

## **DODATOK č. 1**

**k Zmluve č. MVZP/2020/28** o poskytnutí dotácie v oblasti medzinárodných vzťahov a zahraničnej politiky Slovenskej republiky v pôsobnosti Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky a **Licenčnej zmluve a Zmluve o udelení sublicencie** zo dňa 03.08.2020 (ďalej len „zmluva“)

uzatvorený podľa § 516 zákona č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov

(ďalej len „dodatok č. 1“)

### **medzi**

**Poskytovateľom:** Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky

**Sídlo:** Hlboká cesta 2, 833 36 Bratislava 37

**Zastúpeným:** Ivan Korčok, minister zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky

Imrich Marton, riaditeľ odboru analýz a plánovania

**IČO:** 00699021

**Bankové spojenie:** Štátna pokladnica

**BIC/SWIFT:** SPSRSKBAXXX

**Číslo účtu:** SK36 8180 0000 0070 0007 3594

(ďalej len „poskytovateľ“)

### **a**

**Príjemcom:** EuroPolicy, o. z.

**Sídlo:** Štefánikova 19, 811 05 Bratislava – Staré Mesto

**Zastúpeným:** Zuzana Gabrižová

**IČO:** 42254841

**Bankové spojenie:** 1100 Tatra banka, a. s.

**BIC/SWIFT:**

**Číslo účtu (IBAN):**

**Kontaktný e-mail:**

(ďalej len „príjemca“)

(poskytovateľ a príjemca ďalej spolu len „zmluvné strany“ alebo jednotlivo len „zmluvná strana“)

## Článok I

1. Zmluvné strany sa v súlade s článkom IX zmluvy dohodli na nasledovnej zmene zmluvy:
  - 1.1. Článok IV ods. 2 zmluvy sa mení a po zmene znie nasledovne: „Príjemca sa zaväzuje uskutočniť projekt do 31.3.2021.“
  - 1.2. Článok X ods. 4 zmluvy sa mení a znie nasledovne: „Príjemca je oprávnený používať ochrannú známku, dizajn manuál, logotyp MZVEZ SR a dizajn manuál k logotypu MZVEZ SR bez územného obmedzenia, výlučne v rámci projektu a to do 31.3.2021.“
  - 1.3. Príloha č. 1 k zmluve sa mení a po zmene znie nasledovne:

**„Príloha č. 1 k Zmluve č. MVZP/2020/28 o poskytnutí dotácie v oblasti medzinárodných vzťahov a zahraničnej politiky SR v pôsobnosti Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky**

### Popis projektu

|   |
|---|
| <b>1. Názov projektu</b><br>From Europe with love   |
| <b>2. Žiadosť o dotáciu je predkladaná na základe témy:</b> (ak je žiadosť predkladaná na základe témy, ktorá je súčasťou výzvy, vyplniť číslo a názov témy. Upozornenie: žiadosť môže byť predkladaná aj mimo okruh navrhnutých tém vo výzve)<br><br>Žiadosť je predkladaná mimo okruhu navrhnutých tém  |
| <b>3. Účel výzvy, na ktorú sa projekt zameriava</b> (označte jeden alebo viac účelov, na ktoré sa projekt zameriava)<br><br><b>Podpora štúdií, analýz a organizáciu odborných podujatí v oblasti medzinárodných vzťahov a zahraničnej politiky SR:</b><br><br>Vypracovanie nezávislých odborných štúdií a analýz kľúčových otázok medzinárodných vzťahov a zahraničnej politiky SR;<br><br>x Vypracovanie tematických neperiodických publikácií, ktoré slúžia ako alternatívny zdroj k prehľbovaniu kvalifikovaných informácií pre domácu a zahraničnú verejnosť;<br><br>Projektov a programov verejno-vzdelávacích podujatí, vedeckých konferencií a seminárov s tematikou medzinárodných vzťahov a zahraničnej politiky SR. |
| <b>4. Miesto a čas realizácie projektu</b><br>(uvedie sa miesto, alebo oblasť realizácie projektu a obdobie počas ktorého sa bude projekt realizovať)<br><br>Miesto (región) realizácie: <b>Bratislava</b><br>Projekt bude realizovaný v období od: <b>1.6.2020</b> do <b>31.3.2021</b> .<br><br><b>Zdôvodnite výber miesta realizácie, prípadne uveďte jeho bližšiu špecifikáciu:</b><br>Miesto realizácie bolo vybrané na základe sídla realizujúcej organizácie, vzhľadom na charakter projektu (online komunikačná kampaň) však majú aktivity národný / európsky charakter.   |

## 5. Cieľ projektu

(definujte hlavný cieľ a čiastkové ciele projektu)

Cieľom projektu je pomôcť čeliť dezinformáciám súvisiacim s reakciou Európskej únie na pandémie koronavírusu, ktoré posilňujú extrémnu formu euroskeptizmu a podkopávajú základy liberálne-demokratického poriadku. Projekt ponúkne súbor objektívnych, na faktoch postavených informácií o aktivitách EÚ v reakcii na pandémie COVID-19 (v oblasti zdravia, civilnej bezpečnosti, ekonomiky), podaných pútavou formou a pripravených na šírenie v online priestore, najmä prostredníctvom sociálnych médií.

Čiastkové ciele projektu:

- Mapovanie „potenciálnych spojencov“: spracovanie prehľadu profilov, stránok a kanálov na sociálnych sieťach na Slovensku, ktoré majú potenciál prispieť k šíreniu objektívnych informácií o aktivitách EÚ v boji proti pandémie (relatívne široký dosah, vhodné tematické zameranie, dostatočná aktivita, a pod.) a plánovanie sieťovania;
- Príprava inovatívneho komunikačného obsahu pre vybrané dve sociálne siete / platformy, a manažment jeho zverejňovania;
- Priebežné vyhodnocovanie vplyvu komunikácie, úprava komunikačného plánu.

## 6. Cieľová skupina

(uved'te konkrétnu cieľovú skupinu/skupiny, na ktorú je projekt zameraný a prečo, ako aj spôsob jej zapojenia ako aktéra aktivít, oslovenie širokej verejnosti)

Hlavnou cieľovou skupinou projektu sú ľudia s vyššou internetovou gramotnosťou. Projekt sa zameria na skupinu ľudí s minimálne základným (deklarovaným) záujmom o dianie v EÚ. Dôvody výberu cieľovej skupiny:

- Viacero z navrhovaných nástrojov komunikácie na sociálnych sieťach predpokladá vyššiu internetovú gramotnosť (interaktívny obsah a pod.). Pri miere využívania sociálnych sietí a intenzite používania internetu a online nástrojov však do tejto skupiny patrí väčšia časť ľudí pod 35 rokov.
- Viaceré štúdie ukázali, že online priestor a sociálne médiá zvlášť sú jedným z hlavných kanálov šírenia dezinformácií, či už cielene organizovaného tretími stranami, alebo spontánneho.

## 7. Popis projektu

(uved'te popis súčasného stavu a problém, na ktorý sa projekt zameriava)

Európska únia čelí vážnej kríze, ktorej dosah aj hĺbka pravdepodobne prevýšia krízu eurozóny, aj migračnú krízu. Aj preto, že pandémie COVID-19 a jej hospodárske následky vyvolávajú obavy v troch oblastiach, ktoré sú pre ľudí mimoriadne citlivé: zdravie, bezpečnosť, ekonomická bezpečnosť. Komplexná povaha rozhodovacích procesov v EÚ a rozdelenia kompetencií medzi európsku a národnú úroveň vytvárajú priestor pre neférovú kritiku (ne)činnosti Európskej únie, postavenú na nedorozumeniach a dezinformáciách.

V priamom prenose môžeme sledovať, ako sa v online priestore šíria dezinformácie – čiastočne ako súčasť cielených kampaní, čiastočne spontánne -, ktorých hlavným odkazom je neexistencia európskej solidarity, neochota, alebo neschopnosť EÚ poskytnúť účinnú

pomoc krajinám, ľuďom, či firmám postihnutým pandémiou a jej hospodárskymi dôsledkami.

V niektorých prípadoch sú dezinformácie, hoaxy a dezinterpretácie faktov súčasťou kampaní organizovaných externými aktérmi, ktorých cieľom je podkopanie európskej jednoty. Sú šírené aj vnútornými aktérmi, pre ktorých je extrémne euroskeptická propaganda súčasťou širšieho útoku na základy liberálno-demokratického poriadku. Často sú však spontánnou, stresovou reakciou na situáciu, ktorá v sebe mieša veľké obavy s nízkou mierou pochopenia príčin a mechanizmov vývoja krízy.

Najjednoduchšou a najčastejšou cestou šírenia tohto typu dezinformácií je online priestor, najmä sociálne médiá. Nejde o nový fenomén: na scénu európskej politiky vstúpili prvýkrát výrazne počas referenda o Ústavnej zmluve vo Francúzsku – efektívna online kampaň prispela k negatívnemu výsledku referenda. V nasledujúcich rokoch sa online priestor, a stále viac sociálne médiá, stával jedným z dominantných spôsobov šírenia informácií, či zdieľania názorov o verejnej politike, vrátane európskej.

Už príklad francúzskeho referenda o Ústavnej zmluve poukázal na tri fenomény, ktoré zohrávali úlohu aj pri ďalších podobných príležitostiach:

- Kritické kampane bývajú väčšinou lepšie zosieťované, dezinformácie môžu využívať existujúce siete, ktoré sú tematicky odlišné, no prepájajú podobné cieľové skupiny ľudí (príklad: šírenie anti-EÚ dezinformácií cez antivax, či klimatoskeptické siete).
- Pozitívne kampane bývajú reaktívne – snažia sa vyvracať šírené dezinformácie, dezinterpretácie, no menej úspešné sú pri stanovení a presadení vlastných tém.
- Účinnosť oficiálnych komunikačných kanálov je obmedzená, najmä v prípade vyhrotených diskusií do nich vstupujú s „legitimizačným dlhom“

Z týchto dôvodov, a na základe skúseností z doterajších online komunikačných kampaní, prebiehajúcich aj na sociálnych sieťach, predkladaný projekt vychádza z niekoľkých predpokladov:

- Efektívne sieťovanie: pre šírenie online obsahu je potrebné vytvárať široké siete „spojencov“ – multiplikátorov posúvajúcich komunikačné odkazy mimo okruh bezprostredných fanúšikov / followerov a pod. Sieťovanie je efektívnejšie než finančná podpora komunikácie (platené odkazy) aj z hľadiska dosahu obsahu: zdieľaný obsah je vnímaný ako dôveryhodnejší, než platený obsah.
- Aktívna podpora interaktívnosti, využívanie inovatívnych foriem obsahu: efektívna online komunikácia cielene podporuje interaktivitu (re-posting, sharing, engagement a pod.) aj inovatívnymi formami obsahu. Cieľom nie je len to, aby užívateľ obsah prečítal / sledoval, ale aktívne zapojenie. Podľa prieskumu The New York Times z 2018, najpopulárnejším obsahom na sociálnych sieťach neboli články, ale krátke kvízy.
- Na sociálnych sieťach býva častejšie zdieľaný obsah, ktorý užívateľovi dáva pridanú hodnotu – napríklad vzdelávací, informačný a pod. Takýto obsah generuje aj kvalitnejších užívateľov: s vyššou mierou lojálnosti, engagementu, a pod. Štúdia BuzzUmo a OkDork z 2017 napríklad zistila, že dlhší obsah generuje vyšší sharing. Najviac zdieľaní generuje podľa štúdie vzdelávací obsah, či infografiky.
- Zároveň, vyšší engagement generuje obsah, ktorý dokáže vyvolať emóciu (pozitívnu, či negatívnu) – obsah, s ktorým sa užívateľ cíti potrebu stotožniť, alebo naň kriticky reagovať. Výskumník Earnest Dichter (2017) napríklad konštatuje, že hlavným faktorom zdieľania je zdieľajúci – dôvody zdieľania sa odvíjajú od jednej zo štyroch motivácií: 1) unikátnosť zážitku, ktorý prináša obsah; 2) snaha získať pozornosť iných (najmä v skupinách, s ktorými sa identifikuje), 3) snaha pomôcť, prejavíť záujem o iných, 4) obsah je výnimočne vtipný, inteligentný, užitočný.

V návrhu projektu zároveň vychádzame z obmedzení, ktoré prirodzene má komunikačná kampaň verejnej inštitúcie (z hľadiska komunikačného obsahu, dodržania nestrannosti, maximálnej objektívnosti a pod.) i časových a finančných limitov.

Projekt je postavený na troch aktivitách:

Aktivita 1: Efektívne sieťovanie

Jún 2020

Cieľom je vytvorenie mapy potenciálnych spojencov: profilov, skupín, stránok a pod. komunikujúcich na sociálnych sieťach, ktoré môžu prispieť k šíreniu plánovaného obsahu.

Podmienkou výberu bude:

- Relatívne široký dosah: počet followerov, fanúšikov a pod.
- Dostatočná aktivita: pravidelné postovanie / repostovanie obsahu
- Tematická blízkosť: európska integrácia, verejné politiky, demokratická participácia a pod.; resp. tematická relevantnosť v troch vybraných oblastiach: zdravie, civilná bezpečnosť, ekonomika

Z dôvodu nákladovej efektívnosti mapovanie pokryje dve sociálne siete ktoré sú v slovenskom online prostredí dostatočne využívané, a na ktorých má zadávateľ vytvorené dostatočne silné zázemie (dĺžkou pôsobenia, množstvom sledovateľov, aktivitou a pod.).

Druhým krokom aktivity bude cieľené zosieťovanie s identifikovanými potenciálnymi spojencami: výmena odkazov, re-posting, vzájomný following a pod.

Aktivita 2: Inovatívny komunikačný obsah

Jún 2020 - marec 2021

Žiadateľ pripraví pre zadávateľa, na základe vopred dohodnutého obsahového plánu, komunikačný obsah určený pre sociálne siete. Témy obsahu budú špecifikované po dohode so zadávateľom, mali by však kopírovať hlavné oblasti aktivity EÚ v boji proti pandémie a jej ekonomickým dôsledkom.

Navrhované typy obsahu:

- Repostovanie externých zdrojov

Pravidelný monitoring a výber odkazov na iný online obsah (sociálne siete, webstránky), ktorý obsahom podporuje zameranie projektu. Cieľom je zabezpečiť pravidelný „živý obsah“ a zároveň podporiť linkovanie s inými relevantnými zdrojmi (primárne: potenciálni spojenci vybraní v aktivite 1).

18 návrhov odkazov pre repostovanie

- Obsah pre sociálne siete

Návrh textových obsahov určených pre šírenie na sociálnych sieťach, ktoré budú popisovať aktivity EÚ v boji proti pandémie koronavírusu, napríklad vo forme argumentačného textu (stručné vymenovanie hlavných argumentov, bodov, vysvetlenie kľúčovej informácie, dát). Texty budú prelinkované (hypertextový odkaz) na oficiálne zdroje, prípadne iné relevantné zdroje informácií. Maximálna dĺžka a štruktúra textu budú prispôbené technickým parametrom vybraných sociálnych sietí.

9 návrhov obsahu pre sociálne siete

- Dynamické infografiky:

Infografiky vo forme krátkych animácií (max 45 sekúnd) vysvetľujúce základné fakty o aktivitách EÚ, pomoci EÚ. Tento typ prezentácie je vhodný pre ilustráciu dynamických dát: procesu, vývoja, vzťahov medzi aktérmi. Animácie budú pripravené vo formáte vhodnom na šírenie na sociálnych sieťach.

2 dynamické infografiky

- Statické infografiky:

Infografiky mapujúca aktivity EÚ súvisiace s koronavírusom, vhodné na sprostredkovanie statickej informácie (výška pomoci, vysvetlenie nástroja a pod.)

Prelinkované na stránku žiadateľa (príp. inú vybranú stránku), kde bude zverejnený komplexnejší vysvetľujúci text, príp. ďalšie dáta atď.

8 infografík s doplnkovým textom

Aktivita 3: Priebežné vyhodnocovanie komunikácie

Efektívnosť komunikácie bude vyhodnocovaná každé dva týždne, na základe dát o návštevnosti a aktivite na profiloch a stránkach zadávateľa, poskytnutých zadávateľom. V prípade potreby bude na základe vyhodnotenia dát priebežne upravovaný komunikačný plán, či pripravované komunikačné výstupy.

Podporné komunikačné aktivity

V prípade súhlasu zadávateľa bude obsah komunikovaný (zverejnený, re-postovaný, zdieľaný) aj prostredníctvom profilov a stránok žiadateľa, prípadne jeho komunikačných partnerov. Spôsob a načasovanie budú koordinované so zadávateľom.

## 8. Výstupy projektu

(Stručne popíšte výstupy projektu a predpokladaný harmonogram ich realizácie)

Výstupom projektu bude obsah určený pre komunikáciu zadávateľom na sociálnych sieťach, súvisiacu s aktivitami EÚ v boji proti pandémie koronavírusu, a jej ekonomickým dôsledkom, ako aj podporná dokumentácia (mapa spojencov, komunikačný plán).

Kvantifikácia výstupov:

- 18 návrhov odkazov pre repostovanie
- 9 návrhov vlastného obsahu na sociálne siete
- 2 dynamické infografiky
- 8 statických infografík
- 1 mapa potenciálnych spojencov (zoznam profilov, skupín, stránok a pod. komunikujúcich na sociálnych sieťach, ktoré môžu prispieť k šíreniu plánovaného obsahu)
- 1 komunikačný plán (obsahové špecifikácie výstupov, časový plán komunikácie)

Harmonogram aktivít:

Jún 2020: Prípravná fáza

- Výber komunikačných tém v spolupráci so zadávateľom
- Mapovanie potenciálnych spojencov, sieťovanie
- Komunikačný plán

Koniec jún 2020 – marec 2021: Komunikácia

- Príprava obsahu pre komunikáciu na sociálnych sieťach, podľa komunikačného plánu, poskytnutie obsahu zadávateľovi.

- Podľa dohody: podporné komunikačné aktivity

Jún 2020 - marec 2021: Priebežné vyhodnocovanie

Na dvojmesačnej báze, analýza dát o návštevnosti a aktivite na profiloch / stránkach (dáta poskytnuté zadávateľom), v prípade potreby úprava komunikačného plánu.

Marec 2021: Uzavretie a vyhodnotenie projektu

Vyhodnotenie naplnenia kvalitatívnych a kvantitatívnych kritérií projektu a príprava záverečnej správy, vrátane finančnej správy.

## **9. Udržateľnosť projektu**

(prepojenie/nadväznosť na iné minulé/budúce projekty)

Výstupy projektu sa týkajú bezprostredne jednej z najvážnejších kríz, akým EÚ musela čeliť – pandémie koronavírusu a jej ekonomických dôsledkov. Cieľom projektu je čeliť dezinformáciám súvisiacim s reakciou Európskej únie na krízu aktívnym spôsobom – poskytovaním objektívnych informácií o aktivitách EÚ atraktívnym spôsobom, ktorý uľahčí ich šírenie v cieľových skupinách. Z hľadiska udržateľnosti sú dôležité dva efekty:

- Bezprostredný efekt: projekt prispeje a bude v synergii s ďalšími aktivitami MZVaEZ v oblasti strategickej komunikácie, ktorej cieľom je aj posilňovanie legitimacy, podpory nášho členstva v EÚ a všeobecne euro-atlantickej orientácii zahraničnej politik.
- Sekundárny efekt: vytvorenie siete „spojencov“ v oblasti sociálnych médií podporí komunikačné aktivity MZVaEZ aj v prípade iných tém. Takáto sieť kontaktov, prepojení, pomáha pri realizácii cielených informačných kampaní, ale aj spontánnom šírení komunikačných tém.

## **10. Prínos projektu k plneniu priorít zahraničnej politiky**

Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR zohráva dôležitú úlohu vo verejnej diskusii o EÚ na Slovensku. Prebiehajúca kríza významne ovplyvní postoje verejnosti k nášmu členstvu EÚ a bude formovať aj verejnú diskusiu o celkove zahranično-politickej orientácii Slovenska.

Skúsenosti z verejných kampaní ukazujú, že sociálne médiá hrajú v poskytovaní a šírení informácií stále dôležitejšiu úlohu. Komunikácia v online priestore, vrátane komunikácie na sociálnych sieťach, efektívne zasahuje tie skupiny, ktoré bývajú často terčom šírenia dezinformácií (napr. mladých ľudí), súčasne však u nich existuje vysoká pripravenosť vnímať a spracovávať nové informácie, a vytvárať si informovaný názor.

Predkladaný projekt pomôže zvýšiť efektívnosť komunikácie MZVaEZ v súvislosti s informovaním o aktivitách EÚ v boji s koronavírusom, špecificky v cieľovej skupine ľudí s vyššou internetovou gramotnosťou, resp. s deklarovaným záujmom o dianie v EÚ. Efekty projektu sú však širšie: vytvorené siete s inými profilmi, stránkami a pod., ako aj noví fanúškovia, followeri a pod., na profiloch zadávateľa, umožnia širšiu a efektívnejšiu komunikáciu MZVaEZ, špecificky v prípadoch ďalších tém súvisiacich s EÚ, či zahraničnou politikou.

## **11. Predošlé skúsenosti s realizáciou aktivít a projektov v danej oblasti**

(uveďte podrobnú informáciu o skúsenostiach žiadateľa, resp. garanta projektu s realizáciou podobných aktivít v minulosti a jeho odbornosti v danej oblasti)

Zoznam podobných projektov realizovaných v minulosti: zdroj financovania, názov projektu, počet zapojených osôb.

- MZVaEZ: Európske nástroje na podporu podnikania v zahraničí, 2013, 350 osôb
- Heinrich Böll Stiftung: The Future of the EU: Perspectives from the Visegrad Group, 2013, 400 osôb
- MZVaEZ: Brožúra – 10 rokov členstva v EÚ, 2014, 5 000 ks brožúry
- Európsky parlament: Fórum občanov Bratislava – voľby do Európskeho parlamentu 2014, 2014, priamo 1 000 osôb, nepriamo 20 000 osôb
- Európsky parlament: Prezentačné DVD o úlohe Európskeho parlamentu, 2014, 5 000 ks DVD

- Embassy of the United States in Bratislava: TTIP: What is in it for Slovakia– workshop a komunikácia, 2015, 40 osôb priamo, 40 000 nepriamo
- Heinrich Böll Stiftung: 10 Years in the EU: Visegrad Perspective and Beyond, 2014, priamo 50 osôb, nepriamo 40 000 osôb
- Európsky parlament: Stakeholder discussion on TTIP, 2015, 70 osôb
- Embassy of the United States in Bratislava: Slovakia's Energy Security, 2015, priamo 70 osôb
- International Visegrad Fund, Energy Efficiency and Security Concept Development: Reprioritizing energy investments in Visegrad and Ukraine, 2015-2016, 30 osôb
- Heinrich Böll Stiftung: Round-table Discussion: Women in Politics: Why does it matter?, 2015, priamo 30 osôb, nepriamo 20 000 osôb
- Embassy of the United States in Bratislava: COP21: stakeholder discussion and supporting communication, 2016, priamo 70 osôb, nepriamo 50 000 osôb
- European Parliament: Organizácia Press point počas regionálneho diskusného fóra venovaného digitálnej ekonomike, 2016, 30 osôb
- Heinrich-Böhl-Stiftung: EU Refugee and Asylum Policy: round table discussion and public event at a university, 2016, priamo 200 osôb, nepriamo 20 000 osôb
- Vyslaní pracovníci v EÚ (stakeholder workshop s Informačnou kanceláriou EP), 2018, 40 osôb priamo, nepriamo 20 000 osôb
- Kohézna politika po roku 2020: sociálne a rodové aspekty (stakeholder fórum s HBS v Prahe), priamo 30 osôb, nepriamo 15 000 osôb
- Európska budúcnosť V4 (podporené Ministerstvom zahraničných vecí a európskych záležitostí), 2018, nepriamo: 100 000 osôb
- Komunikačná podpora Národného konventu o EÚ ((podporené Ministerstvom zahraničných vecí a európskych záležitostí), 2018
- Kybernetická bezpečnosť na Slovensku (podporené Ambasadou USA na Slovensku), 2018, priamo 30 osôb, nepriamo 20 000 osôb
- MZVaEZ: Voľby do EP – komunikácia na sociálnych sieťach, 2019

Spoluorganizácia workshopov a odborných podujatí zo série EU Stakeholder Brunch:

- Európa vo voľbách do NR SR 2016: Rozšírenie bojového poľa? (26/2/2016)
- Naberie eurozóna dobrý smer? (Slovenský pohľad na reformu Hospodárskej a menovej únie) (1/3/2016)
- Klimatické záväzky z Paríža: Nové výzvy pre vlády a firmy? (4/5/2016)
- Prejav o stave únie: Ako zhodnotí dva dni pred bratislavským summitom stav EÚ predseda EK? (14/9/2016)
- Potrebujeme európsky pilier sociálnej politiky? (3/10/2016)
- Digitalizácia ekonomiky a trh práce (7/11/2016)
- EÚ na sklonku slovenského predsedníctva v Rade EÚ: Priority pre rok 2017 (19/12/2016)
- Ako presadzovať záujmy v Bruseli? (2/2015)
- Pracovná mobilita v EÚ (3/2015)
- Európske príležitosti pre investície a hospodársky rast (3/2015)
- Európska iniciatíva občanov (4/2015)
- Kreatívny priemysel na Slovensku (5/2015)
- Zamestnanosť, rast a investície (10/2015)
- Kybernetická bezpečnosť v EÚ a na Slovensku (10/2015)
- Priority EÚ v roku Slovenského predsedníctva (12/2015)
- Mladí bez práce (10/2014)



- Pohľady na emancipáciu žien (11/2014)
- 10 rokov v EÚ z Vyšehradskej perspektívy (11/2014).“

## Článok II

Ostatné ustanovenia zmluvy nedotknuté týmto dodatkom č. 1 sa nemenia a ostávajú v platnosti.

## Článok III

/1/ Zmluvné strany vyhlasujú, že tento dodatok č. 1 je neoddeliteľnou súčasťou zmluvy a nahrádza všetky predchádzajúce písomné dohody medzi zmluvnými stranami s ohľadom na predmet dodatku č. 1.

/2/ Dodatok č. 1 je vyhotovený v štyroch rovnopisoch, z ktorých jeden rovnopis dostane príjemca a tri rovnopisy dostane poskytovateľ.

/3/ Dodatok č. 1 je podľa § 5a zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) v znení neskorších predpisov povinne zverejňovanou zmluvou. Dodatok č. 1 nadobúda platnosť dňom jeho podpísania oboma zmluvnými stranami a účinnosť nadobúda dňom nasledujúcim po dni jeho zverejnenia v Centrálnom registri zmlúv vedenom Úradom vlády Slovenskej republiky.

/4/ Zmluvné strany vyhlasujú, že si dodatok č. 1 prečítali, jeho obsahu porozumeli, pričom svoju vôľu uzavrieť dodatok č. 1 prejavili slobodne a vážne, určite a zrozumiteľne a na znak súhlasu ho vlastnoručne podpisujú.

V Bratislave, dňa:

Bratislava – Staré Mesto, dňa:

Poskytovateľ:  
Ministerstvo zahraničných vecí  
a európskych záležitostí  
Slovenskej republiky

Príjemca:  
EuroPolicy, o. z.

.....  
minister zahraničných vecí a európskych  
záležitostí Slovenskej republiky

.....  
štatutárny zástupca/ fyzická osoba

.....  
riaditeľ odboru analýz a plánovania