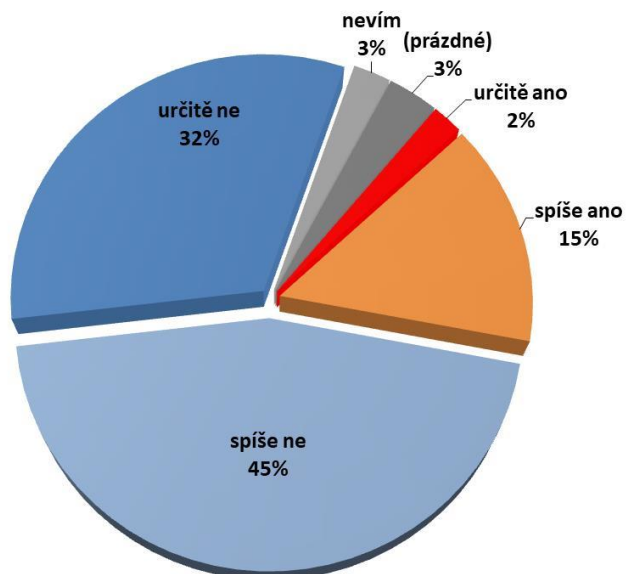
Jsou podle Vás informace pro veřejnost o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU srozumitelné?



Jsou podle Vás informace pro veřejnost o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU zajímavé?

Informace o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU jsou zajímavé pro 17 % dotázaných, 77 % respondentů je považuje za nezajímavé

Jsou podle Vás informace pro veřejnost o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU zajímavé?



Jakou formou by měly být propagovány úspěšné projekty v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU?

Kromě častých odpovědí „médiá“ či „inzerce“ se objevují nejčastěji doporučení na:

- TV,
- internet, online média a sociální sítě,
- ale i regionální noviny příp. tisk
- krátké reportáže

Méně často se vyskytují odpovědi

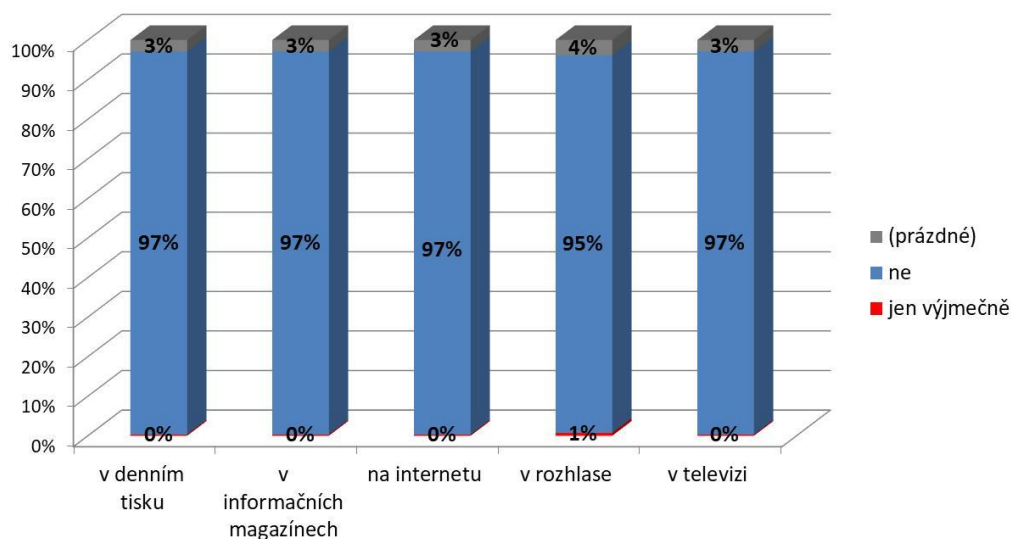
- stanice MHD, reklama v tramvaji
- rozhlas
- billboardy
- veletrhy, přednášky
- lepší PR
- MF Dnes, Hospodářské noviny

Zaznamenal jste v posledních měsících v denním tisku / v informačních magazínech / na internetu / v rozhlasu / v televizi nějaké informace o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU?

Naprostá většina respondentů (97 %) nezaznamenala v posledních měsících žádné informace o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU ani v denním tisku ani v dalších dotázaných médiích (internet, rozhlas, televize, informační magazíny). Pokud se vyskytly nějaké kladné odpovědi, pak pouze jednotlivě odpověď „jen výjimečně“.



Zaznamenal jste v posledních měsících v denním tisku / v informačních magazínech / na internetu / v rozhlasě / v televizi nějaké informace o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU?



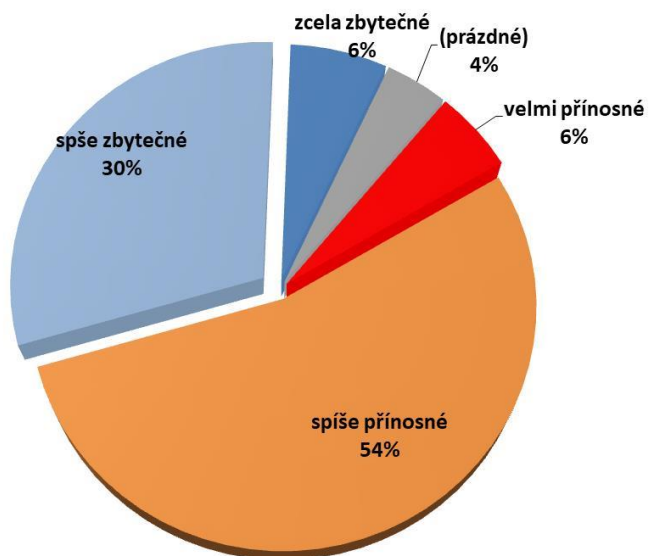
Setkal jste se ještě někde jinde s informacemi o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU? Pokud ano, tak kde?

Jediná odpověď na další zdroje informací o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU byla „Veletrh holiday 2019“. Na této akci však nebyl Operační program propagován a respondenti si jej tak nejspíše zaměnili s programem Pražský voucher, která zde propagován byl.

Myslíte si, že projekty financované v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU jsou pro Prahu, resp. pro její obyvatele přínosné?

60 % respondentů věří, že projekty financované v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU jsou přínosné, 36 % dotázaných je považují za zbytečné.

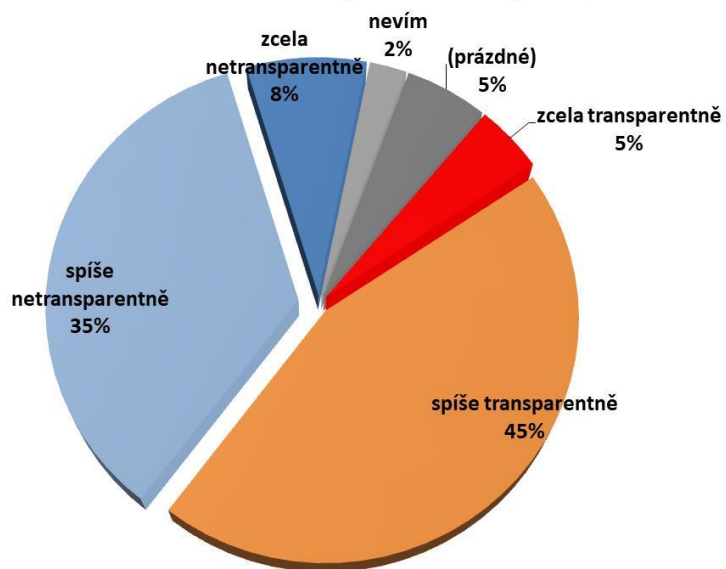
Myslíte si, že projekty financované v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU jsou pro Prahu, resp. pro její obyvatele přínosné?



Myslíte si, že finanční prostředky rozdělované v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU jsou rozdělovány transparentně?

Za transparentní považuje rozdělování finančních prostředků v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU polovina dotázaných, 43 % dotázaných o transparentnosti rozdělování pochybuje.

Myslíte si, že finanční prostředky rozdělované v rámci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU jsou rozdělovány transparentně?



Doporučení pro další zaměření ročních komunikačních plánů

Hloubkové rozhovory

Jednoznačnými doporučeními jsou příprava a realizace kontinuální a cílené komunikace se širokou veřejností. Obsahově doporučujeme propagaci impactu/dopadu projektů na život v Praze a na různorodost organizací, které žádali. Závěrečný odstavec této kapitoly přináší konkrétní náměty pro komunikaci.

Respondenti se shodují, že je škoda, že program nekomunikuje více, strategicky a cíleně i s širokou veřejností. Jelikož jsou podpořené projekty a jejich témata vnímána vesměs jako potřebná a kvalitní bylo by dobře, kdyby se o nich dozvěděla právě i široká veřejnost.

Všichni se shodli, že se komunikace nemá zaměřovat na propagaci obecných informací o projektu, ale spíše příběhy úspěšných projektů budící emoce a konkrétní příklady, kde OPPPR pomohl k lepšímu životu v Praze.

Současně by se měla komunikace snažit dobře zacílit a být finančně úsporná, aby to nevytvářelo dojem, že se vyhazují více za PR než za pomoc Praze a Pražanům. Respondenti se snažili sami navrhnout kde a co případně jak komunikovat:

Navrhované formy komunikace: KDE

- Lokální komunikace místních projektů (v konkrétních lokalitách Prahy, kde byl projekt úspěšný tak, aby se informace dostala přímo k obyvatelům městské části, pro které je nejvíce relevantní). Dobré pro tyto účely jsou billboardy, tabule či zpravodaj městské části.
- MHD – tramvaje, metro, deník Metro – veřejnost se zde zdržuje a má čas se koukat kolem sebe. Navíc tato reklama není vnímána jako nákladná.

Navrhované formy komunikace: JAK

- Používat Infografiky – jasné informace, čísla kolika lidem OPPPR pomohlo a jak. Jaký dopad to mělo na život v Praze, a že se jedná spíše o investici, která se v budoucnu ještě znásobí.
- Krátká reportážní videa, která ukazují spokojené klienty jednotlivých projektů (děti, seniory,...) a jejich příběhy o tom, jak se zlepšil jejich život- ty se mohou dobře šířit na sociálních sítích, apod.
- Co se týče témat projektů, které přišly respondentům nejhodnější ke komunikaci, tak zaznívaly zejména ty, které se týkají všech a mají lidský a emoční rozměr: vzdělávání, pomoc dětem, hendikepovaným či seniorům, případně i doprava po Praze (která není tak emoční, ale týká se všech a je vnímána jako problematická).

Jako samostatné téma byla vnímána znalost jednotlivých os (oblastí OPPPR) a vnímání jejich důležitosti mezi příjemci. Ukázalo se, že většina respondentů (až na pár výjimek v tomto dotačním programu dlouhodobě kovaných) nebyla schopná vyjmenovat všechny osy. Nicméně většinou znají název osy, ve které sami působí a o ostatních osách měli povědomí jen na úrovni oblastí, kterých se to týká.



Příjemci také vědí, kde by informace o osách našli (na webu OPPPR), nicméně nemají pocit, že tuto znalost potřebují.

Co se týče vnímané důležitosti jednotlivých os (respektive těch, co potřebují peníze z dotačních programů), tak respondenti logicky nejčastěji zmiňovali svoji oblast, kterou znají a dokáží jasně argumentovat, proč jsou v ní peníze z dotací potřeba.

Respondenti se také shodli na obecné přínosnosti podpory vzdělávání a sociálního začleňování (bezdomovectví, znovuzачlenění se hendikepovaných na trh práce, komunitní aktivity apod.).

Výzkum a inovace naopak nejčastěji patřily mezi oblasti, které mají i jiné zdroje financování než dotace, navíc ne vždy dává smysl lokalizace na Prahu (což si ale nemysleli respondenti, kteří v oblasti výzkumu realizují svůj projekt).

Dopravu někteří zmiňovali mezi nejméně potřebnými adepty na dotace, jelikož změny v dopravě by byly realizovány za všech okolností a je logické, aby byly financovány z pražského rozpočtu.

Boj proti chudobě také nepřišel některým respondentům v regionu Prahy nezbytný, vzhledem k tomu, že se jedná o nejbohatší český region.

Skupinové diskuze – FG

Ad celkové grafické/kreativní řešení

- zmenšit počet informačních prvků. Pro určité typy médií (outdoor, obecně OOH) je to zcela zásadní:
 1. Používat pouze jeden obrázek, který má vztah přímo k zaměření projektu a jeho obsahu
 2. Lépe provázat hlavní nadpis s obsahem projektu
 3. Zvážit odstranění grafického elementu „Růst pro váš projekt“
 4. Zkrátit text za použití hesel případně infografiky
 5. Projektové náklady a dopad projektu uvádět přímo v rámci projektového textu/projektové infografiky (viz výše)
- Doporučení: odstranit textové prvky, u kterých je to možné a u ostatních co nejvíce graficky sjednotit
 1. Texty jsou považovány za zcela nepřírodní a spíše projektové. Cílem by mělo být jejich zlidštění a přiblížení běžnému jazyku

Ad výběr fotografií

- Používat ideálně fotografie přímo z projektů, nebo alespoň fotografie, která mají přímou vazbu na obsah projektů. Vyhnout se zaměnitelným fotografiím z fotobank.

Ad Hlavní nadpisy

- Používat nadpisy, které mají jasnou vazbu na projektový obsah

Ad projektové texty

- Texty zjednodušit až do podoby jednoduché a přehledné infografiky – co se stalo, jaký to má dopad a kolik to celospolečensky ušetřilo případně, jaký to mělo dopad na běžného Pražana.



Ad uvádění nákladů projektu

- spíše než náklady na projekt uvádět jako celkovou společenskou úsporu nákladů případně jiný benefit pro obyvatele Prahy. Například zaměstnáním 7 lidí bez práce – jsme ušetřili na sociálních nákladech XY, nebo díky zaměstnání lidí z ulice je v Praze méně lidí bez domova apod.

Další

- element Růst pro váš projekt zcela odstranit nebo výrazně graficky zjednodušit. V současné době ještě zahrnuje další grafický element magnetu.

Celkově se zamyslet nad vyzněním kampaně. Jako žádoucí vyznění je mezi respondenty zmiňováno – Praha spolu s EU investuje miliardy Kč do skvělých projektů, které zlepšují život obyvatel Prahy a do těchto projektů se můžete zapojit i vy je to jednoduché.

Osobní dotazování

Ve vztahu k široké veřejnosti je třeba začít již budováním povědomí o tom, že existuje OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU, pro což je možné v rámci regionu možné využít vhodně například OOH ploch, které sice nemají schopnost přenosu podrobnějších informací, ale dokáží oslovit velkou část cílové skupiny.

V návaznosti na kampaň představující existenci OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU je pak možné široké veřejnosti představit podporované oblasti nejlépe pak prostřednictvím konkrétních realizovaných projektů.

Informace o OPERAČNÍHM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU je vhodné komunikovat především prostřednictvím kombinace online médií (včetně sociálních sítí, které jsou nezbytným nástrojem pro oslovení mladších cílových skupin) a tiskových médií s regionální působností.



Použitá literatura a zdroje

Monitoring reklamních investic Nielsen Admosphere

MediaSearch, NEWTON Media

ČSÚ – Struktura obyvatel Prahy



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
OP Praha – pól růstu ČR



Samostatné přílohy

Přehled reklamních aktivit OPERAČNÍHO PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU

Zdroj: Monitoring reklamních investic Nielsen Admosphere

Období: 1.1.-31.7. 2019

Ve sledovaném období byly v rámci monitorovaných médií 2 inzeráty v bezplatném deníku Metro

- 28.3.2019
 - Velikost 1/3 strany
 - Strana 3
 - Obsah inzerce: Hlavní město Praha vyhlašuje výzvy k předkládání žádostí o podporu do Operačního programu Praha - pól růstu ČR.
- 26.4.2019
 - Velikost 1/5 strany
 - Strana 4
 - Hlavní město Praha vyhlašuje výzvu k předkládání žádostí o podporu do Operačního programu Praha - pól růstu ČR

Přehled redakční zmínek o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU

Zdroj: MediaSearch, NEWTON Media

Období: 1.1.-31.7. 2019

Ve sledovaném období bylo v rámci monitorovaných médií 12 zmínek o OPERAČNÍM PROGRAMU - PRAHA PÓL RŮSTU

- Zápis z jednání Výboru pro školství, výchovu, vzdělávání a kulturu ze dne 27.2.2019
 - 5.3.2019 praha15.cz
- Studijní stáž na Slovensku
 - 4.4.2019 letnanskelisty.cz
- Praha podle NKÚ nepostupovala efektivně při rozdělování evropských peněz
 - 8.4.2019 ČRo Plus 09:00 Zprávy
- Praha odmítá závěry kontroly, kterou NKÚ vykonal v jejím operačním programu
 - 8.4.2019 praha.eu



- Praha: Praha odmítá závěry kontroly, kterou NKÚ vykonal v jejím operačním programu ?
 - 8.4.2019 parlamentnilisty.cz
- OP PPR – 43. výzva SC 2.3 – Nákup plně bezemisních elektrobuses se statickým i dynamickým dobíjením a budování nabíjecí infrastruktury pro elektrobusey
 - 24.4.2019 dotacni.info
- UCEEB představí designový betonový mobiliář Levitee, který umožňuje instalaci inteligentních technologií
 - 29.5.2019 cvut.cz
- ČVUT představuje designový betonový mobiliář Levitee, který umožňuje instalaci inteligentních technologií
 - 30.5.2019 ekontech.cz
- ČVUT představuje designový betonový mobiliář Levitee, který umožňuje instalaci inteligentních technologií
 - 30.5.2019 parlamentnilisty.cz
- EVROPSKÉ FONDY POMÁHAJÍ SOCIÁLNĚ ZNEVÝHODNĚNÝM
 - 31.5.2019 Pardubický deník ~ str. 13 ~ Komerční příloha
- Zelená oáza. Zahradníky přivedla do Enviry evropská dotace ?
 - 31.5.2019 denik.cz Ekonomika
- UCEEB představil designový betonový mobiliář Levitee, který umožňuje instalaci inteligentních technologií
 - 7.6.2019 technickytydenik.cz

Plné znění zpráv

Zápis z jednání Výboru pro školství, výchovu, vzdělávání a kulturu ze dne 27.2.2019

5.3.2019 praha15.cz str. 00

Lenka Venzarová, Mgr Lenka Klasnová

Přítomni: Mgr. L. Klasnová, L. Prinzová, RNDr. Ing. K. Táfllová, Ing. P. Šumbera, L. Jechová, M. Fischer
Omluveni: doc. RNDr. P. Petrovič CSc. Hosté: Mgr. J. Kolářová, J. Šimonová, Kadečková, Zeimerová

Program:

1. Schválení programu jednání

Předsedkyně výboru předložila členům návrh programu jednání.

Hlasování U1 ano: 5



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
OP Praha – pól růstu ČR



U1- 3/2019

Výbor schválil program jednání.

2. Zápis do ZŠ

Místostarostka Mgr. J. Kolářová podala členům výboru informaci o zápisech do 1. tříd ZŠ zřizovaných MČ Praha 15 pro školní rok 2019/2020. Zápisy budou probíhat podle spádových obvodů v 1. polovině dubna a jsou určeny dětem, které dosáhnou věku 6 let do 31. 8. 2019. Podrobné informace jsou k dispozici na webových stránkách jednotlivých ZŠ.

Mgr. J. Kolářová informovala také o novele Školského zákona týkající se přípravných tříd. Přípravné třídy základní školy se mohou zřizovat pro děti v posledním roce před zahájením povinné školní docházky, u kterých je předpoklad, že zařazení do přípravné třídy vyrovná jejich vývoj. Přednostně jsou přijímány děti, kterým byl povolen odklad povinné školní docházky.

Výbor vzal informaci na vědomí.

3. Informace k rozpočtu MČ Praha 15 na rok 2019

Rozpočet MČ Praha 15 na rok 2019 byl projednán na únorovém výjezdním zasedání. Zastupitelstvo MČ Praha 15 bude navržený rozpočet schvalovat na svém zasedání dne 27. 3. 2019.

Výbor vzal informaci na vědomí.

4. První fórum pražského školství

5. Setkání s radní pro kulturu, památkovou péči, výstavnictví a cestovní ruch H. Třeštíkovou

Informace k těmto dvěma bodům podala místostarostka Mgr. J. Kolářová.

Na Prvním fóru pražského školství proběhlo setkání zástupců městských částí s radním hl. m. Prahy pro oblast školství, sportu, vědy a podpory v podnikání PhDr. Mgr. Vítem Šimralem. Toto setkání mělo seznamovací a informativní charakter – cílem bylo získání informací o dané oblasti od zástupců z jednotlivých MČ Prahy. Šlo více méně o jednostranné jednání bez zpětné vazby z MHMP.

V podobném duchu proběhlo také jednání s radní pro kulturu, památkovou péči, výstavnictví a cestovní ruch MgA. Hanou Třeštíkovou. I zde šlo především o získání informací týkajících se výše finančních prostředků vydávaných MČ do oblasti kultury.

Výbor vzal informaci na vědomí.

6. Mezinárodní spolupráce MŠ

Členové výboru byli seznámeni s aktivitami MŠ v oblasti mezinárodní spolupráce. Ve spolupráci se Vzdělávacím centrem pro veřejnou správu se 14. 3. od 9.30 – 11.30 hodin uskuteční návštěva gruzínské delegace v MŠ Milánská 472.

Další informací bylo zapojení MŠ do projektů EU Praha pól růstu. Ředitelka MŠ Trhanovské náměstí se v rámci projektu zúčastnila pedagogické stáže ve Švédsku. Švédská delegace naopak navštíví školské subjekty Prahy 15 ve dnech 24. – 27. 3. 2019. V rámci tohoto projektu se připravují další vzájemná setkání se zahraničními partnery a počítá se se zapojením nejen MŠ, ale i ZŠ.

Výbor vzal informaci na vědomí.

7. Informace z oblasti kultury



Realizace všech plánovaných akcí závisí na schválení rozpočtu MČ Praha 15 Zastupitelstvem MČ.

Nejbližší plánované akce:

Velikonoce na faře

Den seniorů / 14. 5. od 14.00 hod. CSOP Janovská ulice/

Další připravované akce:

Den Hlasatele / 25. 5. /

Den zdraví

Dny Prahy 15 /7. – 14. 9. /

Výbor vzal informaci na vědomí.

8. Různé, diskuze

Jednání výboru se zúčastnily jako hosté matky dětí ze ZŠ Křimická /paní Kadlečková a Zeimerová /, které měly připomínky k výuce matematiky jednoho z pedagogů na 2. stupni této školy. Místostarostka Mgr. J. Kolářová pozvala obě matky k osobnímu jednání – řešení této problematiky nespadá do kompetence výboru ZMČ.

Člen výboru Ing. P. Šumbera vznesl dotaz týkající se plánované rekonstrukce školní jídelny v ZŠ Hostivař.

Mgr. J. Kolářová sdělila, že tato investice patří k prioritám MČ v oblasti školství a plánuje se kompletní rekonstrukce školní kuchyně.

Příští jednání výboru bude 20. 3. 2019.

URL| <http://praha15.cz/volene-organy/vybory-zastupitelstva/vybor-pro-skolstvi-vychovu-vzdelavani-a-kulturu/zapis-z-jednani-vyboru-pro-skolstvi-vychovu-vzdelavani-a-kulturu-ze-dne-27-2-2019.html>

Studijní stáž na Slovensku

4.4.2019 letnanskelisty.cz str. 00

MŠ Rychnovská

V rámci programu OP PPR, Šablony pro ZŠ a MŠ Generála Františka Fajtla DFC – zvýšení kvality vzdělávání prostřednictvím posílení inkluze v multikulturní společnosti, jsem jako první z této školy vyjela do zahraničí. Navštívila jsem Mateřskou školu Žirafku v Liptovském Mikuláši. Město mě přivítalo blankytně modrou oblohou, od které se odrážely zasněžené vrcholy Tater.

Hostitelská mateřská škola stojí na okraji sídliště a z teras jednotlivých tříd mohou děti pozorovat nejen vrcholy hor, ale i řeku Váh. Samotná škola má šest tříd se 140 dětmi a 14 učitelkami. Učitelky pracují podle inovovaného Štátného vzdělávacího programu pro predprimárne vzdelávanie, k dispozici mají

Metodické příručky. Poslední rok v mateřské škole není povinný jako u nás, děti však obdrží Vysvědčení o ukončení předškolního vzdělávání.

Velkorysé prostory jednotlivých tříd jsou vybaveny moderním dětským nábytkem a interaktivními tabulemi, na kterých děti samostatně pracovaly. Velkou výhodou vidím v samostatných ložnicích, kde není třeba denně rozkládat lehátka. Celé prostředí školy odráželo kreativitu, empatii a



spolupráci pedagogického i nepedagogického personálu. Vyvrcholením pobytu bylo mé přijetí vedoucím odboru školství měst a Liptovský Mikuláš Jánem Hučíkem, vědeckým pracovníkem v oblasti speciální pedagogiky.

Ze své stáže na Slovensku jsem si odvezla nejen spoustu dárků, ale hlavně nápadů a inspirací pro další práci. Všem svým kolegyním a kolegům, ať už se vydají na Slovensku, do Anglie, Finska či Německa, přeji, aby se jim dostalo stejně vřelého přijetí a inspirace pro náročnou pedagogickou činnost.

Text a foto Jitka Bařinová

MŠ Rychnovská

URL | <https://www.letnanskelisty.cz/studijni%2Dstaz%2Dna%2Dslovensku/d-4114>



Praha podle NKÚ nepostupovala efektivně při rozdělování evropských peněz

8.4.2019 ČRo Plus str. 02 09:00 Zprávy

Ondřej LÁTAL, moderátor

Hlavní město Praha podle Nejvyššího kontrolního úřadu nepostupovalo efektivně při rozdělování evropských peněz na boj s chudobou a sociálním začleňování, konkrétně jde o financování programu Praha pól růstu ČR, mezi lety 2014 až 2017. Podle kontrolorů byla podpora rozdělována jednostranně. V průměru 9 z 10 projektů se týkalo kulturně komunitních center a sociálních podniků. Mluvčí úřadu Jana Gabrielová dodává, že město se pravděpodobně, městu se pravděpodobně nepodaří naplnit ani ukazatele, které si samo stanovilo.

Jana GABRIELOVÁ, mluvčí NKÚ

Do listopadu 2018, tedy asi do poloviny programového období, vzniklo z celkového počtu 112 plánovaných zázemí pro služby a sociální práci, pouze jedno. Sociálních bytů mělo za peníze z programu vzniknout 137, do listopadu 2018 ale získal podporu jen 1 projekt, a ten má 4 byty.

Ondřej LÁTAL, moderátor

Podle Gabrielové byl problém i v rychlosti schvalování projektů, na posuzování žádostí má totiž město 7 měsíců, ve skutečnosti ale proces trval rok až rok a půl. Reakci hlavního města zjišťujeme.

Praha odmítá závěry kontroly, kterou NKÚ vykonal v jejím operačním programu

8.4.2019 praha.eu str. 00

Hlavního město Praha zásadně nesouhlasí se závěry, které Nejvyšší kontrolní úřad (NKÚ) vyvodil z kontroly nakládání s finančními prostředky, jimiž Evropská unie prostřednictvím Operačního programu Praha - pól růstu ČR (OP PPR) podporuje sociální začleňování a boj proti chudobě na území hlavního města Prahy. NKÚ se při kontrole dopustil zásadních pochybení, v jejichž důsledku dospěl k nesprávným závěrům.

Prioritní osa číslo 3 OP PPR se dlouhodobě a systematicky zabývá bojem proti chudobě, sociálním začleňováním, prací s hendikepovanými a vytvářením rovných podmínek pro znevýhodněné a diskriminované na trhu práce. Magistrát při nastavování a zajišťování těchto aktivit úzce spolupracuje s odbornou veřejností, lidmi z praxe, zástupci neziskového sektoru i nositeli politik na národní i nadnárodní úrovni. Při své práci respektuje platné strategie a nejnovější trendy v oblasti. Prioritní osa č. 3 je velmi úspěšná a její aktivity jsou obecně kvitovány jak ze strany expertů na danou problematiku, tak samotných příjemců a žadatelů.

Při kontrole, která se uskutečnila od května do listopadu 2018, se NKÚ zaměřil právě na třetí prioritní osu pražského operačního programu. Na projekty realizované v této ose je vyčleněno více než



1,3 miliardy korun. NKÚ po 7 měsících trvajících hloubkových kontrole zpochybnil způsob využití 11,7 milionu korun, což je přibližně 0,89 procenta celkové alokace.

„Závěry kontroly jsou výsledkem nesprávné a laické interpretace podkladů, zásadního nepochopení problematiky a ignorování doložených odborných stanovisek. NKÚ ne vždy prezentuje fakta, ale nepodložené, subjektivní názory svých úředníků, a to, bohužel, navzdory názorům respektovaných odborníků. Do značné míry to chápu, jelikož se jedná o složitou a komplexní problematiku, na druhou stranu je to o to smutnější, jelikož úředníci magistrátu strávili nadstandardní množství času úzkou spoluprací s kontrolory ve snaze jim pomoci s vpravením se do problematiky,“ uvedl pověřený ředitel Odboru evropských fondů pražského magistrátu Karel Andrlé.

Je také třeba uvést, že několik vyčíslených nálezů jsou pouze podezření na porušení rozpočtové kázně. Rozhodovat o nich bude finanční úřad a přezkumu z jeho strany se hlavní město neobává, jelikož při správě prostředků nedošlo k porušení žádných předpisů, ať už národních nebo evropských.

Za hrubou chybu ze strany NKÚ při tvorbě závěrů je nutné považovat tvrzení, že hlavní město nestanovilo ukazatele, podle kterých by mohlo sledovat, jak je program úspěšný. Využité indikátory jsou nastaveny dle národního číselníku indikátorů a odpovídají ukazatelům užívaných Evropskou komisí. Kritika tedy nemůže směřovat k Praze, která pouze nastavila program podle platných metodik. Užité indikátory navíc slouží pro řízení projektů a programu, nikoli pro hodnocení dopadu do oblastí. Hodnocení dopadu je prováděno pravidelně systémem hloubkových evaluací. Pravidelná evaluace probíhala v době kontroly, takže NKÚ neměl její výsledky při vyhodnocování k dispozici. NKÚ neprovedl žádnou vlastní studii, ani si nepočkal na výsledky externích evaluátorů, ale přesto činil závěry o nízké efektivitě a dopadu intervencí.

NKÚ rovněž tvrdí, že Praha podporovala kulturně komunitní centra výrazně více, než například azylové domy a sociální byty. Taková interpretace je zcela zavádějící. Žádná z aktivit nebyla uměle upřednostňována, ovšem o podporu azylových domů a sociálních bytů byl ze strany žadatelů menší zájem, než o ostatní aktivity. Řídicí orgán hned od počátku vytvořil všechny nezbytné podmínky pro to, aby žadatelé měli přístup k finančním prostředkům napříč všemi podporovanými aktivitami.

NKÚ ve svém závěru kromě jiného uvádí, že hlavní město pravděpodobně nesplní hodnoty budovaných zařízení k posílení sociální infrastruktury, které si v operačním programu stanovilo. Tento závěr je více než předčasný. První výzvy byly vyhlášeny až v roce 2016 a před sebou má program téměř pět let implementace, během nichž se situace bude vyvíjet.

Odmítnout je nutné rovněž výtku, že Praha sociální podnikání zvyhodňuje více než Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR, přestože je situace na trhu práce v hlavním městě lepší než v jiných regionech. Nejen, že rozhodnutí o podmínkách je do značné míry zcela v kompetenci každého řídicího orgánu, ale zároveň jsou tyto podmínky konzultovány s relevantními partnery a odborníky na tuto problematiku. Teprve ve spolupráci s nimi dochází ke stanovení finálních podmínek, za jakých bude podpora poskytována. Je třeba také uvést, že nastavení těchto podmínek odpovídá všem pravidlům i legislativě.

Závěrem je nutné zdůraznit, že oblast evropských fondů a tedy i činnost Odboru evropských fondů MHMP je předmětem pravidelných a velmi častých nezávislých auditů a kontrol. Jejich výsledky dlouhodobě potvrzují, že řídicí orgán Operačního programu Praha – pól růstu svoji činnost vykonává správně a v rámci auditovaných podpořených projektů napříč všemi prioritními osami je shledávána naprosto minimální chybovost, která se pohybuje výrazně pod stanovenou maximální hranicí.



URL|

http://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/magistrat/tiskovy_servis/tiskove_zpravy/praha_odmita_zavery_kontroly_kterou_nku.html

Praha: Praha odmítá závěry kontroly, kterou NKÚ vykonal v jejím operačním programu

8.4.2019 parlamentnilisty.cz str. 00

PV

Hlavního města Praha zásadně nesouhlasí se závěry, které Nejvyšší kontrolní úřad (NKÚ) vyvodil z kontroly nakládání s finančními prostředky, jimiž Evropská unie prostřednictvím Operačního programu Praha - pól růstu ČR (OP PPR) podporuje sociální začleňování a boj proti chudobě na území hlavního města Prahy. NKÚ se při kontrole dopustil zásadních pochybení, v jejichž důsledku dospěl k nesprávným závěrům.

Prioritní osa číslo 3 OP PPR se dlouhodobě a systematicky zabývá bojem proti chudobě, sociálním začleňováním, prací s hendikepovanými a vytvářením rovných podmínek pro znevýhodněné a diskriminované na trhu práce. Magistrát při nastavování a zajišťování těchto aktivit úzce spolupracuje s odbornou veřejností, lidmi z praxe, zástupci neziskového sektoru i nositeli politik na národní i nadnárodní úrovni. Při své práci respektuje platné strategie a nejnovější trendy v oblasti. Prioritní osa č. 3 je velmi úspěšná a její aktivity jsou obecně kvitovány jak ze strany expertů na danou problematiku, tak samotných příjemců a žadatelů.

Při kontrole, která se uskutečnila od května do listopadu 2018, se NKÚ zaměřil právě na třetí prioritní osu pražského operačního programu. Na projekty realizované v této ose je vyčleněno více než 1,3 miliardy korun. NKÚ po 7 měsících trvajících hloubkových kontrole zpochybnil způsob využití 11,7 milionu korun, což je přibližně 0,89 procenta celkové alokace.

„Závěry kontroly jsou výsledkem nesprávné a laické interpretace podkladů, zásadního nepochopení problematiky a ignorování doložených odborných stanovisek. NKÚ ne vždy prezentuje fakta, ale nepodložené, subjektivní názory svých úředníků, a to, bohužel, navzdory názorům respektovaných odborníků. Do značné míry to chápou, jelikož se jedná o složitou a komplexní problematiku, na druhou stranu je to o to smutnější, jelikož úředníci magistrátu strávili nadstandardní množství času úzkou spoluprací s kontrolory ve snaze jim pomoci s vpravením se do problematiky,“ uvedl pověřený ředitel Odboru evropských fondů pražského magistrátu Karel Andrlé.

Je také třeba uvést, že několik vyčíslených nálezů jsou pouze podezření na porušení rozpočtové kázně. Rozhodovat o nich bude finanční úřad a přezkumu z jeho strany se hlavní město neobává, jelikož při správě prostředků nedošlo k porušení žádných předpisů, ať už národních nebo evropských.

Za hrubou chybu ze strany NKÚ při tvorbě závěrů je nutné považovat tvrzení, že hlavní město nestanovilo ukazatele, podle kterých by mohlo sledovat, jak je program úspěšný. Využité indikátory jsou nastaveny dle národního číselníku indikátorů a odpovídají ukazatelům užívaných Evropskou komisí. Kritika tedy nemůže směřovat k Praze, která pouze nastavila program podle platných metodik. Užité indikátory navíc slouží pro řízení projektů a programu, nikoli pro hodnocení dopadu do oblastí. Hodnocení dopadu je prováděno pravidelně systémem hloubkových evaluací. Pravidelná evaluace probíhala v době kontroly, takže NKÚ neměl její výsledky při vyhodnocování k dispozici. NKÚ neprovedl žádnou vlastní studii, ani si nepočkal na výsledky externích evaluátorů, ale přesto činil závěry o nízké efektivitě a dopadu intervencí.

NKÚ rovněž tvrdí, že Praha podporovala kulturně komunitní centra výrazně více, než například azylové domy a sociální byty. Taková interpretace je zcela zavádějící. Žádná z aktivit nebyla uměle



upřednostňována, ovšem o podporu azylových domů a sociálních bytů byl ze strany žadatelů menší zájem, než o ostatní aktivity. Řídicí orgán hned od počátku vytvořil všechny nezbytné podmínky pro to, aby žadatelé měli přístup k finančním prostředkům napříč všemi podporovanými aktivitami.

NKÚ ve svém závěru kromě jiného uvádí, že hlavní město pravděpodobně nesplní hodnoty budovaných zařízení k posílení sociální infrastruktury, které si v operačním programu stanovilo. Tento závěr je více než předčasný. První výzvy byly vyhlášeny až v roce 2016 a před sebou má program téměř pět let implementace, během nichž se situace bude vyvíjet.

Odmítnout je nutné rovněž výtku, že Praha sociální podnikání zvyhodňuje více než Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR, přestože je situace na trhu práce v hlavním městě lepší než v jiných regionech. Nejen, že rozhodnutí o podmínkách je do značné míry zcela v kompetenci každého řídicího orgánu, ale zároveň jsou tyto podmínky konzultovány s relevantními partnery a odborníky na tuto problematiku. Teprve ve spolupráci s nimi dochází ke stanovení finálních podmínek, za jakých bude podpora poskytována. Je třeba také uvést, že nastavení těchto podmínek odpovídá všem pravidlům i legislativě.

Závěrem je nutné zdůraznit, že oblast evropských fondů a tedy i činnost Odboru evropských fondů MHMP je předmětem pravidelných a velmi častých nezávislých auditů a kontrol. Jejich výsledky dlouhodobě potvrzují, že řídicí orgán Operačního programu Praha – pól růstu svoji činnost vykonává správně a v rámci auditovaných podpořených projektů napříč všemi prioritními osami je shledávána naprosto minimální chybovost, která se pohybuje výrazně pod stanovenou maximální hranicí.

URL| http://www.parlamentnilisty.cz/politika/obce-voicum/Praha-Praha-odmita-zavery-kontroly-ktterou-NKU-vykonal-v-jejim-operacnim-programu-576955?utm_source=nm&utm_medium=xml

OP PPR – 43. výzva SC 2.3 – Nákup plně bezemisních elektrobusů se statickým i dynamickým dobíjením a budování nabíjecí infrastruktury pro elektrobusy

24.4.2019 dotacni.info str. 00

Dotace na podporu nízkouhlíkových strategií pro všechny typy oblastí, zejména městské oblasti, včetně podpory udržitelné městské multimodální mobility a příslušných adaptačních opatření pro zmírnění změny klimatu.

Přijem žádostí:

Lhůta pro podávání žádostí o dotace je stanovena od 27. května 2019 do 25. června 2020, 16:00:00 hod.

Příjemci podpory:

Hlavní město Praha.

Dopravní podnik hl. m. Prahy, a.s..

Typy podporovaných aktivit:

Nákup plně bezemisních elektrobusů a bateriových trolejbusů se statickým i dynamickým nabíjením a budování nabíjecí infrastruktury pro elektrobusy a bateriové trolejbusy:

nákup plně bezemisních elektrobusů a bateriových trolejbusů se statickým i dynamickým dobíjením – elektrobusy se statickým dobíjením mohou být dobíjeny pouze v klidu, zatímco bateriové trolejbusy s dynamickým dobíjením mohou být dobíjeny i za jízdy pomocí troleje, budování trolejových úseků pro jízdu a dynamické dobíjení bateriových trolejbusů, nákup a budování infrastruktury pro



dobíjení elektrobuseů nebo bateriových trolejbusů v zastávkách a obratištích, nákup a budování infrastruktury pro dobíjení elektrobuseů a bateriových trolejbusů v garážích.

Forma a výše podpory:

Minimální výše celkových způsobilých výdajů projektu : 100 000 Kč.

Maximální výše celkových způsobilých výdajů projektu: 340 000 000 Kč.

Míra podpory – rozpad zdrojů financování:

Hlavní město Praha - Podíl EU 50 %, Rozpočet hl. m. Prahy 40 %, Příjemce 10 %.

Dopravní podnik hl. m. Prahy, a.s. - Podíl EU 50 %, Rozpočet hl. m. Prahy 35 %, Příjemce 15 %.

Specifika a omezení:

Datum ukončení realizace projektu je do 31. 12. 2023.

V rámci této výzvy není využití křížového financování umožněno.

Doplňující informace:

URL| http://www.dotacni.info/opprr_43-vyzva-sc-2-3-nakup-plne-bezemisnich-elektrobusu-se-statickym-i-dynamickym-dobijenim-a-budovani-nabijeci-infrastruktury-pro-elektrobusy/

UCEEB představí designový betonový mobiliář Levitee, který umožňuje instalaci inteligentních technologií

29.5.2019 cvut.cz str. 00

Univerzitní centrum energeticky efektivních budov ČVUT vyvinulo designovou sadu betonového městského mobiliáře Levitee s možností instalace inteligentních technologií. Veřejnosti se novinka představí ve dnech 5. až 6. června 2019 na brněnském veletrhu Urbis Smart City Fair, kde bude soutěžit o Zlatou medaili udělovanou mezinárodní odbornou komisí nejlepším vystaveným produktům. Mobiliář byl navržen jako sada tvořená konzolovou lavičkou a doplňky, které by měly přinést širokou variabilitu při umísťování do veřejného prostoru. Jeho řešení navazuje na vývoj započatý již v roce 2015 a vychází z rešerší prováděných mezi výrobcí i koncovými uživateli. Lavička „Levitee“ kromě pohodlného krátkodobého odpočinku může uživateli nabít prostřednictvím USB konektoru telefon, poskytnout bezplatné připojení mobilních zařízení k Wi-Fi a ještě měřit kvalitu ovzduší pomocí různých čidel dodávaných podle přání koncového zákazníka, takže se skvěle hodí do konceptu Smart City.

Inteligentní technologie je možné díky jejich snadné přístupnosti a umístění do ucelených boxů přidávat či ubírat dle potřeby zákazníka i po umístění mobiliáře do terénu. Navíc mohou běžet bez napojení na elektrickou síť, protože lavička si při omezené funkcionalitě vystačí s vlastním fotovoltaickým panelem a baterií, kam ukládá energii do zásoby pro pokrytí provozní potřeby ve chvílích, kdy nesvítí slunce. V případě namontování více čidel a dalších prvků s vyšším odběrem elektřiny je možné lavičku připojit k síti, aby s panelem fungovala jako hybridní systém.

Důraz byl při vývoji kladen na design, který by měl působit zajímavě a přitom na sebe křiklavě neupozorňovat, protože cílem tvůrců je, aby lavička nenásilně zapadla do okolí. Tým ČVUT UCEEB proto na výrobu prezentovaného prototypu připravil originální formu a směs vysokohodnotného betonu. Místo klasických ocelových výtuzí použili technické textilie z uhlíkových vláken prosycených polymerní maticí. Podkladní část lavičky umístěna pod povrch terénu byla navržena se značným podílem recyklovaného materiálu.



Originální tvarování uhlíkových výztuží bylo laboratorně odzkoušeno a je autorsky chráněno stejně jako podoba lavičky. Tyto pevnější a odolnější materiály nepodléhají korozi a tloušťka betonu může být podstatně menší. Díky materiálu a originálnímu tvarování je tak lavička mnohem lehčí a tím pádem snáze transportovatelná, než kdyby byla vyrobena z běžného betonu s tradiční výztuží.

Vedle veletrhu Urbis by měla lavička být od letoška k vidění i na několika místech v Praze, kde budou tři kusy instalovány v rámci projektu Technologický transfer pro chytrou Prahu (podpořeno z Operačního programu Praha pól růstu).

Kontaktní osoba:

URL| <https://aktualne.cvut.cz/aktuality/20190529-uceeb-predstavi-designovy-betonovy-mobiliar-levitee-ktery-umoznuje-instalaci>

ČVUT představuje designový betonový mobiliář Levitee, který umožňuje instalaci inteligentních technologií

30.5.2019 ekontech.cz str. 00

Magdaléna Sikorová

Univerzitní centrum energeticky efektivních budov ČVUT vyvinulo designovou sadu betonového městského mobiliáře Levitee s možností instalace inteligentních technologií. Veřejnosti se novinka představí ve dnech 5. až 6. června 2019 na brněnském veletrhu Urbis Smart City Fair, kde bude soutěžit o Zlatou medaili udělovanou mezinárodní odbornou komisí nejlepším vystaveným produktům.

Mobiliář byl navržen jako sada tvořená konzolovou lavičkou a doplňky, které by měly přinést širokou variabilitu při umísťování do veřejného prostoru. Jeho řešení navazuje na vývoj započatý již v roce 2015 a vychází z rešerší prováděných mezi výrobcí i koncovými uživateli.

„Náš tým byl přítomen při vývoji prototypu první chytré lavičky v ČR s názvem „CapaSitty“, která byla prezentována i na světové výstavě EXPO 2015 v italském Miláně,“ říká vedoucí projektu Tomáš Vlach. Po jejím skončení se v tuzemsku s chytrými lavičkami obrazně řečeno roztrhl pytel. Postupně však začal převažovat spíše negativní názor veřejnosti.

Na základě komunikace s výrobcí i uživateli byly určeny jako hlavní důvody vysoká pořizovací cena, nedostatečná variabilita vlivem omezené orientace fotovoltaického panelu, nevhodný a rušivý vzhled. „Proto se náš tým rozhodl pokračovat a vyvinout novou lavičku oproštěnou od předchozích řešení, která by mohla fungovat a lákat k odpočinku i jako obyčejná lavička bez instalace inteligentních technologií, ale zároveň by umožňovala jejich snadnou a variabilní montáž a nepůsobila rušivě na své okolí,“ dodává Tomáš Vlach.

Lavička „Levitee“ kromě pohodlného krátkodobého odpočinku může uživateli nabít prostřednictvím USB konektoru telefon, poskytnout bezplatné připojení mobilních zařízení k Wi-Fi a ještě měřit kvalitu ovzduší pomocí různých čidel dodávaných podle přání koncového zákazníka, takže se skvěle hodí do konceptu Smart City.

Inteligentní technologie je možné díky jejich snadné přístupnosti a umístění do ucelených boxů přidávat či ubírat dle potřeby zákazníka i po umístění mobiliáře do terénu. Navíc mohou běžet bez napojení na elektrickou síť, protože lavička si při omezené funkcionalitě vystačí s vlastním fotovoltaickým panelem a baterií, kam ukládá energii do zásoby pro pokrytí provozní potřeby ve chvílích, kdy nesvítí slunce. V případě namontování více čidel a dalších prvků s vyšším odběrem elektřiny je možné lavičku připojit k síti, aby s panelem fungovala jako hybridní systém.



Důraz byl při vývoji kladen na design, který by měl působit zajímavě a přitom na sebe křiklavě neupozorňovat, protože cílem tvůrců je, aby lavička nenásilně zapadla do okolí. Tým ČVUT UCEEB proto na výrobu prezentovaného prototypu připravil originální formu a směs vysokohodnotného betonu. Místo klasických ocelových výztuží použili technické textilie z uhlíkových vláken prosycených polymerní maticí. Podkladní část lavičky umístěna pod povrch terénu byla navržena se značným podílem recyklovaného materiálu.

Originální tvarování uhlíkových výztuží bylo laboratorně odzkoušeno a je autorsky chráněno stejně jako podoba lavičky. Tyto pevnější a odolnější materiály nepodléhají korozi a tloušťka betonu může být podstatně menší. Díky materiálu a originálnímu tvarování je tak lavička mnohem lehčí a tím pádem snáze transportovatelná, než kdyby byla vyrobena z běžného betonu s tradiční výztuží.

Vedle veletrhu Urbis by měla lavička být od letoška k vidění i na několika místech v Praze, kde budou tři kusy instalovány v rámci projektu Technologický transfer pro chytrou Prahu (podpořeno z Operačního programu Praha pól růstu).

URL| <https://www.ekontech.cz/clanek/cvut-predstavuje-designovy-betonovy-mobiliar-levitee-ktery-umoznuje-instalaci-inteligentnich>

ČVUT představuje designový betonový mobiliář Levitee, který umožňuje instalaci inteligentních technologií

30.5.2019 parlamentnilisty.cz str. 00

Univerzitní centrum energeticky efektivních budov ČVUT vyvinulo designovou sadu betonového městského mobiliáře Levitee s možností instalace inteligentních technologií.

Veřejnosti se novinka představí ve dnech 5. až 6. června 2019 na brněnském veletrhu Urbis Smart City Fair, kde bude soutěžit o Zlatou medaili udělovanou mezinárodní odbornou komisí nejlepšími vystavenými produkty.

Mobiliář byl navržen jako sada tvořená konzolovou lavičkou a doplňky, které by měly přinést širokou variabilitu při umísťování do veřejného prostoru. Jeho řešení navazuje na vývoj započatý již v roce 2015 a vychází z rešerší prováděných mezi výrobci i koncovými uživateli.

„Náš tým byl přítomen při vývoji prototypu první chytré lavičky v ČR s názvem „CapaSitty“, která byla prezentována i na světové výstavě EXPO 2015 v italském Miláně,“ říká vedoucí projektu Tomáš Vlach. Po jejím skončení se v tuzemsku s chytrými lavičkami obrazně řečeno roztrhl pytel. Postupně však začal převažovat spíše negativní názor veřejnosti.

Na základě komunikace s výrobci i uživateli byly určeny jako hlavní důvody vysoká pořizovací cena, nedostatečná variabilita vlivem omezené orientace fotovoltaického panelu, nevhodný a rušivý vzhled. „Proto se náš tým rozhodl pokračovat a vyvinout novou lavičku oproštěnou od předchozích řešení, která by mohla fungovat a lákat k odpočinku i jako obyčejná lavička bez instalace inteligentních technologií, ale zároveň by umožňovala jejich snadnou a variabilní montáž a nepůsobila rušivě na své okolí,“ dodává Tomáš Vlach.

Lavička „Levitee“ kromě pohodlného krátkodobého odpočinku může uživateli nabít prostřednictvím USB konektoru telefon, poskytnout bezplatné připojení mobilních zařízení k Wi-Fi a ještě měřit kvalitu ovzduší pomocí různých čidel dodávaných podle přání koncového zákazníka, takže se skvěle hodí do konceptu Smart City.

Inteligentní technologie je možné díky jejich snadné přístupnosti a umístění do ucelených boxů přidávat či ubírat dle potřeby zákazníka i po umístění mobiliáře do terénu. Navíc mohou běžet bez



napojení na elektrickou síť, protože lavička si při omezené funkcionalitě vystačí s vlastním fotovoltaickým panelem a baterií, kam ukládá energii do zásoby pro pokrytí provozní potřeby ve chvílích, kdy nesvítí slunce. V případě namontování více čidel a dalších prvků s vyšším odběrem elektřiny je možné lavičku připojit k síti, aby s panelem fungovala jako hybridní systém.

Důraz byl při vývoji kladen na design, který by měl působit zajímavě a přitom na sebe křiklavě neupozorňovat, protože cílem tvůrců je, aby lavička nenásilně zapadla do okolí. Tým ČVUT UCEEB proto na výrobu prezentovaného prototypu připravil originální formu a směs vysokohodnotného betonu. Místo klasických ocelových výztuží použili technické textilie z uhlíkových vláken prosycených polymerní maticí. Podkladní část lavičky umístěna pod povrch terénu byla navržena se značným podílem recyklovaného materiálu.

Originální tvarování uhlíkových výztuží bylo laboratorně odzkoušeno a je autorsky chráněno stejně jako podoba lavičky. Tyto pevnější a odolnější materiály nepodléhají korozi a tloušťka betonu může být podstatně menší. Díky materiálu a originálnímu tvarování je tak lavička mnohem lehčí a tím pádem snáze transportovatelná, než kdyby byla vyrobena z běžného betonu s tradiční výztuží.

Vedle veletrhu Urbis by měla lavička být od letoška k vidění i na několika místech v Praze, kde budou tři kusy instalovány v rámci projektu Technologický transfer pro chytrou Prahu (podpořeno z Operačního programu Praha pól růstu).

Jste politik? Zveřejněte bez redakčních úprav vše, co chcete. Zaregistrujte se ZDE.

Jste čtenář a chcete komunikovat se svými zastupiteli? Zaregistrujte se ZDE.

Foto: ČVUT Popisek: ČVUT, logo..

URL | [https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/CVUT-predstavuje-designovy-mobilier-Levitee-ktery-umoznuje-instalaci-inteligentnich-technologii-583494](https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/CVUT-predstavuje-designovy-betonovy-mobilier-Levitee-ktery-umoznuje-instalaci-inteligentnich-technologii-583494)

EVROPSKÉ FONDY POMÁHAJÍ SOCIÁLNĚ ZNEVÝHODNĚNÝM

31.5.2019 Pardubický deník str. 13 Komerční příloha

Miliardy korun na zlepšení podmínek postižených, nezaměstnaných či na pomoc rodinám

Sociální začleňování » Podpora služeb pro rodiny ohrožené sociálním vyloučením. » Prevence a řešení problémů v sociálně vyloučených lokalitách. » Zlepšení dostupnosti zdravotní péče.

Podpora sociálních podniků » Napomáhá zlepšovat postavení sociálně znevýhodněných osob ve společnosti. » Zvyšuje zaměstnanost ohrožených skupin obyvatel, jako jsou lidé nad 55 let či matky s malými dětmi. » Poskytuje pracovní místa pro osoby se zdravotním postižením.

Poskytování rekvalifikací a fflexibilní práce » Získání nových dovedností umožňuje snadnější nalezení pracovního místa. » Osobám bez kvalifikace dává šanci na lepší uplatnění. » Flexibilní pracovní úvazky umožňují lépe sladit pracovní a soukromý život např. pečujícími osobám.

Sociální oblast

celkem 55,9 miliardy Kč

zbývá vyčerpat 8,7 miliardy Kč Podpora sociální oblasti probíhá z Operačního programu Zaměstnanost (OP Z), Integrovaného regionálního operačního programu (IROP) a Operačního programu Praha - pól růstu (OP PPR).*



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
OP Praha – pól růstu ČR



Z fondů EU se od roku 2014 fiinancovalo například:

16 301 rodičů může pracovat díky novým školkám a dalším zařízením pro péči o předškoláky

40 543 podpořených osob se zdravotním postižením

komunitních center 12 zajišťujících sociální a další služby

osob si zvýšilo kvalifikaci díky 335 816 školení či kurzu nebo prošlo jiným druhem podpory

Foto autor | FOTO: SHUTTERSTOCK

Foto autor | ZDROJ: MMR, DATA K 12. 4. 2019

Foto autor | *Součet částek OP Z (PO1, PO2, PO3), IROP (SC 2.1, SC 2.2) a OP PPR (SC 3.1, SC 3.2, SC 3.3) (Stav k 31. 3. 2019)

Region | Východní Čechy

Zelená oáza. Zahradníky přivedla do Enviry evropská dotace

31.5.2019 denik.cz str. 00 Ekonomika

Jiří Macek

Projdete branou a vstoupíte do jiného světa, ve kterém dominuje zeleň a také pohoda. Přitom v okolí jsou panelové domy. Jste v Praze, ale zároveň jste se dostali do přírody. To vše je Toulcův dvůr v pražské Hostivaři. V areálu s množstvím budov tu nabízejí zábavu a odpočinek. Ale co víc, pracují tu desítky osob i díky podpoře z fondů EU se zdravotním handicapem.

"Zapsaný spolek Toulcův dvůr tvoří čtyři členské neziskové organizace. První z nich je Sdružení SRAZ, které především provozuje farmu s kravami, ovce, kozami, prasaty, slepicemi, kachnami, králíky i deseti huculskými koňmi ti jsou využíváni k hipoterapii a pro jezdecký kroužek. Dále tu je společnost Botič, která působí v rámci střediska ekologické výchovy a pořádá vzdělávací akce. Třetí v řadě je Mateřská škola Semínko s klasickou třídou i lesní třídou, kde děti většinu dne pobývají na dvorku a v lese.

A konečně obecně je tu prospěšná společnost ENVIRA. Její činnost je velmi rozsáhlá a jejím posláním je vytvářet a dlouhodobě udržovat pracovní místa pro osoby se zdravotním postižením a tím je integrovat na trh práce.

„Ve své náplni máme čtyři hlavní činnosti správu a údržbu budov a pozemků v Toulcově dvoře, Zdravou jídelnu, rukodělnou dílnu a zahradnictví,“ říká ředitel ENVIRY Michal Jirsa.

Právě zahradnické práce jsou mezi činnostmi ENVIRY těmi nejnovějšími. K tomu, aby zde mohlo pracovat 12 osob se zdravotním handicapem, pomohla dotace z Evropské unie v rámci Operačního programu Praha pól růstu ČR.

„Vznikl u nás nový provoz zahradnictví, jehož cílem bylo rozšířit uplatnění pro cílovou skupinu osob se zdravotním postižením (OZP). Vznikla tu nová pracovní místa pomocný zahradník. V současné době na této pozici pracuje na dvou pracovištích celkem 12 OZP. Dotace nám jednoznačně pomohla, bez ní bychom projekt neotevřeli,“ říká ředitel Jirsa.

Obnova pěstebních ploch

ENVIRA se spojila s majitelem nedalekých zahradnických prostor Ing. Karlem Elbrsem, který už na Toulcově dvoře zajišťoval praktickou výuku pro žáky zahradnické školy, kde studují zdravotně



handicapovaní. Měl zkušenosti jak se zahradničením, tak s touto cílovou skupinou, což bylo ideální spojení. V jeho nevyužitých prostorách a také v prostorách Toulcova dvora došlo k obnově pěstebních ploch, na kterých mohli začít pracovat lidé se zdravotním postižením.

Podívejte se Mapu projektů EU.

„První zahradnické práce tu započaly v únoru roku 2017. To jsme měli podanou žádost o dotaci a věřili jsme v její získání. Ještě před jejím schválením jsme ale přijali první zahradníky, protože jsme nemohli čekat na konečný verdikt, jelikož s mnohými zahradnickými pracemi nešlo čekat. Riskli jsme to a dotaci se nám podařilo získat,“ ohlíží se za prvními zkušenostmi se zahradnictvím Michal Jirsa.

Celková dotace byla 5,2 milionu korun, z čehož Evropská unie uhradila 50 procent, zbytek uhradilo hlavní město Praha. Z této dotace byl po dobu téměř dvou let plně hrazen provoz zahradnictví. Jednalo se zejména o materiálové vybavení a mzdové náklady OZP a pracovníků, kteří s cílovou skupinou přímo pracovali dvě vedoucí zahradnice, pracovní terapeut a odborný garant projektu. Stejně důležité byly i peníze na vzdělávání pomocných zahradníků po celou dobu trvání projektu.

Zahradnictví dává zajímavou práci

„Základní myšlenkou bylo, že jsme chtěli zaměstnávat více OZP. Uvažovali jsme o prádelně, ale to nevyšlo. Udělali jsme si průzkum a zahradnictví vyšlo ve všech směrech jako nejlepší možnost, navíc do tohoto prostředí zapadá,“ říká koordinátorka zaměstnávání OZP Veronika Boháčková.

V zahradnictví u Karla Elbrse i v areálu Toulcova dvora se osoby se zdravotním postižením podílejí doslova na všem. Dělají všechno zasadí semínka, protrhávají, přesazují, sklídí a pak je i prodávají.

„Dvakrát týdně máme na nádvoří Toulcova dvora otevřen stánek s vypěstovanou zeleninou a bylinkami. Navíc dodáváme zeleninu i do mateřských školek a farmářských obchodů v okolí. Zahradníci také pomáhají udržovat zelené plochy v areálu dvora. Nejsme klasickým terapeutickým pracovištěm, ale ty změny u těchto lidí jsou neskutečné, oni v zahradnictví doslova rozkvétají,“ dodala Veronika Boháčková.

Ředitel Michal Jirsa: Pomáhat postiženým má smysl

Zná tady důvěrně každý kout. Ve Středisku ekologické výchovy Toulcův dvůr a následně ve společnosti ENVIRA ve stejném místě pracuje dohromady už 17 let. Navíc v Toulcově dvoře v pražské Hostivaři bydlí. Michal Jirsa je už čtvrtým rokem ředitelem obecně prospěšné společnosti ENVIRA, která za podpory z fondů EU začleňuje do pracovního života osoby se zdravotním postižením.

Obecně prospěšná společnost ENVIRA získala dotaci přes pět milionů korun, z toho Evropská unie poskytla polovinu. Vše směřovalo na zajištění nového provozu zahradnictví. Co by bylo, kdyby nebyly dotace, především ty evropské? Získání pětimilionové dotace, z toho byla polovina z Evropské unie na nové zahradnictví, byl velký počín a výrazně jsme dokázali podpořit zaměstnávání OZP. Už předtím na Toulcově dvoře, před vznikem ENVIRY, jsme získali dotace na Zdravou jídelnu, kterou nyní ENVIRA provozuje, ale také na keramickou dílnu, tu nyní rovněž provozujeme my. Naším úkolem je, abychom byli finančně soběstační, ale bez dotací by to nešlo. Moc nám pomáhají a díky nim můžeme dělat to, co dělat máme, jak nejlépe je to možné. A smysluplné. Tedy začleňovat OZP do pracovních procesů. Bez dotací by to opravdu nešlo.

Kolik OZP ENVIRA zaměstnává? Na našich čtyřech provozech pracují čtyři desítky OZP, nejvíce jich je s duševním postižením. ENVIRA zaměstnává i 13 takzvaně zdravých osob, které zajišťují provoz firmy. Máte čtyři provozy, popište stručně jejich činnost. Naším největším provozem je Zdravá jídelna, kde vaříme pro zaměstnance i pro běžné návštěvníky, poskytujeme firmám catering, zajišťujeme firemní



snídaně. V jídelně pracuje 15 OZP. Rukodělná dílna se zaměřuje na keramickou tvorbu, vše tu vzniká ručně, tedy třeba hrnečky se ručně vytočí i namalují a pak je prodáváme. Udržujeme budovy a pozemky Toulcova dvora a nejvíce práce je ve venkovním areálu. Tam se podílejí zahradníci z našeho zahradnického provozu, který je naší čtvrtou činností.

Jak hledáte nové lidi – OZP? Přes inzerát a také spolupracujeme s poskytovateli sociálních služeb, kteří řeší podporu těchto osob. Studentské praxe a dobrovolníci. I tohle u vás funguje? Velice dobře. Zájem studentů je poměrně velký. Připadá mi, že je v poslední době zájem o sociální podnikání v kurzu, každou chvíli vyplňuji nějaké dotazníky pro studenty, které se týkají naší činnosti. Dobrovolnická činnost je u nás poměrně silně rozvinutá, hodně dobrovolníků nám sem chodí v rámci firemního dobrovolnictví. Jsme poměrně oblíbení, máme tu příjemné prostředí. U dobrovolníků je pozitivní to, že kdo sem přijde, chce dělat, nejde „jen“ prožít den na vzduchu, ale jde pomoci. Jeho cílem je, aby za sebou na konci „šichty“ viděl kus práce. To je moc příjemné.

Co vás nejvíce zatěžuje? Klasické papírování. Musím ale říci, že při zajišťování evropské dotace to, vzhledem k poměrně vysoké částce, tak složité nebylo. A co vás na této práci v tomto místě baví? Pracovní prostředí, krásné a výjimečné místo v Praze, i příjemní kolegové. Baví mě dělat něco, co je smysluplné. A zaměstnávání OZP takové je. Tyhle lidi obdivuji, mají za sebou neuvěřitelné životní příběhy a jsou hodně silní. A když vidím pokroky, které u nás dělají, jak se jim jejich stav zlepšuje, tak to je velké uspokojení, velká radost. Jak jste se ocitnul na Toulcově dvoře? Vykonával jsem tady civilní službu, to bylo někdy před sedmnácti lety, dělal jsem úplně všechno, co bylo třeba. Pak jsem tu měl na starosti farmu a poté jsem působil jako vedoucí správy a údržby areálu. Když vznikla ENVIRA, stal jsem se technickým ředitelem a od roku 2015 jsem ředitelem ENVIRY. Znáš tu vlastně každý kout.

Chodíte sem i s rodinou? Mám čerstvého potomka a jistě tady budeme často. My tu totiž bydlíme.

URL | <https://www.denik.cz/ekonomika/zelena-oaza-zahradniky-privedla-do-enviry-evropska-dotace-20190531.html>

UCEEB představil designový betonový mobiliář Levitee, který umožňuje instalaci inteligentních technologií

7.6.2019 technickydenik.cz str. 00

Univerzitní centrum energeticky efektivních budov ČVUT vyvinulo designovou sadu betonového městského mobiliáře Levitee s možností instalace inteligentních technologií.

Veřejnosti se novinka představila ve dnech 5. až 6. června 2019 na brněnském veletrhu Urbis Smart City Fair, kde soutěžila o Zlatou medaili udělovanou mezinárodní odbornou komisí nejlepšími vystavenými produkty.

Mobiliář byl navržen jako sada tvořená konzolovou lavičkou a doplňky, které by měly přinést širokou variabilitu při umísťování do veřejného prostoru. Jeho řešení navazuje na vývoj započatý již v roce 2015 a vychází z rešerší prováděných mezi výrobci i koncovými uživateli. Lavička „Levitee“ kromě pohodlného krátkodobého odpočinku může uživateli nabít prostřednictvím USB konektoru telefon, poskytnout bezplatné připojení mobilních zařízení k Wi-Fi a ještě měřit kvalitu ovzduší pomocí různých čidel dodávaných podle přání koncového zákazníka, takže se skvěle hodí do konceptu Smart City.

Důraz byl při vývoji kladen na design, který by měl působit zajímavě a přitom na sebe křiklavě neupozorňovat, protože cílem tvůrců je, aby lavička nenásilně zapadla do okolí. Tým ČVUT UCEEB proto na výrobu prezentovaného prototypu připravil originální formu a směs vysokohodnotného betonu. Místo klasických ocelových výtzuží použili technické textilie z uhlíkových vláken prosycených polymerní



matricí. Podkladní část lavičky umístěna pod povrch terénu byla navržena se značným podílem recyklovaného materiálu.

Originální tvarování uhlíkových výztuží bylo laboratorně odzkoušeno a je autorsky chráněno stejně jako podoba lavičky. Tyto pevnější a odolnější materiály nepodléhají korozi a tloušťka betonu může být podstatně menší. Díky materiálu a originálnímu tvarování je tak lavička mnohem lehčí a tím pádem snáze transportovatelná, než kdyby byla vyrobena z běžného betonu s tradiční výztuží.

Vedle veletrhu Urbis by měla lavička být od letoška k vidění i na několika místech v Praze, kde budou tři kusy instalovány v rámci projektu Technologický transfer pro chytrou Prahu (podpořeno z Operačního programu Praha pól růstu).

URL | https://www.technickytydenik.cz/rubriky/denni-zpravodajstvi/uceb-predstavil-designovy-betonovy-mobilier-levitee-ktery-umozuje-instalaci-inteligentnich-technologii_47323.html

Struktura obyvatel Prahy

Zdroj: ČSÚ

Data potřebná pro nastavení reprezentativního vzorku pro osobní dotazování

Struktura dle pohlaví

	obyvatelé	podíl
celkem	1 308 632	100%
muži	638 009	49%
ženy	670 623	51%



Struktura dle věku

	obyvatelé	podíl
0	15 388	1,2%
1-4	59 848	4,6%
5-9	70 850	5,4%
10-14	60 582	4,6%
15-19	47 380	3,6%
20-24	55 105	4,2%
25-29	84 768	6,5%
30-34	108 546	8,3%
35-39	116 174	8,9%
40-44	124 393	9,5%
45-49	94 375	7,2%
50-54	80 803	6,2%
55-59	70 317	5,4%
60-64	73 005	5,6%
65-69	74 997	5,7%
70-74	71 885	5,5%
75-79	45 202	3,5%
80-84	26 793	2,0%
85+	28 221	2,2%

