

Kontrola NKÚ: Peníze na publicitu a propagaci přispěly ke zvýšení povědomí veřejnosti o fondech EU

24.3.2025 - | Nejvyšší kontrolní úřad

Evropské programy a projekty, na které i v ČR čerpáme z evropských zdrojů nemalé částky, musejí být také dobře propagovány. Jde o to, aby se o nich dozvěděli potenciální žadatelé a příjemci dotací a následně o výsledku i široká veřejnost. A právě na prostředky ve výši téměř 650 mil. Kč vynaložené na publicitu a propagaci vybraných operačních programů z období let 2014 až 2020 se zaměřila kontrola NKÚ. Prověřila 27 z celkem 59 projektů a kontrolovaný objem peněz dosáhl 360 mil. Kč. Za nakládání s prostředky zodpovídaly Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR) a Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO). Výsledkem kontroly je konstatování, že výdaje na propagaci a publicitu byly vynaloženy účelně a že vyčerpané prostředky měly dopad na znalost podpořených projektů, míru informovanosti a povědomí široké veřejnosti o fondech EU. U kontrolovaných osob, kterými kromě MMR a MPO byly rovněž Agentura pro podnikání a inovace a Centrum pro regionální rozvoj ČR, nezjistil NKÚ porušení pravidel nastavených pro čerpání těchto prostředků.

Nedostatky byly odhaleny u veřejných zakázek. Při kontrole Integrovaného regionálního operačního programu (IROP) kontroloři zjistili, že u nákupu propagačních předmětů byly v polovině případů zakázky realizovány na základě jediné nabídky, že zakázky na fotografické služby od jednoduchých objednávek až po nadlimitní zadávací řízení měly vždy stejného vítěze nebo že soutěžili stále stejní uchazeči – ze vzorku 34 výběrových řízení bylo 20 zakázek provedeno pěti dodavateli.

MMR vynaložilo na propagaci a publicitu IROP celkem 130 mil. Kč, což bylo 72 % plánovaných výdajů. MPO pak na propagaci a publicitu operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OPPIK) vydalo 25 mil. Kč, tedy 16 % schválených prostředků. Jak vyplynulo z kontroly, nízká míra čerpání odpovídala požadavku Evropské komise na minimalizaci outsourcingu komunikačních opatření. Čerpání plánovaných rozpočtů ale ovlivnila zejména pandemická opatření v letech 2020–2021, kdy se např. dny otevřených dveří rušily a semináře a konference byly přesouvány do on-line prostředí.

Srovnatelné výdaje ve výši cca 15 mil. Kč vynaložily MPO a MMR na přímou komunikaci, tedy na konference, veletrhy, semináře nebo na akce pro širokou veřejnost, a dále na publikační aktivity ve formě tištěných časopisů, publikací, letáků či plakátů.

Ve všech ostatních oblastech byly zjištěny značné rozdíly. Například na reklamu vynaložilo MMR coby řídicí orgán IROP 64,5 mil. Kč, což bylo přibližně 18krát více než MPO za OPPIK (3,5 mil. Kč). Nejvíce šlo na mediální kampaně na které MPO vynaložilo 3 mil. Kč a MMR 51 mil. Kč. Kontroloři ověřili, že MMR uskutečnilo v rámci IROP navíc oproti MPO rozsáhlé mediální kampaně. Např. v roce 2019 probíhaly v televizi, rádiu, kinech a on-line prostoru kampaně za celkem 38,7 mil. Kč k tématům „zateplování“ a „památky“. V letech 2020–2023 se pak propagační aktivity věnovaly Finančnímu nástroji IROP na energetickou modernizaci a energetické úspory v bytových domech na území Prahy. Výdaje činily 2,4 mil. Kč. MMR také financovalo kampaň za 7,4 mil. Kč na propagaci investičního nástroje, určeného na pomoc při zotavení z krize v souvislosti s pandemií covidu-19.

Odbor komunikace

Nejvyšší kontrolní úřad

<https://www.nku.cz/cz/pro-media/tiskove-zpravy/kontrola-nku:-penize-na-publicitu-a-propagaci-prispe-ly-ke-zvyseni-povedomi-verejnosti-o-fondech-eu-id14623>