



**МИНИСТЕРСТВО НА РЕГИОНАЛНОТО  
РАЗВИТИЕ И БЛАГОУСТРОЙСТВОТО**  
Главна дирекция "Програмиране на регионалното развитие"



# **Комуникационен план за информация и публичност на**

**Оперативната програма  
„Регионално развитие” 2007-2013**

**март 2012 г.**

## СЪДЪРЖАНИЕ:

<b>Глава 1:</b>	<b>Увод.....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 2:</b>	<b>Кратък преглед на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013г .....</b>	<b>6</b>
<b>Глава 3:</b>	<b>Законодателна рамка. Роля на ЕС.....</b>	<b>7</b>
<b>Глава 4:</b>	<b>Анализ на настоящата ситуация .....</b>	<b>9</b>
<b>Глава 5:</b>	<b>Цел.....</b>	<b>11</b>
5.1.	Основна цел.....	11
5.2.	Специфични цели.....	12
<b>Глава 6:</b>	<b>Целеви групи.....</b>	<b>13</b>
6.1.	ЦГ 1: Вътрешна целева група - включва следните структури към Министерството на регионалното развитие и благоустройството и държавната администрация: .....	13
6.2.	ЦГ 2: Външна целева група .....	13
6.2.1.	Широката общественост и социално икономическите партньори .....	13
6.2.2.	Потенциални бенефициенти – общини, неправителствени организации и конкретни бенефициенти.....	13
6.2.3.	Бенефициенти .....	14
6.3.	ЦГ 3: Медиатори.....	14
<b>Глава 7:</b>	<b>Комуникационна стратегия .....</b>	<b>15</b>
<b>Глава 8:</b>	<b>Комуникационни методи и канали. Дейности за постигане на целите.....</b>	<b>16</b>
8.1.	Комуникационни канали.....	17
8.2.	Комуникационни методи за привличане на интереса на целевите групи .....	18
8.2.1.	Медийни кампании.....	18
8.2.2.	Печатни издания .....	19
8.2.3.	Интернет информация .....	19
8.2.3.1.	Електронна поща, кореспонденция.....	19
8.2.3.2.	Интернет страница .....	19
8.3.	Комуникационни методи за отразяване на приноса на ЕС за достигане на целите на ОПРР за развитието на българските региони.....	20
8.3.1.	Визуално изображение.....	20
8.4.	Информационни методи за разпространение на резултатите от изпълнението на проекти по ОПРР.....	21
8.4.1.	Годишно мероприятие за отчет на постиженията по ОПРР.....	21
8.4.2.	Задължения на бенефициентите .....	21
8.4.3.	Информационна мрежа на неправителствените организации.....	21
8.5.	Дейности, предвидени за различните целеви групи .....	22
<b>Глава 9:</b>	<b>Координация и отговорности.....</b>	<b>24</b>
9.1.	Координация.....	24
9.2.	Компетентни структури и отговорности .....	24
<b>Глава 10:</b>	<b>Фази на изпълнение на Комуникационния план.....</b>	<b>26</b>
10.1.	Подготвителна фаза (2007-2008).....	26
10.2.	Фаза на изпълнението (2007-2015 г.).....	27
10.3.	Заклучителна фаза (след 2015 г.).....	27
<b>Глава 11:</b>	<b>Мониторинг и оценка .....</b>	<b>28</b>

<b>Глава 12:</b>	<b>Годишен отчет за информация и публичност .....</b>	<b>30</b>
<b>Глава 13:</b>	<b>Изменение на Комуникационния план .....</b>	<b>32</b>
<b>Глава 14:</b>	<b>Индикативни финансови ресурси.....</b>	<b>32</b>
<b>Глава 15:</b>	<b>Приложение 1.....</b>	<b>34</b>
15.1.	<i>Насоки за организиране на събитие.....</i>	<i>35</i>
15.1.1.	Събития: .....	35
15.1.2.	Участници.....	35
15.1.3.	Място на провеждане на събитието .....	35
15.1.4.	Реклама .....	36
15.1.5.	Информационни пакети .....	36
15.1.6.	Интернет страница .....	36
15.1.7.	Разни .....	36
15.2.	<i>Насоки за взаимоотношения с медиите .....</i>	<i>36</i>
15.2.1.	Факти .....	36
15.2.2.	Доверие и сътрудничество .....	37
15.2.3.	Необходимост да бъдете активни .....	37
15.2.4.	Полезни контакти .....	37
15.2.5.	На разположение .....	37
15.2.6.	Контакти .....	37
15.2.7.	„Книга с материали за пресата” .....	37
15.2.8.	Списък на контакти с медиите .....	37
15.2.9.	Информирание на медиите.....	38
15.2.10.	Пакети за пресата .....	38
15.2.11.	Отразяване на ОПРР в местните медии .....	38
15.2.12.	Снимки.....	39
15.2.13.	Последващи действия.....	39
15.2.14.	Папка за журналистите.....	39
15.2.15.	Съобщение за пресата .....	40
15.2.16.	Пресконференция .....	41
15.3.	<i>Насоки за бенефициентите.....</i>	<i>43</i>
15.3.1.	Билбордове .....	43
15.3.2.	Обяснителни табели .....	43
15.3.3.	Информационни материали за популяризиране на проектите .....	44
15.3.4.	Контакти с медиите и доказателства за извършените дейности.....	44
15.3.5.	Задължителни информационни събития .....	44

## Списък на съкращенията

АСССВЗ	Анализ на силните и слабите страни, възможностите и заплахите
ВЕИ	Възобновяеми енергийни източници
ВЕЦ	Водноелектрическа централа
ДАИТС	Държавна агенция по информационни технологии и съобщения
ЕИБ	Европейска инвестиционна банка
ЕК	Европейска комисия
ЕС	Европейски съюз
ЕСФ	Европейски социален фонд
ЕФРР	Европейски фонд за регионално развитие
Кохезионен и структурни фондове	КСФ
ЗДП	Закон за държавните помощи
ИЗ	Изпълнително звено
ИКТ	Информационни и комуникационни технологии
ИСУН	Информационна система за управление и наблюдение
КН	Комитет за наблюдение
МДААР	Министерство на държавната администрация и административната реформа
МОН	Министерство на образованието и науката
МОСВ	Министерство на околната среда и водите
МРРБ	Министерство на регионалното развитие и благоустройството
МФ	Министерство на финансите
МС	Министерски съвет
МТСП	Министерство на труда и социалната политика
НПО	Неправителствена организация
НПР	Национален план за развитие
НПР	Национална програма за реформи
НСИ	Национален статистически институт
НСОРБ	Национално сдружение на общините в Република България
НСРР	Национална стратегическа референтна рамка
НСЗРР	Национална стратегия за регионално развитие
ОП	Оперативна програма
ОПРР	Оперативна програма „Регионално развитие“
ПРООН	Програма за развитие на Организацията на обединените нации
ПРСР	Програма за развитие на селските райони
ПЧИ	Преки чуждестранни инвестиции
РО	Регионален отдел
ФРПИ	Фонд „Републиканска пътна инфраструктура“
НСО	Стратегически насоки за сближаване на Общността
СРР	Съвет за регионално развитие
СФ	Структурни фондове
ЦГ	Целева група
УО	Управляващ орган
NUTS	Номенклатура на териториалните единици за статистически цели

**Глава 1: Увод**

От 1 януари 2007 г. България е пълноправен член на Европейския съюз. Присъединяването на България към ЕС и достъпът до средства от европейските фондове разкриват нови възможности за развитие на страната във всички сфери на обществения живот. Структурните фондове са основните финансови инструменти на политиката на сближаване на ЕС, чиято главна цел е постигане на по-голяма икономическа и социална интеграция, растеж и заетост.

Предвижда се България да усвои тези средства по ефективен и ефикасен начин. Степента на усвояване на средствата за периода 2007 – 2013 ще предопредели бюджета, който може да бъде отпуснат на България за следващия програмен период (2013 -2021). Осигуряването на качествена, навременна и достъпна информация предопределя ефективното и ефикасно усвояване на средствата от фондовете на ЕС.

Съгласно чл. 69 от Регламента на Съвета (ЕО) № 1083/2006 г., който определя общите разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие, Европейския социален фонд и Кохезионния фонд, управляващите органи на оперативните програми (ОП) трябва да осигурят информация и публичност по всички приоритетни оси и операции за широката общественост и потенциалните бенефициенти. Основна цел е да се подчертае ролята на Общността, да се гарантира прозрачност при усвояване на средствата от ЕС и да се провокира интерес у целевите групи за използване на фондовете по оперативните програми.

Информирането на обществото и целевите групи е задължение на управляващия орган на Оперативна програма „Регионално развитие“.

Предоставяне на информация относно същността, принципите и механизмите за кандидатстване по ОП „Регионално развитие“ ще допринесе за качествени проектни предложения, които ще отговорят на заложените в програмата приоритети. Това от своя страна ще даде възможност за ефективно усвояване на средствата от ЕС и постигане на основната цел на ОПРР за подобряване на качеството на живот и работната среда с по-добър достъп до основните услуги и създаване на нови възможности за повишена регионална конкурентноспособност и устойчиво развитие.

Успешното прилагане на политиките и постигането на целите заложи в ОПРР до голяма степен зависи от ефективността на дейностите по информация и публичност. Мерките за предоставяне на информация и публичност по оперативната програма са представени в настоящия Комуникационен план. Те представляват неразделна част от дейностите по управление и изпълнение на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013г. и ще бъдат осъществени с финансовите средства по Приоритетна ос 5 „Техническа помощ“ Операция 5.2. „Комуникация, информация и публичност“.

Комуникационният план е съобразен с насоките, зададени от Националната комуникационна стратегия на Националната стратегическа референтна рамка (НСРР). Планът представлява стратегически национален документ, който задава рамка на дейностите, които предстоят да се извършат с цел да се популяризират целите и приоритетите, заложи в НСРР и ОПРР, като осигурява координирана комуникационна политика.

В стратегията са определени основните цели и приоритети на комуникационната политика на национално равнище. Основната цел е постигане на оптимална публичност и предоставяне на достъпна информация на всички нива.

В настоящия комуникационен план са заложи основните цели на стратегията - чрез достъпност и прозрачност да се стимулира по-голямата информираност и мотивираност на

обществото и целевите групи, за ефективното усвояване на средствата от Европейските фондове, насърчаване на общественото признание относно ролята на ЕС за развитието на българските региони, както и за постигането на целите на НСРР - България да се превърне в конкурентноспособна страна с високо качество на живот, доходи и социално приобщаване до 2015 година.

Имайки пред вид, че комуникационните планове на отделните оперативни програми, които са средство за постигане на целите на Националната комуникационна стратегия на НСРР, Комуникационният план на ОП „Регионално развитие” и предвидените в него мерки се надграждат основните принципи на тази стратегия: информативност, позитивност, гъвкавост, адаптивност, единство и координираност, синхрон с цялостната правителствена политика по отношение на Общността и с политиката и изискванията на ЕС.

Комуникационният план подпомага административната дейност по управление и изпълнение на програмата, разпространението на постигнатите резултати, насърчава добрите практики и координира потокът от информационния, който се обменя между структури на Управляващия орган на централно и регионално ниво.

Планът е разработен от Главна дирекция "Програмиране на регионалното развитие" в Министерството на регионалното развитие и благоустройството.

## **Глава 2: Кратък преглед на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013г**

Оперативната програма „Регионално развитие” 2007-2013 е единствената оперативна програма, която обхваща и шестте района на ниво NUTS II в България, които са избираеми за финансиране по цел 1 „Сближаване” на Кохезионната политика на ЕС. ОПРР е разработена в съответствие с целите на Европейския съюз, определени в Стратегическите насоки за сближаване на Общността за периода 2007-2013 г.. Програмата е съгласувана и с НСРР и с Националната програма за реформи. Всички дейности по оперативната програма, ще следват приоритетите на Общността, които подкрепят устойчивото развитие чрез укрепване на растежа, конкурентноспособността и заетостта, социалното включване, както и опазването на околната среда.

За настоящия програмен период 2007-2013г., Оперативна програма „Регионално развитие” трябва да постигне следните средносрочни цели:

### **Обща цел на програмата**

- Подобряване качеството на живот и работната среда с по-добър достъп до основните услуги и нови възможности за повишена регионална конкурентноспособност и устойчиво развитие.

### **Специфични цели на програмата**

- Изграждане на устойчиви и динамични градски центрове, свързани с техните по-слабо урбанизирани периферни територии, като по този начин се увеличат възможностите за просперитет и развитие.
- Осигуряване на по-добър достъп до пътни, ИКТ и енергийни мрежи за изостаналите райони.
- Повишаване на регионалния туристически потенциал за развитие и маркетинг на устойчиви, диверсифицирани, специфични за региона туристически продукти с висока добавена стойност.
- Мобилизиране на регионалните и местни технически и институционални възможности и ресурси за осъществяване на политики за регионално развитие.

ОП „Регионално развитие” се съсредоточава върху определени въпроси, следвайки целите на ЕС за постигане на растеж и трудова заетост в светлината на подновената Лисабонска стратегия, като прилага инструментите на Кохезионната политика и Стратегическите насоки на Общността за сближаване за 2007–2013г.. Набляга се върху няколко стратегически области, попадащи главно в обхвата на първите насоки.

- *Стратегията на ОПРР е да се повиши конкурентоспособността и привлекателността на регионите и общините и да се намалят различията между и особено в рамките на шестте района на ниво NUTS II посредством подобряване на индустриалната, жилищната, социалната, екологичната и културна среда на градските райони и достъпността на селските райони по отношение на пътните, информационните и комуникационни, както и енергийните мрежи.*

Стратегията ще бъде изпълнена посредством пет приоритетни оси, както следва:

- Приоритетна ос 1: Устойчиво и интегрирано градско развитие
- Приоритетна ос 2: Регионална и местна достъпност
- Приоритетна ос 3: Устойчиво развитие на туризма
- Приоритетна ос 4: Местно развитие и сътрудничество
- Приоритетна ос 5: Техническа помощ

### **Глава 3: Законодателна рамка. Роля на ЕС.**

Оперативна програма „Регионално развитие” е официално одобрена от Европейската комисия с Решение 54 40 от 5 ноември 2007 г.

Информационните дейности и дейностите по публичност на програмата ще бъдат осъществени в съответствие с регламентите на Общността в тази област:

- Регламент (ЕО) №1083/2006г. на Съвета относно определянето на общи разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие, Европейския социален фонд и Кохезионния фонд;
- Регламент (ЕО) № 1828/2006 от 8 декември 2006 год., определящ правилата за прилагането на Регламент (ЕС) № 1083/2006 г.;
- ПМС №121/2007 г. за определяне на реда за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ по Оперативните програми, съфинансирани от Структурните фондове и Кохезионния фонд на Европейския съюз, и по Програма ФАР на Европейския съюз.

Регламентите определят комуникацията като стратегически важна дейност за програмите, наред с финансовото управление, останалите дейности по управлението и изпълнението им.

Чл. 69 от Регламента на Съвета № 1083/2006 задължава управляващите органи да предоставят информация за оперативните програми, операциите и съфинансираните проекти. Регламентът налага създаването на комуникационен план за всяка оперативна програма, който трябва да съдържа стратегия, определяне на целеви групи, планиране на мерки за информация и комуникация, индикативен бюджет, определяне на административни звена, отговорни за прилагането на тези мерките за публичност, указания относно отразяването на информацията, ролята на оперативната програма и на Общността, както и действия за оценката, мониторинга и контрола по изпълнението на плана. Комуникационните планове се одобряват от Комисията.

Информационните събития трябва да бъдат планирани, организирани и оценени, и периодично докладвани на Комитетите за наблюдение. За всяка програма трябва да се

разработи комуникационна стратегия за изпълнение на две цели. От една страна, информиране на широката общественост относно подкрепата по Структурните фондове ще гарантира максимално ефективното използване на средства по програмата, като същевременно ще се предлагат равни възможности на всички потенциални бенефициенти. От друга страна е важно да се отправи посланието, че Общността и България:

- работят съвместно за благото на регионите и групите в неравностойно положение;
- преследват общи цели (целите на фондовете);
- обединяват своите финансови ресурси.

Широката общественост трябва да бъде информирана за осъществените дейности и постигнатите резултати по прилагането на структурната политика. Прозрачността по отношение на усвояването на средствата е от изключително значение за всяка страна – член на Общността. Обществото трябва да бъде запознато с тази политика, която има огромен принос за европейската икономическа и политическа интеграция, като чрез тях допринася за мира и стабилността в Европа.

Регламент (ЕО) № 1828/2006 от 8 декември 2006 година, определя целите на комуникация, основните целеви групи и съдържанието на посланията, които ще бъдат отправени към широката общественост. В него са изброени задълженията на държавите членки, като най-важните от тях са комуникационните планове, оценката на дейностите по изпълнението им и осигуряването на прозрачност относно процеса по отпускане на средства.

Регламентът указва основните елементи, които Управляващият орган трябва да прилага в съответствие с регионалната и национална специфика, като разработи собствена комуникационна стратегия. Съгласно член 5 ал.2 на регламента: „Управляващият орган трябва да осигури на потенциалните бенефициенти ясна и подробна информация най-малко за следното:

- условията за кандидатстване с проекти по ОП;
- описание на процедурите за оценка на проектните предложения;
- критериите за избор на финансираните операции;
- органите на национално, регионално и местно равнище, където може да бъде предоставена информация по ОП.

Бенефициентите по оперативните програми също са натоварени с отговорности. Управляващият орган трябва да гарантира, че тези отговорности се спазват и да насърчи бенефициентите да бъдат информирани по отношение на своя принос за ефективното изпълнение на проектите. Тяхната дейност представлява неоспоримо доказателство, че структурната политика, инструмент на европейската солидарност, не само съществува, но и дава резултати. Поради тази причина Управляващият орган трябва да въвлече бенефициентите в изпълнението на дейностите по информация и публичност на програмата.

Регламент № 1828/2006 препоръчва на Управляващият орган да разпространява информацията съвместно с поне един от следните субекти - местни и общински власти, икономически и социални партньори, организации, представляващи бизнеса, професионални и търговски организации, НПО, образователни институции, информационни центрове на ЕС, както и делегациите на ЕК в съответната държава. Това сътрудничеството ще осигури разпространението на добри практики и ще привлече обществен интерес по отношение на информационните комуникационни дейности.

Регламентът задължава Управляващия орган да популяризира дейностите по програмата, като същевременно информира широката общественост за приносът на Европейската общност. Комуникационният план цели да инициира този процес и успешно да го реализира.



### ***Ролята на Европейския Съюз: споделена отговорност***

Понякога информационните дейности не успяват да отразят приноса на Европейския Съюз, ограничавайки го в ролята на съфинансиращ орган. Процесът на финансиране не поставя завършек, а по-скоро следва обща стратегия за развитие на национално и на общностно ниво. Тази съвместна дейност е основен елемент на структурната политика.

Изискванията за информация и публичност на ЕС, относно всички съфинансирани от Общността проекти са неразделна част от оперативните програми. Основна цел на информационните събития е нарастването на обществената осведоменост и осигуряване на прозрачност за действията на ЕС, както запознаването на потенциалните бенефициенти и широката общественост с възможностите за финансиране по програмата.

Управляващият орган гарантира, че по всеки договор за безвъзмездна финансова помощ, финансиран по ОПРР, са спазени изискванията за информация и публичност са изпълнени.

В допълнение на това, Управляващият орган ще съблюдава:

- съгласуваност с приетите разпоредби, които се отнасят за дейностите по информация и публичност;
- информацията за предприетите информационни дейности и резултатите от тях, подкрепени с подходящ доказателствен материал, като фотографии, статии, и др., се представят пред Комитета за наблюдение на програмата;
- Комисията получава адекватна информация в годишния доклад по изпълнението на програмата, във връзка с дейностите по информация и публичност на УО;
- Медиите да са изчерпателно осведомени относно напредъка на програмата.

Управляващият орган информира Комитета за наблюдение на ОПРР относно:

- (а) Комуникационния план и напредъка по изпълнението му;
- (б) реализираните дейности по информация и публичност;
- (в) използваните средства за комуникация.

### ***Глава 4: Анализ на настоящата ситуация***

Подготовката за приемане на България в Европейския съюз беше свързана предприемането на мащабна комуникационна кампания за информиране на българските граждани, относно институционалната организация, визията и политиката на Общността и възможностите за финансиране по Структурните фондове за подпомагане развитието на страната и регионите. Проучване на ПРООН от 2006 г. сред областните и общински власти, бизнеса и НПО, озаглавено “Готови ли сме за фондовете на ЕС”, показва, че въпреки стремежа на Европейската Комисия и българското правителство да информират обществото за дейността на ЕС, българските общини смятат, че са по-малко подготвени за усвояване на средствата па Структурните фондове в сравнение с 2004 г.

В същото време голяма част от представителите на местните власти изразяват мнение, че са получили достатъчно обща информация, а само 23% – че притежават достатъчно знания по отношение на възможностите за кандидатстване с проекти по оперативните програми. Като най-недостатъчна е посочена информацията във връзка с разпоредбите и конкретните правила на фондовете, както и на начина на работа и управление на средствата от ЕС в България.

Най-големи затруднения се срещат при поднасянето на информацията на ясен и разбираем език. В сравнение с 2004 г. търсенето на информация относно Структурните фондове чрез електронни и печатни медии остава почти непроменено, докато интересът към информацията, публикувана в интернет и различни видове обучения преобладава и значително нараснал.

Според проучване за готовността за усвояване на Структурните фондове, направено от МБМД през март 2007 г., както неправителствените организации, така и местните власти изразяват твърдо своето намерения да кандидатстват за средства от ЕС (82% от НПО и 67% от местните власти). Проучването представлява част от проведената информационна кампания на Министерството на финансите “Бъдете активни”. От интервютата с потенциални бенефициенти става ясно, че те виждат основните препятствия за усвояване на Структурните фондове в България в липсата на практическа информация (62%), тежките бюрократични процедури (48%) и липсата на опит в разработването на проекти (26%). Според 65% от местните власти и 61% от НПО България подготвена усвояване на средствата от ЕС. Тези цифри илюстрират положителните очаквания на българското общество.

Проучванията, проведени досега, показват, че потенциалните бенефициенти се нуждаят от по-целенасочена и актуална информация за практическите аспекти при усвояването на СФ в България и по-конкретно за процедурите за кандидатстване, възможностите за финансиране, подготовката на проекти и т.н.

Дейностите свързани с процесите на информираност и публичност, на УО на ОПРР, започнаха да се осъществяват. През есента на 2006 г. бе проведена интензивна информационна кампания, чрез която потенциалните бенефициенти в 6-те района на планиране бяха запознати с приоритетите и дейностите по програмата. ОПРР, както и разпоредбите и правилата за кандидатстване са представени многократно на широката общественост – семинари, информационни сесии, организирани от различни заинтересованите страни (НСОРБ, ФРМС и др.).

От данните представени по-горе може да се направи следния анализ на настоящата ситуация:

Силни страни	Слаби страни
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Политически и обществен консенсус относно целите на България за развитие като пълноправен член на ЕС;</li> <li>– Осъществен е напредък по отношение на установяването на ефективни комуникационни канали, които могат допълнително да се разработят и децентрализират за целите на Комуникационната стратегия по ОПРР;</li> <li>– Създадени са регионални центрове и НПО, които работят в сътрудничество помежду си;</li> <li>– Създадени са регионални отдели към УО и шестте района на ниво NUTS II, които функционират добре и притежават капацитет за управление и усвояване средствата по ОПРР;</li> <li>– Изградена е ясна структура на УО, за целите на програмиране, изпълнение, мониторинг и оценка на ОПРР, както и дейностите за информация и публичност;</li> <li>– Налице са специалисти и експертни звена в правителствения и неправителствен сектор, които работят и могат да вложат уменията си за целите на ОПРР и Комуникационната стратегия;</li> <li>– Регионите и общините притежават необходимия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Недостатъчно доверие от страна на обществото и бизнеса по отношение на капацитета на държавния административен апарат и липса на желание за сътрудничество.</li> <li>– Слаба информираност по отношение на европейските стандарти и санкции;</li> <li>– Комуникационните канали са все още твърде централизирани, не е достатъчна информация по региони и места;</li> <li>– Липса координация между комуникационните канали;</li> <li>– Липса на утвърдена комуникация с неправителствени и браншови организации, извън национално представените, които обаче имат интерес и желание да работят с правителството;</li> <li>– Липсата на практически умения за подготовка на проекти на потенциалните бенефициенти по ОПРР;</li> <li>– Наличната комуникационна мрежа – бюлетините и интернет страниците – не се използват достатъчно ефективно. Те предлагат много малко възможности за участие от страна на гражданите;</li> <li>– Публичното обсъждане относно усвояването на</li> </ul>

Силни страни	Слаби страни
<p>капацитет и подготовка за усвояване на европейските фондове;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Налице е повишен интерес към целите и проблемите, които могат да бъдат постигнати и разрешени посредством оперативната програма;</li> <li>– Съществува силен интерес от страна на неправителствени и браншови организации по отношение на икономическо, социално и културно развитието на регионите;</li> </ul>	<p>средствата от ЕС е недостатъчно и не се води на разбираем език.</p>
Възможности	Заплахи
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Стимулиране на интереса към оперативните програми от страна на широката общественост;</li> <li>– Насърчаване на активността на потенциалните бенефициенти за кандидатстване с проектни предложения по Оперативна програма „Регионално развитие“;</li> <li>– Достъпни и ефективни канали за комуникация, посочени като предпочитани от потенциалните бенефициенти и широката общественост;</li> <li>– Осигуряване на прозрачност при разпределението, отпускането и усвояването на средства по оперативната програма;</li> <li>– Подобряване на механизмите за координация в процеса на усвояване на средствата от фондовете в регионите.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Недоверие от страна на потенциалните бенефициенти и широката общественост относно прозрачността на финансирането на проекти по оперативните програми;</li> <li>– Разочарование от страна на потенциалните бенефициенти, поради бавни и сложни процедури;</li> <li>– Завишени очаквания за ефекта за въздействието на средствата от ЕС върху българската икономика;</li> <li>– Голямо текучество на квалифицирани служители;</li> <li>– Липса на достатъчно опитни служители на местно ниво;</li> <li>– Недостиг на достатъчна и точна информация за широката общественост и потенциалните бенефициенти.</li> </ul>

Оперативна програма „Регионално развитие“ има за цел да укрепи целия капацитет на регионите, така че влягането на средствата от европейските фондове да има максимално въздействие на местно ниво. Комуникационната стратегия трябва да представи приоритетите на ОПРР за периода 2007- 2013 г. по ясен и достъпен начин и да ги сведе до знанието на държавно, общинско, обществено и икономическо ниво, така че обществото като цяло да вложи своя принос за развитието на регионите. Българските граждани трябва да притежават ясна представа за целите и ползите от дейността на ОПРР, да се убеди в тяхната значимост и приложимост.

## Глава 5: Цел

### 5.1. Основна цел

**Основната цел на Комуникационния план на ОПРР е повишаване на обществената информираност за ЕФРР и ОПРР през периода 2007-2013 г., привличане на обществен интерес, насърчаване към участие с проекти, разясняване на възможностите и ползите от приоритетите по програмата, осигуряване на прозрачност и откритост при нейното изпълнение.**

Комуникационният план на ОПРР трябва да гарантира, че усвояването на подкрепата, предоставена от Европейския фонд за регионално развитие за периода 2007-2013 г., е извършено в съответствие с принципите за достъпност и прозрачност пред широката общественост, потенциалните и настоящи бенефициентите и всички заинтересовани страни. Планът има за цел да допринесе за по-добрата осведоменост на обществото относно положителната роля, която играе Политиката на сближаване на Общността.

Основна цел на документа е да предостави информация на целевите групи на местно ниво относно националните приоритетите и да ги призове към действие, като се отчитат нуждите

и спецификата на съответния регион. Комуникационният план се стреми да насърчава общуването и сътрудничеството между различни местни структури (местни власти, браншови организации, икономически организации, обществени сдружения, НПО и др.), и да подобри взаимодействието им с органите на национално ниво.

## **5.2. Специфични цели**

Основната цел на Комуникационния план ще бъде постигната чрез следните специфични цели:

### **1. Привличане на обществения интерес и повишаване на обществената информираност за обхвата, целите и резултатите по ОПРР и за приноса на Общността.**

Тези дейностите са насочени към широката общественост. Стремешът е да се съсредоточи общественият интерес върху съдържанието на програмата, нейното изпълнение и резултати.

### **2. Засилване на интереса на потенциалните бенефициенти по ОПРР, информирането им за възможностите за финансиране, предоставени от ЕФРР и разясняване на критериите за допустимост на програмата.**

Този специфична цел предполага използването на подходящи средства за стимулиране на интереса на потенциалните бенефициенти по ОПРР с оглед на възможностите, които предоставя програмата, и подпомагането им в подготовката на качествени проектни предложения.

### **3. Запознаване на бенефициентите по програмата с отговорности им при изпълнението на проекти по ОПРР, включително задълженията им за информация и публичност, свързани с реализирането на тези проекти.**

Този цел ще подпомага изпълнението на проектите по ОПРР чрез прилагане на навременна, организирана и висококачествена комуникация.

Дейностите, включени в Комуникационния план на ОПРР, трябва да осигурят:

- прозрачност при изпълнението на програмата за всички целеви групи и заинтересовани страни;
- положителна обществена нагласа за инициативите на Европейския съюз, осъществявани в сътрудничество с българските институции;
- необходимата информация за потенциалните бенефициенти относно обхвата и съдържанието на програмата, обявяването на покани за набиране на проектни предложения, критериите за допустимост на проектите, етапите за оценка на проектите предложения и времевите им срокове, съответните процедури и др.;
- разбиране от страна на бенефициентите относно задължения им по изпълнението на проектите, включително и отговорностите им за осигуряване на информация и публичност.

**Глава 6: Целеви групи**

Дейностите по Комуникационния план са насочени към три основни целеви групи:

ЦГ 1	Вътрешна целева група
ЦГ 2	Външна целева група
ЦГ 3	Целева група на медиаторите

**6.1. ЦГ 1: Вътрешна целева група - включва следните структури към Министерството на регионалното развитие и благоустройството и държавната администрация:**

- Управляващ орган на ОПРР – Главна дирекция „Програмиране на регионалното развитие”, Министерство на регионалното развитие и благоустройството
- Регионалните отдели към Главна дирекция „Програмиране на регионалното развитие”, разположени в центровете на шестте района на ниво NUTS II;
- Държавни служители и ръководители, пряко ангажирани с управлението на ОПРР;
- Служители на Министерство на регионалното развитие и благоустройството;
- Членове на Комитета за наблюдение на ОПРР;

**6.2. ЦГ 2: Външна целева група**

**6.2.1. Широката общественост и социално икономическите партньори**

Тази целева група обхваща цялото българско общество. Дейностите по информация и публичност, насочени към нея, имат за цел да изградят доверие у гражданите и спомогнат за осъзнаването на приноса на Общността за развитието на родните им градове и села. Българската общественост и социално икономическите партньори следва да насърчават общинските администрации в подготовката на проекти по ОПРР. Ето защо Управляващият орган трябва да предоставя ясна и разбираема информация за дейностите по програмата и за възможностите за финансиране.

Комуникационният план обръща специално внимание на групата на социално икономическите партньори, представени от организации на работниците, служителите и работодателите. През последните години се отбелязва важната им роля за определяне и променяне на обществените нагласи по различни теми. Поради влиянието, което са способни да оказват, Управляващият орган трябва да подходи към тях стратегически, като изгради убеждение за положителната роля на приноса от ЕС.

**6.2.2. Потенциални бенефициенти – общини, неправителствени организации и конкретни бенефициенти**

Най-голямо значение в тази целева група се отдава на представителите на местната власт - **общините**. Те са сред най-важните потенциални бенефициенти с оглед обхвата и насоката на програмата, от което следва, че трябва да бъдат мотивирани и насърчавани за участие с проекти. До момента органите на местното самоуправление са добре осведомени за основната цел на ОПРР, нейните приоритети и критерии за допустимост за финансиране. Всички представители на местната власт трябва да са наясно с огромното значение на дейностите, свързани с изпълнението на ОПРР на местно и регионално ниво. Прилагането на

мерките по информация и публичност ще бъде насочено към следните представители на целевата група:

- ръководни представители на общините;
- общински администрации;
- общински здравни институции;
- общински институции за социални грижи;
- общински транспортни компании;
- общински образователните институции;

**Неправителствените организации** са едновременно вероятни партньори на общините, така и потенциални бенефициенти. Опитът от предприєдинителните фондове показва, че неправителственият сектор често насърчава инициативи и създава идеи, като подтиква общините към тяхното осъществяване. Ето защо те трябва да бъдат не само информирани за програмата, но и насърчавани да участват с проектни предложения. Комуникационните дейности ще бъдат насочени към неправителствените организации, предоставящи образователни, социални, културни услуги, туристическите сдружения и сдруженията на общините.

**Конкретните бенефициенти** по ОПРР са структури на държавната администрация - министерства, агенции и други държавни органи. Техните задължения и финансово разпределение са предварително определени. Те трябва да бъдат мотивирани и стимулирани при изпълнение на отговорностите им по отношение на дейностите за информация и публичност.

**Изпълнителите на проекти** трябва да бъдат добре запознати с възможностите за финансиране по ОПРР в съответствие с изискванията и правилата на програмата, с цел да се постигнат положителни резултати и да бъдат създадени качествени проектни предложения.

### 6.2.3 Бенефициенти

Бенефициентите по ОПРР са най-важните представители сред останалите целеви групи, които могат да осведомяват обществото и да формират положителната му нагласа като разпространяват резултатите от проектите по програмата. Осъществяването на конкретна идея, задоволяването на потребност, извършването на инвестиция с помощта на средства по ОПРР, са дейности от значение за населението на дадено населено място, които могат да осигурят широка обществена подкрепа. С получаването на безвъзмездна финансова помощ по програмата бенефициентите поемат отговорност за изпълнението на дейности по информация и публичност на проектите си. Управляващият орган трябва да им разясни в какво се състоят задълженията им като им дава указания и насоки за прилагане на мерките на ЕС за информация и публичност и организирането на обучения.

### 6.3. ЦГ 3: Медиатори

За да бъде успешна комуникация по оперативната програма, е необходимо да се обособена **целевата група на медиаторите**, които на практика ще бъдат основните партньори на Управляващия орган при осъществяване на информационните дейности. Към тази целева група можем да причислим представители на следните структури на гражданското общество:

- търговски и професионални организации, икономически и социални партньори;
- неправителствени организации;
- средствата за масово осведомяване, журналисти;

- избрани представители на регионално и местно ниво, лидери на общественото мнение, политици, информационни служби в рамките на министерства и общини, когато публичните институции са в ролята на бенефициенти по оперативната програма;
- отделът в структурата на УО, който отговаря за мерките за информация и публичност.

Средствата за масово осведомяване като вестници, телевизии и радиа не случайно са наричани четвърта власт, тъй като могат да влияят и формират нагласите на обществото, да ги променят в една или друга посока. До момента тази целева група е била подробно информирана за процесите на подготовка и стартиране на програмата. Интересът на пресата е насочен предимно към размера на финансовите средства, тяхното разпределение и по какъв начин ще бъдат изразходвани. У медиите трябва да се изгради убеждението, че ОПРР, нейните цели и приоритети предоставят най- добрите възможности на българските граждани. Основна цел на Комуникационния план е да привлече пресата „на наша страна“, като по този начин тя допринася за успешната реализация на програмата .

Съществува предубеждение, че журналистите винаги търсят лошите новини, тъй като това им осигурява основно място на новинарските страници или в програмите на телевизионните програми и радиопредавания. Рационалният подход към медиите изисква те винаги да бъдат снабдени с достатъчно информация, да бъдат редовно осведомявани за напредъка по програмата не само по тяхно поискване. Този начин на отразяване на успешното изпълнение на ОПРР изглежда по-ефективен по отношение на журналистите.

## **Глава 7:      Комуникационна стратегия**

Като се вземат предвид анализа на ситуацията, нормативната уредба по отношение на Структурните фондове, информационната и рекламната стратегия на ОПРР, Управляващият орган трябва:

- да разпространява основните цели, приоритети, операции, правилата и критериите за съответствие и допустимост за кандидатстване по програмата, да осигурява равен достъп до информация на всички, които биха могли да се заинтересуват;
- да разпространява информация относно възможностите за съвместното (на ЕС и национално) финансиране при изпълнението на дейности по програмата в общини и региони, подробно разписване на разпределението на средствата по отделните операции;
- да извършва посещения на място, така че да запознае гражданите с възможностите и очакваните резултати в конкретните региони от усвояването на средствата от ЕС;
- да насърчи публичното обсъждане по приоритетни въпроси относно политиката за регионално развитие на страната;
- да провежда информационни кампании за всички целеви групи чрез средствата за масово осведомяване – радио, телевизия, вестници;
- да използва съвременни информационни технологии за осигуряване на актуална информация за оперативната програма, до които макар и малка част от населението няма достъп;

- да провежда разяснителни мероприятия и пресконференции с представители на средствата за масово осведомяване, с оглед разпространението на информация за програмата;
- да осведомява на ясен и достъпен език, разбираем за широката общественост, като се избягва употребата на специализирана терминология.

За да бъде разпространена информацията за оперативната програма по ефективен начин, Управляващият орган трябва да провежда разяснителни кампании, обучения и семинари с помощта на регионалните отдели във всеки район за планиране. Информацията по отделните обявени схеми за предоставяне безвъзмездна финансова помощ има за цел да привлече местните и регионални власти.

Набелязаните насоки за осведомяване на всички целеви групи ще бъдат следвани чрез **комуникационни методи и канали** за изпълнение на дейностите, осигуряващи информация и публичност на цялата общественост.

За да се достигне до целевата аудитория е необходимо не само да и бъде предоставена достъпна и подробна информация. Основните послания, отправени към най-важните целеви групи трябва да бъдат разработени, така че да отговарят на техните интереси. Основната аудитория на ОПРР обхваща потенциалните и крайните бенефициенти, общините и широката общественост.

Основното послание през целия период 2007-2013 ще изглежда по следния начин:  
**Оперативна програма „Регионално развитие”: Инвестираме във вашето бъдеще.**

## **Глава 8: Комуникационни методи и канали. Дейности за постигане на целите**

За осъществяване на целите на Комуникационния план се прилагат разнообразни комуникационни методи за отделните целеви групи. Изборът на подходящи информационни дейности, методи и канали зависи от спецификата на целевите групи, техните очаквания и нагласи. От голямо значение е да се използват средства, посредством които съществува най-голяма вероятност посланието да въздейства по подходящ начин върху избраната аудитория. Дейностите са насочени в три основни направления:

- осведомяване на целеви групи за възможностите, които предоставят Структурните фондове и ОПРР;
- отчитане на постигнатите резултати от дейностите, финансирани със средства по ОПРР, да бъдат разпространявани като добри практики и средство за обмяна на опит;
- отчитане на приноса на ЕС за достигане на целите на програмата - подобряване качеството на живот, създаването на условия за развитие на конкурентна икономика и устойчиво развитие на регионите.



### 8.1. Комуникационни канали

Каналите за комуникация, насочени към целевите групи, описани в глава 6, са следните:

<b>Представители на целевите групи</b>	<b>Комуникационни канали</b>
<b>Вътрешна целева група</b>	официална кореспонденция, кореспонденция по електронна поща, лични контакти и неформална комуникация
<b>Външна целева група</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>потенциални и крайни бенефициенти (общини, държавни институции като конкретни бенефициенти, сдружения с нестопанска цел и др.)</li> </ul>	съобщения за печата, уеб страница, кореспонденция по електронната поща, медии
<ul style="list-style-type: none"> <li>широката общественост</li> </ul>	медии, билбордове, електронни страници, обяснителни табели, публични събития, печатни издания
<ul style="list-style-type: none"> <li>централни, регионални и местни органи на властта и други външни потребители</li> </ul>	електронна кореспонденция, уеб страница, медии
<ul style="list-style-type: none"> <li>изпълнители на проекти</li> </ul>	медии, уеб страница, електронна кореспонденция
<b>Целева група на медиаторите</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>търговски и професионални организации, икономически и социални партньори</li> </ul>	съобщения за печата, медии
<ul style="list-style-type: none"> <li>неправителствени организации</li> </ul>	съобщения за печата, медии
<ul style="list-style-type: none"> <li>средствата за масово осведомяване, журналисти</li> </ul>	електронна кореспонденция, съобщения за печата, брифинги, пресконференции, електронна страница
<ul style="list-style-type: none"> <li>избрани представители на регионално и местно ниво, лидери на общественото</li> </ul>	медии, кореспонденция по електронната поща, електронна страница

мнение, политики	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• информационни служби в рамките на министерства и общини, когато публичните институции са в ролята на бенефициенти на ОП</li> <li>• отделът в структурата на УО по програмата, който отговаря за мерките за информация и публичност</li> </ul>	съобщения за печата, медиите, кореспонденция по електронната поща, електронна страница

## 8.2. Комуникационни методи за привличане на интереса на целевите групи

### 8.2.1. Медийни кампании

Основните информационни събития, които ще имат за цел да осведомяват широката общественост и да привлекат вниманието и интереса на потенциалните бенефициенти са:

- **Пресконференции** за мащабни мероприятия и важни събития (стартиране на програмата, годишен обзор на напредъка по ОПРР и др.):
  - Пресконференция във връзка със стартиране на програмата. Мащабно информационно събитие бе проведено едновременно в столицата, на централно ниво и по райони на ниво NUTS II след получено одобрение на програмата от Европейската комисия на 05.11.2007 г. За първи път официално е представена ОП „Регионално развитие” 2007-2013 г. с обща информация за петте приоритетни оси, операции и възможностите за финансиране. Събитието е предназначено както за потенциални бенефициенти, заинтересовани страни, така и за широката публика;
  - Годишна пресконференция. Всяка година се организира годишна пресконференция, на която Ръководителя на Управляващия орган представя напредъка по програмата;
  - Заключителна пресконференция. Мащабно информационно събитие ще бъде проведено във връзка със закриването на ОП „Регионално развитие” 2007-2013 г. На мероприятието ще бъде представено развитието на програмата от самото начало, напредъка и постигнатите резултати, успешни проекти и добри практики.
- **Съобщения** и обзори за медиите, включително изчерпателна информация по конкретни теми, снимки, обзор на програмата, най-добри практики, обзор на търговете за кандидатстване;

- **Съобщенията за медиите** ще бъдат средство за осведомяване на публиката относно дейностите и постиженията, най-вече във връзка с обявите за търгове и възлагане на проекти;
- **Брифинги (кратки пресконференции)**, оказване на съдействие на журналисти при разработване на задълбочени материали за програмата;
- **Семинари за журналисти** – тъй като представителите на медиите не са задължени да притежават необходимия опит и знания за дейността на Управляващия орган, те трябва да бъдат редовно информирани, за да не се чувстват държани в изолация, което може да доведе до негативни последици. Правилният подход е журналистите и редакторите да бъдат привлечени “на наша страна”, което може да бъде гаранция за създаване на положителен образ на Управляващия орган в средствата за масово осведомяване;
- Обучения за бенефициенти и потенциални бенефициенти;

### **8.2.2. Печатни издания**

Управляващият орган ще предоставя голямо разнообразие от печатни издания. Първоначално ще бъде представена обща информация за програмата, като в последствие тя ще бъде допълвана и обогатявана. Печатните издания включват брошури, диглани, обосновки, указания и копия на основни документи.

### **8.2.3 Интернет информация**

#### **8.2.3.1 Електронна поща, кореспонденция**

Тя ще бъде основно средство за редовно предоставяне на актуална информация за оперативната програма, включително за европейските Структурни фондове, формуляри за кандидатстване, указания, често задавани въпроси, прегледи на печата, информация за одобрени проекти, обяви за търгове и насоки за прилагане на мерките за информация и публичност.

#### **8.2.3.2 Интернет страница**

Уеб страницата на ОПРР е разработена, за да предоставя актуална информация на широката общественост, посредством която основните послания на програмата могат да достигнат до българските граждани. На страницата е публикувана информация за:

- ОПРР;
- насоките за кандидатстване;
- документи за кандидатстване;
- разяснителни бележки;
- документи на Комитета за наблюдение;
- съобщения за печата;
- одобрени проекти;
- списък на бенефициентите по ОПРР, наименование на схемата и стойността на безвъзмездната финансова помощ;
- възможност за подаване на сигнали за нередности;
- насоките за осъществяване на мерките за информация и публичност;
- архив с добри практики;

- указания към бенефициенти за изпълнение на договори; финансово управление, контрол и мониторинг; обществени поръчки;
- въпроси и отговори по отворени схеми.

Интернет страницата на програмата е интерактивна и достъпна за потребителите. Всеки от потенциалните бенефициенти може да открие в нея виртуално пространство с информация, която отговаря на неговите търсения. Електронният адресът на страницата е [www.bgregion.eu](http://www.bgregion.eu).

Официалното активиране на интернет страницата на програмата беше свързано с провеждането на мащабна рекламна кампания, която имаше за цел да я популяризира. Привличането на повече потребители може да бъде постигнато посредством поставянето на банери в посещавани интернет сайтове, които да осъществяват връзка със страницата на ОПРР. Всички потребители на интернет страницата ще трябва да се регистрират. По този начин страницата ще поддържа голяма по обем контактна информация за всички потребители, които имат отношение към оперативната програма.

### 8.3. Комуникационни методи за отразяване на приноса на ЕС за достигане на целите на ОПРР за развитието на българските региони

#### 8.3.1. Визуално изображение

- Създадено е **лого** на ОПРР, което отразява приемственост между всички оперативни програми, но съдържа и уникални елементи, които улесняват идентифицирането на програмата. За информационни и рекламни цели Управляващият орган, бенефициентите и изпълнителите на проекти са задължени да използват следното лого:



- Разработени са **насоки за осъществяване на мерките за информация и публичност** (Приложение 1 към Комуникационния план), които дават пояснения на бенефициентите за задълженията им по всеки проект в съответствие с насоките на ЕС.
- **Поставяне на Европейското знаме** за една седмица, считано от 9 май, пред седалищата на управляващите органи.
- Публикации относно **приноса на ЕС**.

При изпълнение на договорите по програмата, широката общественост трябва да бъде запозната с приноса на ЕС. Това ще бъде постигнато по следния начин:

- използване на логото на ОПРР;
- използване на флага на Европейския съюз и логото на Европейския фонд за регионално развитие;
- използване на сигнатури съгласно изискванията на ЕС;

- прилагане на насоките за осъществяване на мерките за информация и публичност;
- използване на рекламни и медийни средства за популяризиране на програмата (печатни издания, интернет, видео, радио и телевизия);
- процедури за поддържане на медийни контакти, методи за действие в кризисни ситуации;
- осведомителни кампании, предназначени за представяне на програмата пред различни групи, общности или отрасли;
- рекламни и информационни дипляни и постери с цел привличане на широка аудитория;
- проучване и разработване на статии, публикации и интервюта;
- обучения за изпълнителите на проекти и служителите, които се занимават с изпълнението на програмата;
- използване на шаблони на съобщения за печата и механизми за отразяване на информация в медиите;
- използване на рекламни кампании за отразяване на напредъка по програмата;
- постоянни обяснителни табели;
- билбордове;

Подобна информация може да бъде намерена в Приложение 1 към този Комуникационен план. Билбордовете се отстраняват не по-късно от шест месеца след приключване на работата по проекта и се заменят от постоянни обяснителни табели.

- други публикации (брошури, бюлетини, дипляни).

Брошури, бюлетини, дипляни трябва да бъдат изработвани в зависимост с изискванията на ЕС за визуално изображение.

Публикациите за проекти трябва да съдържат изображение с флага на ЕС на първа страница.

#### **8.4. Информационни методи за разпространение на резултатите от изпълнението на проекти по ОПРР**

##### **8.4.1. Годишно мероприятие за отчет на постиженията по ОПРР**

Ежегодно ще се провежда годишно отчетно мероприятие, на което ще се прави обзор на постигнатото от Управляващия орган по изпълнението на оперативната програма. На конференцията ще бъдат канени представители на Управляващия орган, изпълнителната власт, органите на местно самоуправление, медии и бенефициенти.

##### **8.4.2. Задължения на бенефициентите**

Бенефициентите по програмата ще бъдат задължени да организират най-малко две информационни събития за стартирането и приключването на всеки изпълняван проект. Това ще бъде изискване за всички проекти на стойност над 10 000 евро. Събитията трябва да съответстват на мащаба на проекта. **Тяхното финансиране трябва да бъде предвидено в неговия бюджет.**

##### **8.4.3. Информационна мрежа на неправителствените организации**

В много неправителствени организации членуват представители от различни сфери на дейност – общини, бизнес организации или други неправителствени организации. С тяхно

съдействие може да бъде разпространявана важна информация относно изпълнението на програмата, която да достигне до различни заинтересовани страни.

#### 8.5. Дейности, предвидени за различните целеви групи

Информационната и рекламната кампания ще бъде планирана въз основа на анализа на вече извършените дейности за популяризиране на приноса на ЕС, имайки предвид силните и слабите страни на кампанията. За всяка целева група са набелязани мерки, които ще бъдат изпълнени чрез определени дейности.

За да бъдат постигнати целите на Комуникационния план по набелязаните мерките ще бъдат осъществени следните **дейности**:

Дейности	Цели	Обекти	Компетентни институции
Вътрешна комуникация Работни срещи и дискусии Обучения	По-добра осведоменост и координация на работа по ОПРР	Вътрешна целева група	Управляващ орган
Създаване на уеб страница на ОПРР Организиране на информационни събития Организиране на годишно информационно събитие за отразяване на напредъка по програмата	Насърчаване на прозрачността; разбиране на основните приоритети	Потенциалните бенефициенти Крайните бенефициенти Широката общественост	Управляващ орган
Актуализиране на уеб страницата на ОПРР Организиране на информационни дни на централно и местно ниво	Осведомяване относно възможностите, предлагани от ОПРР на всички потенциални бенефициенти	Потенциалните бенефициенти	Управляващият орган в сътрудничество с икономическите и социални партньори
Популяризиране на уеб страницата на ОПРР Организиране на информационни дни Разпространение на публикации	Информирание относно принципите и правилата на Структурните фондове, приложими за потенциални бенефициенти и изпълнители	Потенциалните бенефициенти Крайните бенефициенти	Управляващият орган съвместно със своите регионални отдели
Публикуване „он лайн” и в печатен вид на указания и процедури за кандидатстване по програмата	Предоставяне на изчерпателна информация за програмата	Потенциалните бенефициенти	Управляващият орган съвместно със своите регионални отдели

Публикуване "он лайн" и разпространение на печатни издания (брошури и дигитални )	Осведомяване на гражданите относно управлението на средствата по програмата, предоставяне на ясна и достъпна информация, отразяване на приноса на ЕС	Потенциалните бенефициенти Крайните бенефициенти Широката общественост	Управляващият орган съвместно със своите регионални отдели
Организиране и провеждане на семинари Разпространение на Процедурния наръчник за управление и изпълнение на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013	Създаване на комуникационен канал, които да предоставя подходяща информация, така че да бъдат изготвени качествени проектни предложения	Потенциалните бенефициенти	Управляващият орган, неговите регионални отдели и международни органи
Популяризиране на уеб страницата на ОПРР Организиране и провеждане на информационни дни Разработване и разпространение на насоки за осъществяване на мерките за информация и публичност	Запознаване на бенефициентите със задълженията им относно информационните дейности по проектите, финансирани със средства от Структурните фондове	Крайните бенефициенти	Управляващият орган съвместно със своите регионални отдели
Участие в телевизионни и радио предавания Провеждане на медийни кампании	Информирание относно правилата на програмата и Структурните фондове на регионално и местно ниво, така че дейностите и резултатите от изпълнените проекти да бъдат оценени от широката общественост	Широката общественост	Управляващият орган в сътрудничество с икономическите и социални партньори и с бенефициентите
Създаване на база данни за добри практики на уеб страницата на ОПРР Организиране на информационни дни	Подобряване качеството на информацията чрез популяризиране и разпространение на добри практики и постиженията по програмата	Потенциалните бенефициенти	Управляващият орган съвместно със своите регионални отдели
Организация на мащабно информационно събитие за закриването	Популяризиране на положителните резултати от инвестициите за	Широката общественост	Управляващият орган съвместно със своите регионални отдели

на ОПРР Публикуване и разпространение на печатни издания с имената на проектите и бенефициенти по програмата	прокарването на национални, регионални и местни стратегии		
Периодично осведомяване на медиите за организиране на информационни събития и оповестяване на резултати по напредъка на ОПРР (информационни, рекламни и медийни кампании, дискуссионни форуми)	Предоставяне на изчерпателна информация относно напредъка по програмата и усвояването на средствата от ЕС на национално, регионално и местно ниво	Медиаторите	Управляващият орган съвместно със своите регионални отдели

Всички информационни и рекламни събития трябва да бъдат осъществявани под ръководството на комуникационния екип (служители от отдел „Организационно развитие, информация и публичност” към Главна дирекция „Програмиране на регионалното развитие”).

## **Глава 9: Координация и отговорности**

### **9.1. Координация**

Екипът на УО трябва да поддържа тесни връзки с различни правителствени институции и други държавни органи като поощрява двупосочната комуникация. Този обмен на информация ще предостави повече възможности за популяризиране на дейностите по оперативната програма.

Създадена е Национална мрежа на служителите, отговарящи за изпълнение на мерките по публичност и информация на оперативните програми, чиято основна задача е да гарантира сътрудничество и партньорство между институциите, които управляват средствата на ЕС. Тя ще играе важна роля за установяването на добра комуникация и координация между всички планирани комуникационни дейности, както и избягването на припокриване и дублиране между планираните дейности по всички оперативни програми. В тази мрежа ще се обменият добри практики, ще се споделя опит и ще се определят средства за подобряване на осведомеността и прозрачността при усвояване на средствата от ЕС. Заседанията на тази мрежа ще се свикват на всеки три месеца.

### **9.2. Компетентни структури и отговорности**

**Управляващ орган на ОПРР, сектор „Информация и публичност”, отдел „Програмиране, оценка, информация и публичност”**



- Координира съвместно дейностите по отношение на информацията и публичността на централно и регионално ниво;
- Изпълнява Комуникационния план на ОПРР;
- Информира потенциалните бенефициенти и широката общественост за възможностите, предлагани по ОПРР;
- Информира широката общественост и популяризира ролята на ЕС относно средствата, отпуснати по ОПРР;
- Осъществява информационни дейности, свързани с напредъка по изпълнението на ОПРР;
- Организира и ръководи институционалните и междуинституционалните комуникационни дейности на служителите в УО, пресцентъра на министерството и структурите на другите оперативни програми, отговарящи за дейностите по информация и публичност;
- Координира и дава насоки на отдел “Изпълнение на програмните приоритети” по отношение на информационните и рекламни дейности на местно ниво;
- Планира рекламните и информационни кампании на ОПРР, изготвя финансови отчети за тяхното осъществяване;
- Взема участие в създаването на положителни послания, изказвания на ръководителите, статии, публикации и др.;
- Актуализира и допълва уеб страницата на ОПРР;
- Публикува материали, свързани с ОПРР – бюлетини, брошури, доклади и др.;
- Организира, провежда и ръководи пресконференции и брифинги, участва в телевизионни и радио предавания и дава интервюта;
- Информира медиите и широката общественост, и дава отговори на зададени въпроси;
- Изготвя отговори до Европейската Комисия и Комитета за наблюдение на ОПРР относно спазването и прилагането на изискванията по отношение на информацията и публичността;
- Съдейства при публикуването на обяви за търгове и съблюдава за спазването на правилата и критериите за подбор на проекти;
- Съблюдава спазването на изискванията на ЕС за визуално изображение при изпълнение на проекти, финансирани по ОПРР;
- Отговаря за организацията на информационните кампании и мероприятия (списък на адресатите, покани, местонахождение, срокове, снабдяване и документация) и предоставя информация за разпространение;
- Поддържа отношения и предоставя информация на медиите на централно и местно ниво;
- Разпространява информация за положителните резултати в следствие от изпълнени проекти, финансирани по ОПРР (в сътрудничество с бенефициентите);
- Спазва нормативната уредба на ЕС за информация и публичност;
- Изготвя Комуникационен план за действие;
- Координира, наблюдава и оценява информационните и рекламни дейности, провеждани от Регионалните съвети за развитие;
- Извършва проучване за осведомеността на широката общественост относно дейностите по програмата;
- Организира медийните брифинги;
- Провежда рекламната кампания по националните медии;
- Разработва рекламни материали за ОПРР, които се публикуват в национални и местни издания;
- Подготвя публикации (листовки, брошури, бюлетини);
- Разпространява логото на ОПРР;

Контактни лица:

1. Дияна Микова, началник на сектор „Информация и публичност”, отдел „Програмиране, оценка, информация и публичност”, Главна дирекция «Програмиране на регионалното развитие»

Тел. 9405 468

e-mail: DMikova@mrrb.government.bg

2. Цветелина Димитрова, главен експерт в сектор „Информация и публичност“, отдел „Програмиране, оценка, информация и публичност“, Главна дирекция „Програмиране на регионалното развитие“

Тел: 9405 466

e-mail: TsDimitrova@mrrb.government.bg

#### **Регионалните отдели на Главна дирекция „Програмиране на регионалното развитие“**

- Ще предоставят на бенефициентите изчерпателна информация за оперативната програма и процедурите за кандидатстване на регионално и местно ниво.

#### **Комитет за наблюдение**

- Наблюдава начина, по който се изпълняват мерките за информация и публичност, съдържащи се в Комуникационния план за действие;
- Осведомяване относно неговата дейност и постигнатия напредък по програмата.

#### **Секретариати на Съветите за регионално развитие (CPR)**

**Оказват съдействие на бенефициентите по отношение на изпълнението на техните задължения по информация и публичност в съответствие с чл. 8 от Регламент № 1828/2006 на Комисията като:**

- Извършват и наблюдават информационните и рекламни дейности на местно ниво;
- Взаимодействат с местните медии;
- Ръководят регионалните информационни и рекламни кампании;
- Помагат в подготовката и допълват информацията по проектните предложения.

Секретариатите на CPR са разположени в центровете на шестте района на ниво NUTS II.

**Основно задължение на бенефициентите е да популяризират приноса на ЕС за осъществяването на проектите, които допринасят за развитието на българските региони.**

### **Глава 10: Фази на изпълнение на Комуникационния план**

Комуникационният план ще бъде изпълняван на три етапа:

- Подготвителна фаза (подготовка за стартирането на ОПРР);
- Фаза на изпълнение - периодът на изпълнение на програмата до 2015 г.;
- Заключителна фаза (приключването на програмата и разпространение на постигнатите резултати).

#### **10.1. Подготвителна фаза (2007-2008)**

През тази фаза Комуникационният екип изготвя предварителна оценка въз основа на проучване за опита, придобит от предприєдинителния период на България и настоящите взаимоотношения с европейските институции. Предварителната оценка е последвана от съставяне на Комуникационен план за действие и от изграждането на вътрешна и териториална информационна мрежа.

С оглед създаването на вътрешна и външна информационна мрежа, комуникационният екип определя, осведомява и обучава служителите, отговорни за провеждането на информационни събития по програмата и контактните лица в регионалните отдели, относно изискванията за осъществяване на информационни и рекламни кампании.

## **10.2. Фаза на изпълнението (2007-2015 г.)**

Фазата на изпълнението включва следните етапи:

При стартирането на програмата, комуникационният екип:

- подготвя в сътрудничество с Постоянното представителство на Европейската Комисия в България аудио-визуална програма. Мероприятието се провежда едновременно в столицата и в центровете на шестте района на ниво NUTS II;
- подготвя и разпространява първите информационни публикации с помощта на регионалната информационна мрежа по време на самото откриване.

Следващият етап е от голямо значение за успеха на програмата. След първото публикуване на провежданите схеми за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ на оперативната програма, Комуникационният екип:

- организира информационни събития, на които се разясняват процедурите за кандидатстване и задълженията на бенефициентите за изпълнение на мерките по информация и публичност;
- публикува наръчник с правилата, които трябва да се спазват, когато се рекламират проектите, финансирани от ЕС;
- разпространява резултатите от изпълнението на одобрените проекти;
- изпраща периодични отчети на Комитета за наблюдение на ОПРР и на Европейската Комисията във връзка с изпълнението на информационните и рекламни дейности;
- поддържа непрекъсната връзка с медиите;
- избира подходящите мероприятия, на които да бъде представена информация за финансираните проекти по програмата;
- сътрудничи в информационната мрежа, поддържана от Комисията.

## **10.3. Заключителна фаза (след 2015г.)**

Заключителната фаза включва задължителни дейности, като заключителна кампания за разпространение на резултатите по програмата и обмен на добри практики. Този етап обхваща следните дейности:

- организация на голямо заключително мероприятие за разпространение на резултатите по ОПРР на централно и местно ниво;
- публикуване на брошури с информация за най-добри проекти финансирани, от Общността;
- разпространение на добрия опит;

- оценка на информационните и рекламни мероприятия за заключителния доклад за изпълнението на ОПРР.

## Глава 11: Мониторинг и оценка

За да се провери ефективността и ефикасността на всички информационни и комуникационни дейности, те трябва да се оценяват преди, по време на и след тяхното изпълнение. Напредъкът по изпълнението на Комуникационния план ще бъде наблюдаван от Комитета за наблюдение на ОПРР по време на целия програмен период и ще бъде оценяван в посока на постигане на заложените цели.

Наблюдението представлява системно и непрекъснато събиране, анализ и използване на информацията за целите на ежедневното управление и вземане на решения. Оценката е периодична и свързана с ефективността и въздействието на информацията, с оглед на заложените цели в ОПРР.

В съответствие с нормативните изисквания се изготвя отчет за оценката на информационните събития по отношение на прозрачността на предоставената информация, степента на познаване на оперативната програма от широката общественост и приноса на ЕС.

Чрез система от показатели за наблюдение, които се използват за качествена оценка на резултатите от изпълнението на основните дейности, на Комитета за наблюдение и на Комисията се изпраща периодична информация за изпълнението на Комуникационния план. По-долу са изброени избрани показателите за оценка на резултатите и продукта, които бяха одобрени за Оперативна програма „Регионално развитие”:

<u>Индикатори и цели</u>					
Вид индикатори	Индикатор	Мярка	Квантифициране		Източник на информация
			Базова стойност	Целева стойност	
Резултат	Степен на информираност на обществото	%	15%	40%	Социологическо проучване
	Посещения на сайта на ОПРР	брой	0	300 000	Online WEB брояч
	Брой жители, които са видели билбордовете и документалните филми на ОПРР	хил. бр.	0	2 000	Социологическо проучване
	Излъчвания на предавания в електронните медии (телевизия, радио, интернет издания)	брой	0	100	Медийно проучване
	Публикации в печатни медии	брой	0	60	Медийно проучване
	Дял на участниците в семинарите, които са увеличили своите познания	%	0	80%	Начално и финално проучване
Продукт					
	Поставени билбордове	брой	0	60	УО

Упътвания, брошури и ръководства отпечатани за нуждите на потенциалните бенефициенти	брой	2100	20 000	УО
Прес съобщения и брошури отпечатани за нуждите на медиите	брой	0	20 00	УО
Публикувани съобщения в Интернет страницата на ОПРР	брой	0	200	УО
Информационни събития (пресконференции, брифинги, работни срещи, семинари и др.)	брой	6	60	УО

За наблюдението и оценката на информационните и рекламни дейности са необходими:

- описание на основната позиция, информация относно нивото на познаване на дейността на ЕС преди и сега;
- мониторингова система за събиране на информация;
- задължение за извършване на формални оценки.

Информацията, свързана с познаването на различни аспекти на Структурните фондове и прилагането на различни комуникационни инструменти е част от предварителната оценка, извършвана през подготвителната фаза. На този етап също така се предвижда планирането на надеждна система за събиране на данни и обработка на информацията по методите, изброени в по-горната таблица. Оценката на въздействието и ефективността на програмата ще бъде включена в общата оценка, която ще бъде изготвена от външен експерт.

Освен количествените измервания, измерването на качествените параметри ще бъде осъществявано посредством използването на следните качествени показатели:

#### *Публикации:*

- атрактивност
- яснота на изказа
- баланс между текста и изображенията
- „онлайн” и „офлайн” електронни продукти
- лесна ползваемост
- лесен достъп

#### *Мероприятия:*

- качество на организацията
- ниво на участие в обсъждането
- професионализъм, яснота и времетраене на изказванията
- качество на разпространената документация
- степен на достъп до мястото на провеждане на мероприятиято

Комуникационният план подлежи на оценка. Комуникационният екип ще анализира успеха на всяка отделна комуникационна дейност. Това ще даде възможност на екипа да насочи

своите усилия към дейностите, които са доказано ефективни и ще даде възможност за подпомагане на бенефициентите.

Оценката трябва:

- да следи съдържанието на комуникациите;
- да отразява потребностите на аудиторията;
- да оценява дали изпратената информация е била получена и разбрана от целевата аудитория;
- да дава възможност за въздействие върху очакванията.

Предвижда се оценката да се състои по различно време и да бъде извършвана по различни канали, като:

- преглед на съобщенията по електронна поща;
- проучване сред служителите на Главна дирекция „Програмиране на регионалното развитие”;
- посещаемост на мероприятията;
- желание и ентузиазъм за бъдещо участие;

За да бъде успешно общуването, то трябва да бъде двупосочно. Комуникационният екип трябва да бъде в състояние бързо, професионално и ефективно да обработва, оценява и анализира новопостъпилата информация. У широката общественост трябва да се изгради доверие, а гражданите да бъдат уверени, че техните мнения се оценяват и взимат в предвид.

## **Глава 12: Годишен отчет за информация и публичност**

Годишните доклади и заключителният доклад за изпълнението на оперативната програма, предвидени в член 67 на Регламент (ЕС) № 1083/2006, ще включват следното:

- примери за информационни и рекламни дейности по ОПРР за изпълнение на Комуникационния план;
- разпоредби относно мерките за информация и публичност, съдържащи се в чл. 7 (Регламент № 1828/2006 на ЕК), а при необходимост електронния адрес, на който тези данни могат да бъдат намерени;
- основните изменения на Комуникационния план.

Годишният доклад за изпълнението на програмата за 2010 г. и заключителният доклад за изпълнението на ОПРР ще съдържат глава с оценка на резултатите от информационните и рекламни дейности от гледна точка на изискванията за прозрачност и осъзнаване на приноса на Общността.

Използваните средства за изпълнение, мониторинг и оценка на Комуникационния план ще бъдат пропорционални на информационните и рекламни потребности, изложени в Комуникационния план.

Дейност	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Организация на мащабно информационно събитие за откриването на ОПРР	X								

Създаване на уеб страница на ОПРР	X								
Организиране на информационни събития	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Организиране на годишно информационно събитие за отразяване на напредъка по програмата	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Актуализиране на уеб страницата на ОПРР					X				
Организиране на информационни дни на централно и местно ниво	X	X	X	X	X	X	X		
Популяризиране на уеб страницата на ОПРР	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Публикуване "онлайн" и разпространение на печатни издания (брошури и дигитални)	X	X		X	X	X	X	X	X
Участие в телевизионни и радио предавания	X	X	X	X	X	X	X	X	
Провеждане на медийни кампании					X	X	X	X	
Създаване на база данни за добри практики на уеб страницата на ОПРР					X	X	X	X	X
Периодично осведомяване на медиите за организиране на информационни събития и оповестяване на резултати по напредъка на ОПРР	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Семинари за журналисти					X	X	X		
Провеждане на мащабно изследване на въздействието на информационната кампанията – социологически проучвания и др.						X	X	X	

Връзки с медиите	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Изготвяне на годишен доклад за резултатите от информационните дейности по програмата	X	X	X	X	X	X	X		
Оценка за изпълнението на КП на ОПРР							X	X	
Организация на мащабно информационно събитие за закриването на ОПРР							X		

### Глава 13: Изменение на Комуникационния план

При разработването на Комуникационния план беше отбелязано, че той трябва представлява гъвкав и динамичен документ. При настъпване на непредвидени обстоятелства може да бъде изменян, а комуникационните дейности организирани по различен начин, с оглед достигане на поставените цели.

Съдържанието на Комуникационния план може да бъде изменяно от Управляващия орган. Комитетът за наблюдение на ОПРР ще одобрява основните изменения в съдържанието на документа и на предвидените мерки за информация и публичност. Европейската комисия ще бъде навременно и надлежно осведомявана за промените.

### Глава 14: Индикативни финансови ресурси

На деветото заседание на Комитета за наблюдение изпълнението на ОП „Регионално развитие” 2007-2013г., проведено на 01 декември 2011г. по предложение на УО на ОПРР, Комитета за наблюдение актуализира бюджета на Комуникационния план .

#### Индикативен финансов бюджет по години:

Година	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Бюджет €	0	324 500	532 850	828 500	828 500	1 332 500	1 153 150
<b>Общо:</b>							5 000 000

Год.	Бюджет €	% за фаза	% за година	Финансиране от ЕС (ЕФРР)	Национално финансиране	Общо
2007		6,49	0	0	0	0
2008			6,49	275 825	48 675	324 500
2009		70,447	10,657	452 922,5	79 927,5	532 850
2010			16,57	704 225	124 275	828 500
2011			16,57	704 225	124 275	828 500



2012		26,65	1 132 625	199 875	1 332 500
2013	23,063	23,063	980 174,5	172 972,5	1 153 150
Total %	100%	100%	85%	15%	5 000 000

Финансовите ресурси за изпълнението на Комуникационния план,разпределени по отделни дейности, като включват националното съфинансиране, и са разпределени по следните индикативни пера:

<b>№</b>	<b>Наименование на дейности</b>	<b>сума в евро</b>
<b>1</b>	Изработване и разпространение на рекламни и информационни материали за ОПРР	<b>306 775</b>
<b>2</b>	Изработка и поставяне на билбордове, с цел популяризиране на ОПРР	<b>613 550</b>
<b>3</b>	Информационни събития	<b>2 103 966</b>
<b>4</b>	Уеб страница	<b>20 452</b>
<b>5</b>	Лого за програмен период 2014-2020 г.	<b>25 565</b>
<b>6</b>	Публикации във високотиражни печатни медии	<b>255 646</b>
<b>7</b>	Контакти с електронни медиите	<b>1 175 971</b>
<b>8</b>	Оценка за изпълнението на Комуникационния план	<b>127 823</b>
<b>9</b>	Медийни и социологически проучвания относно степента на информираност и удовлетвореност на обществото	<b>127 823</b>

**Глава 15: Приложение 1**

**Насоки**

**за прилагане на мерките за информация и публичност в  
съответствие с Комуникационния план на Оперативна програма  
«Регионално развитие»**

## **15.1. Насоки за организиране на събитие**

### **15.1.1. Събития:**

- представяне на проект;
- начална на фаза на проекта;
- завършителна на фаза на проекта;
- семинар;
- конференция;
- официално откриване;
- заседание на Комитет за наблюдение;
- посещение на мястото, където се осъществяват дейностите по проекта от министъра;
- обявяване на схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ.

### **15.1.2. Участници**

В зависимост от събитието, списъкът на поканените трябва да включва министър или заместник министър, представители на местната власт, местния бизнес и общност, както и национални и местни медии. Покана трябва да бъде отправена и към представител на Европейската комисия. На официалните покани задължително се изобразява логото на ОПРР и на ЕС.

### **15.1.3. Място на провеждане на събитието**

**На закрито:** конферентна зала в хотел, заседателна зала, зала за приеми, библиотека

**На открито:** строителна площадка, нов път, нова сграда

При подготовката на събитието трябва да се вземат в предвид следните моменти, които да се осъществят според случая:

- сложете подходящ фон или щанд логото на ОПРР и логото на ЕС;
- поставете флага на България и флага на ЕС;
- осигурете подиум за говорителите. Пред подиума поставете рекламno табло с логото на ОПРР и логото на ЕС;
- осигурете озвучителна система, като проверите дали е в изправност преди събитието;
- уверете се, че залата/мястото и сцената са с подходящо осветление и го проверете заедно с персонала на хотела/офиса преди събитието. Осветлението е от голямо значение за целите на фотографията и за видео записите;
- осигурете катедра и места с имената за гостите-говорители, високопоставените лица;
- ако организирате мероприятие в хотел, то осигурете си лице за контакти, с което да работите във връзка с: прожектори, екрани, осветление, озвучителни системи, напитки и изисквания по отношение на храната;
- проверете изискванията на всички говорители във връзка с техните презентации (шрайбпроектори, компютри, мултимедийни прожектори, флипчартове и всякакво друго оборудване, необходимо за презентацията им);
- добре е говорителите да изпратят по електронната поща до вас своите презентации един или два дни преди събитието, така че да ги имате на компютъра, който ще използвате за събитието. Посъветвайте говорителите да носят със себе си копие на презентациите си на магнитен носител;

- ако раздавате материали за раздаване, предварително осигурете копия от тях;
- ако събитието се провежда на открито (например откриване на нов път), непременно осигурете озвучителна система, подиум за говорителите и чадъри в случай, че времето е дъждовно (чадъри с логото на ОПРР и ЕС);
- при събития на открито се уверете, че вашата организация е изпълнила всички изисквания на ОПРР и ЕС относно публичност във връзка с крайпътните информационни и указателни знаци/билбордове и обяснителни табели, в съответствие с изискванията за информация и публичност на Европейския съюз )

#### **15.1.4. Реклама**

Някои събития изискват присъствие на широката общественост. Един от подходящите начини да привлечете повече хора на вашето мероприятие е като публикувате обява в местен вестник, в която се посочват подробности за събитието и/или пускането на обява по местно радио. На обществени места могат също така да се разлепят плакати. Всички печатни материали трябва да имат логото на ОПРР и логото на ЕС.

#### **15.1.5. Информационни пакети**

Осигурете пакети с информационни материали за всички посетители на събитието. Материалите трябва да съдържат информация за историята на събитието, целите, дневен ред на процедурите, имената и длъжностите на говорителите, копия от презентациите, обща информация за събитието, а също така името и телефонния номер на посочено контактно лице, което да отговаря на запитвания на присъстващите. Налични копия от презентациите, осигурете техника за копиране.

#### **15.1.6. Интернет страница**

- качете на електронната страница на вашата организация подробности за събитието. Интернет пространството ще бъде удобно средство за справка и източник на информация за присъстващите на събитието и медиите;
- изпратете подробности за събитието на комуникационния екип, който да го отрази на електронната страница на програмата;
- осигурете линк към уеб страницата на ОПРР.

#### **15.1.7. Разни**

- осигурете официални покани – само за големи събития;
- възложете на отделно лице организацията, свързана с кетъринга;
- осигурете баджове с имената за всички присъстващи;
- изгответе дневен ред или програма на събитието и я разпространете заедно с поканите.

### **15.2. Насоки за взаимоотношения с медиите**

**Журналистите не обичат пропагандата, те обичат факти и конкретни истории. Ефективната комуникация с журналистите изисква внимателно обмисляне.**

#### **15.2.1. Факти**

Един проект, който се финансира безвъзмездно със средства от Европейския съюз и Националния бюджет, прави възможно реконструкцията на път, който ще направи много полесен живота на местните жители. Не е необходимо да използвате неразбираем език при поднасянето на съобщаването на подобна информация на журналисти. Това, което трябва да

направите, е да предоставите съществени подробности за ремонта и за въздействието, което ще има върху населението. Така трябва да изглежда съобщението за пресата, което да бъде кратко и ясно.

#### **15.2.2. Доверие и сътрудничество**

Най-добрият начин за осигуряване на сътрудничеството на журналистите е да установите с тях взаимоотношения на доверие, основаващи се на взаимно уважение. Няма смисъл да контактувате с журналиста през цялото време и по най-незначителен повод или да го заливате с прекалено много документация: прекалено многото информация убива информацията, задушава интереса към нея. Най-добре е да действате дипломатично и да въвличате журналиста само когато наистина е необходимо. За по-лесен контакт с журналистите е добре да имате списък с контакти на медиите и файл с информация за пресата, който да осъвременявате периодично.

#### **15.2.3. Необходимост да бъдете активни**

Не чакайте журналистите да се свържат с вас. Идете при тях, предвидете техните потребности и насочете вниманието им към важни събития, особено интересни проекти или допълнителни източници на информация.

#### **15.2.4. Полезни контакти**

Журналистите работят в различни медии (преса, радио, телевизия, интернет) и всяка една от тях се подчинява на свои собствени правила. Всеки от журналистите има своя специалност и интереси и работи в различни области на регионално или местно ниво, например. Това разнообразие следва да се има предвид при контактите с журналисти.

#### **15.2.5. На разположение**

Когато един журналист търси информация, той иска да я получи бързо: за статия или за програма за следващия ден. И оттук следва правилото: никога не оставяйте въпрос без отговор, бъдете винаги на разположение.

#### **15.2.6. Контакти**

Във взаимоотношенията си с журналистите, ролята на пресаташето е да служи за свръзка и там където е необходимо, да насочва журналистите към други компетентни лица и други източници.

#### **15.2.7. „Книга с материали за пресата“**

Всеки път, когато излезе статия или се излъчи програма, свързана с ОПРР, си струва да се водят записи за тях, като си създадете „книга с материали за пресата,. Това ще улесни последващите комуникационни дейности както по отношение на количеството, така и по отношение на качеството.

#### **15.2.8. Списък на контакти с медиите**

Изгответе списък на медиите, които желаете да поканите на събитието. Този списък трябва да включва представители на:

- националната и местна преса, радио и телевизия;
- регионалните кореспонденти на националната телевизия, радио и преса;

- специалните кореспонденти на националната телевизия, пресата и радиото, подходящи за случая, например кореспондента по информационни и комуникационни технологии, кореспондента по образование и т. н.

Два три дни преди събитието се обадете по телефона на контактните лица, за да им напомните за събитието и да проверите дали те ще присъстват.

#### **15.2.9. Информирание на медиите**

Бъдете наясно по отношение на целите на събитието, което организирате и посланието, което искате да отправите. Напишете съобщение за пресата преди събитието, в което трябва да изложите подробности за него.

Съобщението за пресата трябва да съдържа следната информация:

- къде и кога ще се състои събитието;
- кои ще присъстват;
- имената на говорителите/ високопоставените лица/;
- защо се организира това събитие;
- обяснете проекта/събитието в контекста на ОПРР;
- там където е възможно, предоставете разпределение на средствата, източниците на финансиране и т. н.;
- поканете представители на медиите.

Съобщението за пресата трябва да включва и:

- Препратка към ОПРР и ЕФРР;
- Логото на ОПРР и логото на ЕС.

#### **15.2.10.Пакети за пресата**

По време на събитието трябва да има пакети с информационни материали за пресата и те трябва да съдържат:

- копия от презентациите и от речите на гостите, поканени да говорят;
- актуализирано съобщение за пресата, което предоставя следната информация;
  - какво представлява събитието;
  - какви са ползите за обществото;
  - кой го организира;
  - къде се провежда;
  - финансиране.
- когато изготвяте съобщението за пресата, свържете се с говорителите, специалните гости и вашия говорител за цитати, които да включите в съобщението за пресата;
- ако събитието обхваща период от два или три дни, актуализирайте съобщението за пресата всеки ден;
- пакетите с информационни материали за пресата трябва да включват предистория на събитието, информация за дейностите по ОПРР, които се осъществяват с финансиране от Европейския фонд за регионално развитие;
- вашето съобщение за пресата трябва да съдържа име на контактното лице, телефонен номер, както и номер на мобилен телефон на служител, определен да оказва съдействие на медиите по време на събитието и след него.

#### **15.2.11.Отразяване на ОПРР в местните медии**

- Важно е да се набляга върху напредъка на ОПРР и положителните резултати от обществени проекти, осъществени със средства от ЕС, особено в местните медии. Целите са:
- да се повиши осведомеността относно Оперативната програма “Регионално развитие” на местно ниво;
- да се окаже съдействие на всички организации, които участват в изпълнението на ОПРР и проекти, финансирани от ЕС по програмата, като се насърчават действията им;
- да се предостави информация на местно ниво за местни проекти, финансирани по ОПРР.

#### **15.2.12.Снимки**

- осигурете присъствието на фотограф на събитието от името на вашата организация;
- погрижете се да осигурите подходящия фон за снимки по време на събитието за официалния фотограф и за другите фотографии от пресата, които присъстват;
- фото редакторите винаги търсят снимки, които илюстрират историята творчески и показват как се случват нещата. Преди събитието обмислете варианти за снимки, така че да бъдат по-интересни. Уверете се, че сте избрали подходящ фон и местонахождение;
- снимките, които се изпращат на вестници или списания трябва да бъдат придружени от ясен текст с имената и длъжностите на лицата, с описание на събитието. Добра идея е да проверите предварително правилното изписване на имената и длъжностите на високопоставените лица, присъстващи на събитието;
- след събитието, фотографът трябва да ви предостави селекция от снимки за ползване на вашата Уеб страница и за публикации в бюлетини.
- Включете името на официалния фотограф на събитието в края на съобщението за пресата, за да могат представителите на медиите да имат директен източник на фотографии.

#### **15.2.13.Последващи действия**

Важно е да отразите успеха на вашето събитие. Добра идея е създаването на формуляр за оценка при който да използвате различни видове критерии.

Изброени по-долу са някои примери:

- брой отговори на поканите;
- брой присъстващи: очакван брой спрямо действителен брой;
- кратък въпросник/проучване, който да се попълни от присъстващите (за конференции и семинари);
- реакция на говорители високопоставени лица;
- брой запитвания за допълнителна информация;
- брой запитвания от страна на обществеността;
- брой запитвания от страна на медиите;
- брой осъществени интервюта;
- брой статии/очерци в пресата;
- брой публикувани снимки.

#### **15.2.14.Папка за журналистите**

За подготвянето на добра папка за пресата са необходими време и усилия. Но това е една инвестиция, която се отплаща в дългосрочен план. Тя ви дава възможност да си набележите

журналисти, да контактувате с тях и да получавате по-добра обратна връзка в замяна. За да бъде ефективно общуването ви с журналистите, вие разбира се, трябва да ги познавате.

Журналистите трябва да са идентифицирани предварително и да разполагате с информация за тях. Този подготвителен етап се казва „създаване на папка за пресата“. Три фактора допринасят за ползата от „папката на журналистите“.

#### ▪ Многообразие

Първото изискване е многообразие. Някоя медия не трябва да е пренебрегната в търсенето на добри адресати: преса, радио, телевизия, интернет, общи и специализирани публикации, национални, регионални и местни вестници, обществени и частни медии. Всички журналисти могат да бъдат полезни по едно или друго време за предаването на информация. Би било добре да разполагате и с папка, съдържаща подробни данни за журналисти, които се интересуват специално от Структурните фондове. На тези журналисти би могло да се изпрати информация по темата, давайки им възможност да говорят за нея на събития, организирани в подобна връзка.

#### ▪ Актуализиране

Второто изискване е периодичното актуализиране на информацията. Журналистите често сменят медиите и рубриките. На сцената се появяват и нови журналисти. Папката на пресата трябва да отразява тази променяща се реалност, в противен случай ще стане непотребна. Информацията трябва да бъде непрекъснато коригирана, допълвана и заличавана.

#### ▪ Структуриране

Третото изискване е добре структурирана компютъризирана база данни. Информацията се локализира бързо чрез въвеждането на определен брой ключови думи:

- тип медия (телевизия, радио, преса, други.). Особено важно е да се отбележи периодичността на медиите и кой определя крайния срок за уводната статия;
- подробни данни за контакт с журналисти. Не забравяйте номера на факса, адрес на електронната поща и стационарен телефонен номер, ако е възможно;
- ролята на журналиста и специалност: главен редактор, редакционен секретар, водещ рубрика, колумнист, журналист на свободна практика. Избягвайте да пращате електронни съобщения до медиите без посочено име на лице за справка, защото без това име, съобщението ще се загуби измежду многото други;
- географска област, покривана от медиите. Журналистите (и техните читатели – слушатели – зрители) ще бъдат още повече заинтересовани от информацията, ако тя засяга събития, които се случват близо до тях.

#### 15.2.15. Съобщение за пресата

Съобщението за пресата представлява информация, поднесена на медиите по начин, за да могат те да я предадат по-нататък в разширена форма и на достъпен език.

Как да направим така, че съобщението за пресата да успее да привлече вниманието на журналистите, на които най-много държим?

#### ▪ Практически съвети



- 1) **подберете журналистите, с които ще се свържете.** В зависимост от темата и покриваната географска зона, внимателно подберете журналистите на които ще се изпраща прессъобщението;
- 2) **действайте в точния момент.** Ежедневниците, седмичниците, месечните издания и т. н. имат различен редакционен краен срок. Когато изпращате съобщения за пресата, имайте предвид именно тези крайни срокове;
- 3) **наложете забрана.** Уточнете, че съобщението за пресата не може да се появява преди определена дата; .
- 4) **напишете го като статия.** За да улесните журналистите в публикуването на съобщението в пресата, то трябва да е написано като статия, която журналист би написал;
- 5) **публикувайте информацията в Интернет.** Някои журналисти искат да предоставят повече информация от тази, която се съдържа в съобщението за пресата. За тази цел, качете на Уеб страницата на програмата различни материали предназначени за медиите.

▪ **Типична структура на съобщението за пресата**

- 1) **заглавието.** Това е първото послание, отправено към читателя. Доброто заглавие е краткото заглавие. То е изградено от думи, които хората често използват и които им въздействат;
- 2) **уводният параграф.** И читатели, и журналисти бързат! Те трябва да са в състояние да схванат същината на посланието почти веднага. Уводният параграф обобщава съдържанието на съобщението за пресата в няколко реда;
- 3) **текстът.** Поставете се на мястото на читателя, към когото се обръщате. Всяко изречение представя отделна идея. Представете факти, а не мнения;
- 4) **подзаглавията.** Те разделят текста на отделни части и по този начин улесняват скоростното четене.

▪ **Разпространяване на съобщението за пресата**

Ако съдържанието трябва да остане актуално, съобщението за пресата трябва да достигне своите получатели колкото се може по-бързо. Следователно, неговото разпространение трябва да е организирано предварително. Ако новините се съобщават директно, на пресконференция например, то съобщението за пресата трябва да се разпространи на самата пресконференция или във всеки случай на мястото, където се състои събитието. Съобщението за пресата може да се разпространи отделно или с други материали в така наречения „пакет за пресата“. В други случаи, то може да се изпрати по факс или по електронната поща или да е достъпно на Уеб страницата на ОПРР, при положение, че страницата е позната и подбраните от нас журналисти я посещават редовно. Журналистите нямат много време и работата им е доста напрегната. Това са причини, поради които следва да направим живота им по-лесен, като положим усилия да им осигурим достъп до информацията без да се налага те да напускат работните си места в търсене на допълнителни сведения.

#### 15.2.16.Пресконференция

Пресконференции се организират във връзка с важни събития и дават възможност на журналистите първи да получат информация по конкретна тема. Пресконференцията предоставя възможност на организатора да осведомява журналистите по дадена тема като същевременно улеснява работата им от гледна точка на обработване на информацията. Една успешна пресконференция изисква влагането на много енергия и умения. За да осигурите присъствието на 30 журналисти на пресконференция, броят на поканените обикновено трябва да е между 100 и 150. За старателната подготовка на една пресконференция е необходимо да се отдели време за работа на един човек в продължение на 15 до 20 дни плюс присъствието в деня на събитието и последващите действия. Една пресконференция струва пари, чиято стойност трябва да се изчисли предварително. Това не е дейност, която трябва да се повтаря твърде често, за да не изчерпва бюджета на организацията, и за да не се притъпи интереса на медиите. Журналистите полагат усилия да присъстват на дадена пресконференция, ако мислят, че си заслужава присъствието им. Изключително важно е да организирате пресконференции единствено за „значими“ събития.

Каква е тайната на една успешна пресконференция? Качеството на организацията на събитието! Ето четири момента, които заслужават специално внимание:

#### ▪ **Покани**

Разпратете поканите две или три седмици по-рано. Изпратете две покани в редакцията; една за журналиста и една за главния редактор.

#### ▪ **Място**

Изберете място, в центъра на града, до който има лесен достъп; към поканата прикрепете карта и уредете паркинг.

#### ▪ **Посрещане**

До входа на помещението за пресконференцията уредете рецепция. Журналистите са помолени да предоставят изчерпателни сведения, които в последствие се допълват от информацията в папката, предназначена за тях.

#### ▪ **Последващите действия**

Пресконференцията трябва да даде възможност на администрацията да установи преки и надеждни контакти с медиите. Тези контакти, на свой ред, трябва да са в състояние да „захранват“ любопитството и интереса на журналистите. Не винаги е възможно да има значимо събитие, но това не е причина да не е подготвена почвата така, че когато наистина се появи нещо важно, журналистът да е готов да говори за него, благодарение на непрекъснатия поток от информация, който е получавал.

#### ▪ **Пишете за лайка**

Интернет улеснява достъпа до официални текстове, одобрени от управляващите органи на оперативната програма или Европейската комисия. Тези документи обаче, с аразбираеми при четене единствено от специалисти, т. е. държавни служители, свикнали с езика на администрацията. За да насърчите интереса е необходимо да изготвите кратки текстове (като резюме на официални документи) на език на език достъпен и ясен за тях. Преди да публикувате един текст онлайн, е добре да изпробвате въздействието му върху обикновени читатели, да проверите тяхната реакция и по-този начин да разберете дали материалът ще успее да им въздейства по правилен начин. Някои добре подбрани изображения могат да улеснят разбирането, докато чисто декоративните анимирани изображения забавят връзката и обезсърчават навигацията.

#### ▪ **Представете допълнителни възможности**

Електронните страници са средство за общуване, което придобива все по-голяма популярност. Един пример: от уеб страницата може да се поръча брошура с повече информация.

### **15.3. Насоки за бенефициентите**

Бенефициентите, изпълняващи проекти по ОПРР, съфинансирани от Европейския фонд за регионално развитие, трябва да информират за своите проекти широката общественост и участниците в него, като оповестят и финансовото участие на ЕС в проекта. За тази цел те трябва да използват:

- Флагът на ЕС в съответствие с графичните стандарти, съгласно Приложение 1 към Регламент (ЕО) № 1828/2006 на Комисията;
- Названието „Европейски съюз”;
- Името и логото на Европейски фонд за регионално развитие и слоган - „Инвестираме във Вашето бъдеще”;
- Името и логото на Оперативна програма “Регионално развитие”.

Подробни указания за графичното изображение и изписване на наименованията могат да бъдат ползвани от Насоките за осъществяване на информация и публичност на ОПРР, публикуване на Уеб страницата на програмата.

#### **15.3.1. Билбордове**

Билбордовете се поставят на работните площадки на съответните проекти, които финансират изцяло или частично инфраструктурни инвестиции или строителни дейности, чийто обем надвишава 500 000 евро. На билбордовете задължително трябва да бъдат отбелязан приносът на Европейския съюз и на държавата, като се изобразяват:

- Името на проекта
- Флагът на ЕС и названието “Европейски съюз”
- Логото на ЕФРР
- Логото на ОПРР
- Размера на европейското и националното съфинансиране.

Табелата трябва да указва вида и името на дейността (тази информация не трябва да заема повече от 25% от общата площ). Билбордовете се отстраняват не по-късно от шест месеца след приключване на работата по проекта и се заменят от постоянни обяснителни табели.

#### **15.3.2. Обяснителни табели**

За представяне на проекти, при които общата сума на публичното финансиране надхвърля 500 000 евро, се поставят постоянни разяснителни табели. Табелите се слагат най-късно до шест месеца от приключването на проекта на видно място, достъпно за широката общественост (съобразно размера на сградата или мястото). Те трябва да съдържат същата информация, както и билбордовете. Тази информация трябва да заема поне 25% от площта на таблото.

Подробна информация относно изискванията за информация и публичност, отнасящи се за билбордовете и обяснителните табели може да откриете в Насоките за осъществяване на информация и публичност на ОПРР, публикуване на уеб страницата на програмата

Поставянето на билбордове и постоянни обяснителни табели за популяризиране на по-малки проекти от споменатите по горе не е задължително, но е препоръчително.

### **15.3.3. Информационни материали за популяризиране на проектите**

За популяризирането на финансовата помощ от Структурните фондове се препоръчва изготвянето и разпространението на информационни материали, представящи целите и същността на изпълняваните проекти. Това са брошури, дипляни и съобщения за медиите (задължителни за журналисти при организиране на информационно събитие), видеоклипове, аудио материали и др.

### **15.3.4. Контакти с медиите и доказателства за извършените дейности**

Бенефициентите трябва да докажат, че положителните резултати по проекта са били възможни благодарение на дейностите по оперативната програма, финансирана от Европейския фонд за регионално развитие. Всеки документ, издаден във връзка с проекта, (включително сертификати) трябва да включва информация за произхода на финансирането му, а именно ОПРР И ЕФРР.

Бенефициентите трябва да предоставят на регионалните отдели, където първоначално са подали документи за кандидатстване, снимки в електронен формат, които да свидетелстват за стартирането и осъществяването на проекта. В последствие регионалните отдели могат да използват тези материали за Уеб страницата на ОПРР или за печатни издания, за да илюстрират добрите практики.

Бенефициентите трябва да популяризират своите електронни страници, както и информацията, че изпълняват проект, финансиран със средства от Европейския съюз. Това трябва да бъде осъществено в съответствие с изискванията на Регламент № 1828/2006 на ЕК за информация и публичност.

### **15.3.5. Задължителни информационни събития**

**Ако общата стойност на проекта надхвърля 10 000 евро, бенефициентите трябва да организират 2 информационни събития за местните и национални медии – за старта и завършването на дейностите по проекта.** Провеждането на събитието трябва да бъде в съответствие с мащаба на проекта. За малките проекти трябва да се предвидят поне две пресконференции за местни медии. На тези събития трябва да се осигури присъствието на поне четирима представители на четири различни медии.

Всички доказателства за провеждането на събитията трябва да бъдат запазени от бенефициента за целите на последващия мониторинг по проекта. Те обхващат списъка с участниците, дневен ред или програма, аудио и видео записи, снимки, както и финансово-счетоводни документи свързани с организирането им. Бенефициентът трябва да поддържа архив с копия от всички печатни и аудио-визуални материали, изготвени във връзка с проекта.

Всички доказателства за отразяване на информационните събития в медиите трябва да бъдат съхранявани от бенефициента. Те включват копия от печатни издания, видео и аудио записи на телевизионни и радио предавания, препратки към архивите на новинарските електронни информационни агенции или поне снимка на новината от деня на публикуването ѝ.