

Инвестираме във вашето бъдеще



ЕВРОПЕЙСКИ
СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ТЕХНИЧЕСКА ПОМОЩ
О П Е Р А Т И В Н А П Р О Г Р А М А

КОМУНИКАЦИОНЕН ПЛАН

на

Оперативна програма

„Техническа помощ”

2007 – 2013 г.



СЪДЪРЖАНИЕ

| | | |
|-------|---|----|
| I. | ВЪВЕДЕНИЕ..... | 3 |
| II. | КРАТКО ОПИСАНИЕ НА ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА “ТЕХНИЧЕСКА ПОМОЩ”..... | 4 |
| III. | ЗАКОНОДАТЕЛНА РАМКА..... | 6 |
| IV. | АНАЛИЗ НА СИТУАЦИЯТА..... | 7 |
| V. | ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ..... | 12 |
| VI. | ЦЕЛЕВИ ГРУПИ..... | 13 |
| VII. | СТРАТЕГИЯ..... | 14 |
| VIII. | КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ, ИНСТРУМЕНТИ И КАНАЛИ..... | 15 |
| IX. | ИНДИКАТИВНО РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА БЮДЖЕТА..... | 26 |
| X. | ОТГОВОРНОСТИ..... | 28 |
| XI. | НАБЛЮДЕНИЕ И ОЦЕНКА..... | 31 |
| XII. | ПРИЕМАНЕ И ИЗМЕНЕНИЕ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН..... | 36 |
| XIII. | ИЗПОЛЗВАНИ СЪКРАЩЕНИЯ..... | 37 |



I. ВЪВЕДЕНИЕ

Реалното присъединяване на България към ЕС и достъпът до средства от европейските фондове разкриха качествено нови възможности за развитие на страната ни във всички сфери на обществения живот. Тези ресурси са предназначени както за частния сектор и структурите на гражданското общество, така и за държавните институции. В съвременната, постоянно променяща се и силно конкурентна пазарна среда, достъпът до безвъзмездно предоставяни финансови ресурси повече от всякога е ключ към успеха на институциите и бизнеса. Използвайки този потенциал, всички участници в икономиката на страната могат да решат много от установените си слабости и да развият пълния си капацитет.

Като пълноправен член на ЕС България трябва да участва в разработването и да прилага европейските политики в изпълнение на стратегическите цели на Общността.

Средствата, които България ще получи в периода 2007 - 2013 г. от еврофондовете, са за подпомагане на държавната политика, която е разписана подробно в Националната стратегическа референтна рамка (НСРР). Националната стратегическа референтна рамка се базира на Националния план за развитие за периода 2007-2013 г. и социално-икономически анализ на съществуващите различия в стандарта на живот, икономиката и развитието на България и тези на останалите държави-членки от Европейския съюз. НСРР отразява и Стратегическите насоки на Общността за създаване на повече и по-добри работни места, подобряване на знанията и иновациите с цел икономически растеж, и превръщане на Европа и нейните региони в по-привлекателно място за работа и живот. Структурните фондове са основните финансови инструменти на политиката за сближаване на ЕС, чиято главна цел е постигане на по-голяма икономическа и социална интеграция, растеж и заетост.

Оперативна програма „Техническа помощ” (ОПТП) е една от седемте оперативни програми, залегнали в НСРР, чрез която страната ни ще може да усвоява средства от Структурните фондове на ЕС. ОПТП ще се съ-финансира от Европейския фонд за регионално развитие. Бюджетът на ОПТП е 56.8 млн. евро, от които 48.3 млн. евро са финансирани от ЕФРР.

Съгласно изискванията на европейските регламенти (Регламент на Съвета 1083/2006 г., чл. 69) осигуряването на информация и публичност на съ-финансираните от ЕС оперативни програми и дейности, е задължение на държавата членка и на съответния Управляващ орган. Комуникационният план е изготвен именно в изпълнение на Регламент № 1083/2006.

Комуникационният план (КП) на ОПТП съдържа следните задължителни елементи: стратегия, дефиниция на целевите групи, планиране на информационни и комуникационни мерки, индикативен бюджет и действия за оценка на комуникационния план.

Настоящият план задава стратегическата рамка на комуникация за програмния период 2007–2013 г. и следва да е неразделна част от изпълнението на ОП „Техническа помощ”. Предвид дългосрочния характер на документа, в него се съдържа както стратегия за комуникация, така и план с необходимите инструменти и канали за изпълнение на стратегията.



Комуникационният план на ОП „Техническа помощ” е съобразен и с насоките, дадени от Националната комуникационна стратегия на НСРР - стратегически национален документ, който задава рамката за предстоящите дейности по отношение на популяризиране на целите и приоритетите, заложиени в НСРР и ОП, и който осигурява координирана комуникационна политика.

В стратегията са дефинирани основните цели и приоритети на комуникациите на национално ниво, така че да се постигне оптимална публичност и информационна синергия на всички нива.

В настоящия комуникационен план са залегнали основните цели и стратегията - чрез проактивна комуникация и прозрачност да се стимулира повишаването на информираността и мотивираността на обществото и целевите групи. Стимулирането на проактивната обществена позиция ще доведе до ефикасно и ефективно усвояване на средствата от СКФ, стимулиране на общественото признание за ролята на ЕС за постигането на целите на НСРР. Така се формира и крайната цел за този програмен период, а именно до 2015 година България да се превърне в конкурентноспособна страна-членка на ЕС с високо качество на живот, доходи и социална чувствителност.

Комуникационните планове на отделните ОП са инструментът за изпълнение на целите на Националната комуникационна стратегия на НСРР. Комуникационният план на ОП „Техническа помощ” не прави изключение. Предвидените в него мерки се базират на основните принципи на Националната комуникационна стратегия на НСРР - информативност, позитивност, гъвкавост, адаптивност, единство и координираност, синхрон с цялостната правителствена политика по отношение на Общността и синхрон с политиката и изискванията на ЕС.

Комуникационният план е разработен съвместно от УО и ЦИО.

II. КРАТКО ОПИСАНИЕ НА ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА “ТЕХНИЧЕСКА ПОМОЩ”

ОПТП е разработена в съответствие с регламента, определящ общите разпоредби във връзка с Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР), Европейския социален фонд (ЕСФ) и Кохезионния фонд (РЕГЛАМЕНТ НА СЪВЕТА (ЕО) № 1083/2006 от 11 юли 2006 г.). ОПТП изцяло отговаря на принципите и правилата за партньорство, програмиране, оценка, комуникации, управление, включително стабилно финансово управление, наблюдение и контрол.

Общата цел на ОПТП е: „По-нататъшно подобряване на координацията, контрола, прилагането и оценката на Структурните фондове и Кохезионния фонд в България за периода 2007 - 2013 г.”

Изпълнението на основната цел изисква реализацията на следните подцели:

- укрепване на необходимия капацитет и функциониране на структурите на централната и местни администрации, които участват в усвояването на СКФ, и
- подобряване на информираността и осведомеността на обществото за ефективното и ефикасно използване на СКФ в България.

За постигането на тези цели са идентифицирани следните приоритетни оси:



Приоритетна ос 1 – Подпомагане реализирането на дейностите на структурите на централно ниво; мерки за изграждане на капацитет на институциите, работещи по Структурните фондове.

Бенефициенти по приоритетна ос 1 са Централното координационно звено, Сертифициращият орган, Одитният орган, Комитета за наблюдение на НСРР, Комитета за наблюдение на ОПТП, Управляващият орган на ОПТП, Дирекция "Координация на борбата с правонарушенията, засягащи финансовите интереси на Европейския съюз (АФКОС) в Министерството на вътрешните работи, Агенцията по обществени поръчки, Държавната агенция за закрила на детето, Националното сдружение на общините в Република България и Дирекция „Финанси на реалния сектор” в Министерството на финансите

Целеви групи са регионалните и местните власти, управляващите органи на оперативните програми, междинните звена, административните структури, включени в изпълнението на Структурните фондове.

Приоритетна ос 2 – допълнително разработване и подпомагане на функционирането на единна информационна система за управление и наблюдение (ИСУН).

Бенефициент по приоритетна ос 2 е Централното координационно звено.

Целеви групи са Одитният орган, Сертифициращият орган, управляващите органи на оперативните програми, междинните звена, бенефициентите, широката общественост;

Приоритетна ос 3 - популяризиране на европейската политика и нейните цели в България и осигуряване на обща и статистическа информация.

Бенефициенти по приоритетна ос 3 са Централното координационно звено, Централният информационен офис, общините, на чиято територия са административните центрове на 28-те области в България (в партньорство с организации, които са приемни структури на офиси от информационната мрежа „Европа директно”, други общини, областни администрации и неправителствени организации с опит в предоставянето на информация за европейските политики) и Държавна агенция „Архиви”

Целеви групи са общините и широката общественост.

Поради специфичния характер на ОПТП, която има за цел да повиши информираността и публичната осведоменост за ефективното и ефикасно използване на Структурните фондове и Кохезионния фонд в България, цялата приоритетна ос 3 е специално разработена така, че да включва мерки и действия за публичност и информиране.

ЗА КОНТАКТ:

Управляващ орган на Оперативна програма „Техническа помощ”



Администрация на Министерския съвет
Дирекция „Оперативна програма „Техническа помощ“

Ирена Първанова
директор на дирекция „Оперативна програма „Техническа помощ“
Тел: +359 2 940 36 25
e-mail: i.parvanova@government.bg

Емилия Герджикова
Старши сътрудник по управление на проекти и програми
„Комуникация и координация“
Тел. + 359 2 940 29 89
e-mail: e.gerdjikova@government.bg

Централен информационен офис

Администрация на Министерския съвет
дирекция „Информация и системи за управление на средствата от Европейския съюз“

Мария Димитрова
директор на дирекция „Информация и системи за управление на средствата от
Европейския съюз“
Тел. +359 2 940 20 42
e-mail: maria.dimitrova@government.bg

III. ЗАКОНОДАТЕЛНА РАМКА

Изискванията на Европейската комисия относно мерките за информация и публичност са определени в Регламент № 1083/2006 и са валидни в еднаква степен за всички държави членки на Европейския съюз.

Друг основен документ е Регламент на Комисията № 1828/2006, който определя правилата за прилагане на Регламент на Съвета № 1083/2006.

Съгласно чл. 69 от Регламент № 1083/2006 на Съвета от 11 юли 2006 г., държавата членка и Управляващият орган са задължени да предоставят информация за оперативната програма, подчертавайки ролята на Общността. Съгласно чл. 69, ал. 2 от Регламент № 1083/2006, отговорност за публичността на ОПТП носи Управляващия орган на оперативна програма „Техническа помощ“, определен с Устройствения правилник на Министерския съвет и неговата администрация.

В допълнение, Постановление на Министерския съвет № 6 от 19 януари 2007 г. гарантира създаването на единен информационен портал за обща информация за управлението на Структурните фондове и Кохезионния фонд на Европейския съюз в Република България.

Друг основен документ, определящ принципите за информация и комуникация, е План Д – „По-широк и задълбочен дебат за Европа“ - новият подход на Комуникационната стратегия на Европейската комисия и новите изисквания за прозрачност. Тези



изисквания са отразени в Регламент (ЕО, ЕВРАТОМ) № 1995/2006 на Съвета от 13 декември 2006 г. за изменение на Регламент (ЕО, ЕВРАТОМ) № 1605/2002 относно Финансовия регламент, приложим към общия бюджет на Европейските общности.

Трябва да се имат предвид следните три стратегически принципа, залегнали в цитирания документ:

- Да бъдат изслушвани гражданите и да се вземат предвид техните мнения и проблеми;
- Да се осигури комуникация за това как изпълняваните политики влияят върху ежедневието на хората;
- Да се осигури връзка с гражданите на „местно ниво“ – да се комуникира с хората в тяхната национална и местна среда, като се използват предпочитаните от тях медии и средства за комуникация.

Европейската инициатива за прозрачност също описва правила по отношение на публичността на фондовете на ЕС:

- Прозрачността в управлението и комуникирането на фондовете на ЕС увеличава общественото разбиране за разпределението и използването на бюджета на ЕС, което води до повишаване на резултатите от провежданите политики.
- Свободният достъп до информация дава възможност за създаване на анализи на политиките на ЕС, които спомагат за създаване на изводи, които могат да доведат до подобряване на политическите решения.

IV. АНАЛИЗ НА СИТУАЦИЯТА

За успеха на комуникационната кампания е много важно да се отчете настоящото състояние на информираност на потенциалните участници в процеса на усвояване на средства от Структурните и Кохезионния фонд и техните нагласи. Предвид спецификата на ОПТП и обхвата на дейностите, заинтересованите групи са разнородни по състав. Всяка една от тях представлява обект на специфична комуникация при отчитане на нейните особености, очаквания и нагласи. Анализът на ситуацията описва също така изходната позиция при стартирането на програмата, и проблемите, с които ще се сблъска приложението ѝ.

Според последното проучване Евробарометър 68 за България (есен 2007), положителният образ на ЕС избледнява, а ентузиазмът от членството бележи спад. За пръв път от пролетта на 2006 г. мнозинството от българите, които са уверени, че членството на страната им в ЕС е „нещо добро“, намалява и сега е 52% (-3 пункта).

Българите са по-уверени, че страната им е спечелила от членството си в ЕС, но в по-малка степен, отколкото средния гражданин на ЕС.

Българите са умерени оптимисти относно ролята на Европейския съюз за решаването на най-важните проблеми, пред които е изправена страната. Сравненията с пролетта на 2006 г., когато ЕС поставя за последен път този въпрос, показват, че изправени пред



реалностите на членството, българите са по-малко уверени във възможностите на ЕС да влияе позитивно върху икономическата ситуация в страната (42%, -6 пункта).

Макар и по-висок от средния за ЕС 27 (+3 пункта), българският оптимизъм относно положителното влияние на членството в ЕС за **икономическото положение** в страната остава по-умерен в сравнение с другите ново-присъединили се страни, където средно всеки втори гражданин е убеден в положителната роля на ЕС. Дистанцията между положителните и отрицателните мнения сред българите е 14 пункта, а близо всеки пети се колебае в своите оценки.

С цел да запознае и подготви потенциалните бенефициенти и всички заинтересовани страни преди одобрението на текстовете по оперативните програми в периода март – юни 2007 г., Министерство на финансите проведе мащабна информационна кампания „Бъдете активни“. Нейната цел бе да се подчертае нуждата от изграждане на национален капацитет и активно поведение у всички участници, за да усвоят успешно средствата от ЕС и да си изяснят специфичните параметри на процеса, например оперативните програми, приоритетите и мерките на подкрепа в тях, институционалната и законовата рамка, описанието на процедурите за оценка на проектните предложения, националните критерии за оценка и подбор на дейности, допустими разходи, стандартните изисквания към потенциалните бенефициенти.

Кампанията „Бъдете активни“ беше насочена не само към представители на потенциални бенефициенти на фондовете на ЕС, но също и към широката общественост. Предвид нейните особености, кампанията беше разделена на две части. Тя бе стартирана с масирана рекламна кампания. В тази част произведохме и разпространихме рекламните електронни и печатни и ПР формати. Тези инструменти на комуникация дадоха възможност на широката общественост да придобие обща представа за СКФ. Те достигнаха ефективно до 84 % от аудиторията на възраст 25 – 60 години. По време на кампанията Министерството на финансите беше подкрепяно от 53 водещи национални и местни печатни и електронни медии.

Тъй като успешното усвояване изисква добро сътрудничество и постоянен диалог сред всички участници, по време на кампанията бе демонстриран принципът на добре координирани съвместни усилия. Сред партньорите бяха НПО и социално-икономическите партньори като Българската Стопанска Камара, Центъра за икономическо развитие и Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България. Те подкрепиха и активно участваха в организацията на 19 форума за дебат и 3 национални конференции в различни градове. Те бяха замислени, така че да отговарят на нуждите на целевите аудитории, т.е. 7 семинара за журналисти, 6 семинара за НПО, 3 семинара за малкия и среден бизнес, 2 пресконференции, 12 брифинги, една национална конференция за потенциални бенефициенти и 2 национални срещи на бизнеса.

Освен това, бяха организирани и 6 срещи в регионите за планиране с участие на представители на правителството, което даде възможност на участниците да повдигнат конкретни въпроси и да получат отговори от министър-председателя на България и министрите, които отговарят за оперативните програми. Тези срещи показаха важноста на процеса и политическата воля за успешно оползотворяване на възможностите, предлагани от ЕС по прозрачен и открит начин. Повече от 5 000 души взеха участие в тези събития.



Бяха използвани редица комуникационни канали за разпространение на посланието на кампанията като телевизия, радио, преса, онлайн медии, информационни материали (брошури, диплянки, прес съобщения, др.), Интернет банери и информация, специализирани уебсайтове. В рамките на кампанията бяха произведени 25 кратки филмчета съвместно с Българската Национална Телевизия (БНТ), които се излъчваха до края на 2007 г. по същия телевизионен канал в предаването „За 7 милиарда евро“. Филмите представиха новите моменти и всички детайли, свързани с процеса на програмиране, управление и контрол на финансовите средства по СКФ в България.

По поръчка на УО на ОПТП бе проведено социологическо проучване на тема “Готовност и информираност за усвояване на Структурните фондове”, а негов обект бяха както широката общественост, така и потенциалните бенефициенти. Проучването, направено в началото и в края на информационната кампания, целеше да установи нивото на познаваемост, нагласите към еврофондовете и ефективността от кампанията.

Основният извод е че такива кампании са от голяма необходимост за всички бенефициенти. Данните от второто проучване на общественото мнение (МБМД, март 2007 г.) категорично показва по-добро познаване, повишаване на капацитета и цялостния интерес към участие в процесите.

69% от интервюираните представители на бизнеса демонстрират готовност да участват в усвояването фондовете на ЕС, в сравнение с 39% преди кампанията. През март 2007 г. По-малко от 1/3 от тях (29%) са били оптимисти относно ефекта на помощта от ЕС върху българската икономика – през юни тази група е възлижала на 45%. Липсата на обща информация е определена като основен проблем от 32% от интервюираните през март 2007 г., през юни този дял намаля на 21%. Липсата на практическа информация е била проблем за 45% от анкетирания през март, докато през юни този проблем е бил идентифициран само от 27% от интервюираните.

Третата вълна на това изследване се проведе в периода 2 – 7 ноември 2007 г. във всички областни центрове на страната и в друг град от всяка област.

Основният извод от проучването е, че готовността на бенефициентите за СКФ, в сравнение с първите две вълни на изследването, е много по-висока. Нагласите са прераснали в конкретни действия за разработване на проекти за кандидатстване за СКФ. Третата вълна идентифицира като основна трудност пред бенефициентите липсата на практическа информация.

Повишават се и дяловете на оптимистите по отношение на очаквания ефект от еврофондовете върху българската икономика. При консултантите това увеличение е от 10 пункта, при местните власти от четири и при НПО от 2. Най-голямо то е в групата на журналистите – 12%.

Всички групи споделят, че имат **нужда от обучение във връзка със Структурните фондове**, което съвсем ясно говори, че за успешното им реализиране са нужни както информационни, така и обучителни кампании.

Най-предпочитани източници на информация за структурните фондове, посочени от респондентите са: интернет, инфоцентровете, ресорните министерства, семинари и обучения.



Анализирайки тези данни, може да се направи заключението, че за да преодолеем “евроскептицизма” и да запознаем обществеността с конкретните измерения на ползите от членството на България в ЕС, отправната точка за успешна комуникация на СКФ в България е **установяването на информационна синергия и максимална публичност на всички нива**. Анализът на проучванията показва, че основният проблем за подкрепата на обществеността се крие не в липсата на информация, а по-скоро в нейната структура, качество и достъпност.

Поради тази причина, основните ръководни принципи на настоящия Комуникационен план се изразяват в следното:

- Повишена прозрачност, откритост и диалогичност;
- Повишена достъпност и разбираемост на информацията;
- Наблягане на марката, създаване на публичен имидж;
- Акцент върху качеството на информацията - надеждно и фактологическо съдържание, разнообразие като съдържание и формат;

Според резултатите от четвърта вълна на изследването, проведено през април 2008 г.¹, което до голяма степен потвърждава изводите на Евробарометър през 2007 г., 72.6% от респондентите сред **широката общественост** считат, че са незадоволително информирани относно структурните инструменти. Това е предимно резултат от факта, че около 81% твърдят, че не са търсили такава информация, което означава, че или техните интереси трябва да се стимулират или че не са несигурни относно цялостната прозрачност на информацията. Ето защо КС на българската НСРП трябва да се стреми да отговори на тези феномени и нуждата от комуникация, които показват. Логическите стъпки трябва да са в посока на нараснало удовлетворение с нивото на информация и познания, което може да се постигне чрез повишена прозрачност и стимулиране на интереса.

Относно **потенциалните бенефициенти**, резултатите² сред регионалните и местни власти, представителите на бизнеса и НПО сектора показват, че информацията за фондовете на ЕС в България „не е достатъчна” като количество според 59.2% от респондентите, а 54.5% от тази група считат, че предоставената информация за фондовете на ЕС за „неясна (трудна за разбиране)”. 75% от бенефициентите обаче са търсили информация, което говори за тяхната по-силна мотивация да бъдат информирани. Този дял е повече от 5 пъти по-голям от този на общественото мнение. В допълнение, 84,3% заявяват своята готовност да получават директно и регулярно по поща и и-мейл информация за фондовете на ЕС. Това е доказателство за сериозния интерес и нуждата от задоволителна, ясна и изчерпателна информация сред потенциалните бенефициенти в България. Независимо от малко по-добрите данни от изследването сред бенефициентите, трябва да се вземе предвид, че популяризирането сред бенефициентите на СКФ и предлаганите от тях възможности трябва да продължи. Следователно, КС трябва да се стреми да повиши качествения и количествения

¹ МБМД, Изследване на степента на информираност относно фондовете на ЕС – широката общественост (национално, представително), Април 2008 г.

² МБМД, Изследване на степента на информираност относно фондовете на ЕС – потенциални бенефициенти (национално, представително), Април 2008 г.



информационен поток, който трябва да улесни достъпа до възможностите за финансиране от ЕС.

Резултатите от изследването ясно показват, че е задължително да се работи по-активно за предоставяне на информация, за да се затвърди положителното отношение на общественото мнение към въпросите, свързани със СКФ. Резултатите от информационните кампании и обучения на бенефициенти са факт, но трябва да бъде намерен начин за мотивиране и провокиране на информираността сред останалите граждани чрез изяснителни кампании, обявяване на резултатите от отделните проекти, др. Основната концепция в тях трябва да бъде, че всички ще се възползват от СКФ, макар и не пряко.

SWOT АНАЛИЗ

| | |
|--|--|
| <p><u>СИЛНИ СТРАНИ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Наличие на готовност на конкретни бенефициенти за участие с проекти по Оперативните програми по СКФ – около 30% от потенциалните бенефициенти; • Наличие на интерес за участие по ОП; • Създадени структури за управление и контрол на СКФ в рамките на държавната администрация; • Сериозен опит с предприєдинителни програми и проекти на централно ниво (министерства); • Опит в комуникирането и публичността. | <p><u>СЛАБИ СТРАНИ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Липса на опит; • Липса на практическа информация; • Недостатъчно познаване на правилата и процедурите за участие с проекти по ОП; • Централизация на комуникационните канали, необходимост от задълбочена работа в регионите; • Необходимост от повишаване на административния капацитет на структурите, свързани с управлението и контрола на Оперативните програми - голям брой новоназначени служители; • Липса на капацитет и готовност за осъществяване на проекти на местно ниво. |
| <p><u>ВЪЗМОЖНОСТИ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Стимулиране на интереса към Оперативните програми като цяло от страна на широката общественост; • Стимулиране на активността на потенциалните бенефициенти да кандидатстват с проектни предложения по различните Оперативни програми; | <p><u>ЗАПЛАХИ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Недоверие от страна на потенциални бенефициенти и широка общественост в прозрачността на финансирането на проекти по Оперативните програми; • Разочарование от страна на потенциални бенефициенти заради |



| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Разпознаваеми ефективни канали за комуникация, посочени като предпочитани от потенциалните бенефициенти и широката общественост; • Гарантиране на прозрачност при разпределението, отпускането и усвояването на средства по Оперативните програми; • Подобряване на механизмите за координация в процеса на формулиране на политиките. | <p>забавяне и сложни процедури;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Завишени очаквания за ефекта от еврофондовете върху българската икономика; • Голямо текучество на квалифицирани служители; • Липса на достатъчно опитни служители на местно ниво; • Липса на достатъчна и точна информация за широката общественост и потенциалните бенефициенти. |
|--|--|

Комуникационният план на ОПТП трябва разбираемо да предава до всички заинтересовани групи, както и до широката общественост, конкретното послание за наличието и използването на Структурните фондове в България. Той също така трябва да превъзмогне съществуващото напрежение и негативизъм и да мобилизира човешкия потенциал на страната за постигането на общите и индивидуални ключови цели. Обществото трябва ясно да разбира целите и ползите, да се идентифицира с тяхната важност и реалност, да бъде мотивирано и да му бъде позволено да действа по координиран начин. Тази многопластова цел може да бъде постигната чрез достигане до различните аудитории посредством предпочитаните от тях комуникационни канали, при използване на внимателно подбран кръг от инструменти.

V. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Общите цели на настоящия Комуникационен план са:

- Да информира за наличието, ползата и изпълнението на СКФ в България;
- Да способства за пълната прозрачност на изразходването и управлението на публичните средства на ЕС;
- Да популяризира постиженията и резултатите от дейностите по фондовете на ЕС в България

Специфичните цели на плана са:

- Да подкрепя добре функциониращите информационни мрежи на централно и местно ниво;
- Да способства за постигането на целите на КС на НСРР;
- Да комуникира основните цели, мерки и дейности на ОПТП, като подпомага успешната комуникация между участниците за постигането на диалог между страните, който да бъде взаимно полезен и в полза за цялото общество.

Успешното изпълнение на програмата, респективно постигането на поставените цели, е свързано с осигуряване на непрекъснато партньорство между различните участници в



процеса, защото принципът на партньорство е в основата на функционирането на Структурните фондове. Също така, много важно за мотивацията на широката общественост е тя да бъде последователно и точно информирана. Подкрепата на обществото за програмата не би била възможна без осигуряване на пълна прозрачност на разпределението и използването на средствата по Оперативна програма „Техническа помощ”.

VI. ЦЕЛЕВИ ГРУПИ

ОПТП е създадена, за да укрепи капацитета на структурите на централно ниво, които отговарят за усвояването на средствата от Структурните и Кохезионния фонд на ЕС в България и за популяризирането на европейската политика за сближаване в България. В този смисъл условно можем да разделим целевите групи, към които е насочен настоящия Комуникационен план, на три – вътрешна, външна и целева група на медиаторите. Подходът в комуникацията, по отношение на използваните канали и посланията, ще бъде строго специфичен за всяка една от тях и ще бъде съобразен с тяхното ниво на информираност.

Към първата – **вътрешната целева група** - се числят следните звена:

- Централно координационно звено;
- Сертифициращ орган;
- Одитен орган;
- Комитет за наблюдение на НСРР;
- Комитет за наблюдение на ОПТП;
- Управляващ орган на ОПТП;
- Централен информационен офис;
- Дирекция "Координация на борбата с правонарушенията, засягащи финансовите интереси на Европейския съюз (АФКОС)
- Агенция по обществени поръчки
- Държавна агенция за закрила на детето
- Национално сдружение на общините в Република България
- Дирекция „Финанси на реалния сектор” в Министерство на финансите
- Общините, на чиято територия са административните центрове на 28-те области в България (в партньорство с организации, които са приемни структури на офиси от информационната мрежа „Европа директно”, други общини, областни администрации и неправителствени организации с опит в предоставянето на информация за европейските политики)



- Държавна агенция „Архиви”
- Потребителите на ИСУН на всички нива на администрацията;

Освен тези структури на централно и местно ниво, всички, които участват в усвояването на средствата от СКФ, ще се възползват от изпълнението ѝ. В този смисъл тях бихме могли да определим като **външна целева група** и по-конкретно:

- Широката общественост в България;
- Регионалните и местните власти;
- Лицата, вземащи решения и институциите, които участват в програмирането за следващия период;
- Гражданите на Европейския съюз.

Имайки предвид общите и специфичните цели на КП, основният фокус на комуникацията ще бъде поставен върху **широката общественост** в България.

За успешната комуникация на СКФ в България и в частност на ОПТП, е необходимо да се определи и **целева група на медиаторите**, които на практика ще са и основните партньори на УО при осъществяване на комуникационните инициативи. Към тази целева група можем да причислим представители на следните структури на гражданското общество:

- Социално-икономически партньори (работодателски и синдикални организации);
- Неправителствени организации;
- Средствата за масово осведомяване – журналисти;
- Лидери на общественото мнение;
- Политици;
- Експерти или звена в рамките на ЦКЗ, УО и МЗ на ОП, отговорни за мерките за информация и публичност;

VII. СТРАТЕГИЯ

Комуникационната стратегия дефинира обема и съдържанието на дългосрочна програма за комуникация, която съответства на развитието на Оперативната програма и обхваща всички заинтересовани страни. Комуникацията следва естествения ход на реализацията на подкрепата от Структурните фондове и Кохезионния фонд в България и включва следните етапи, разпределени във времето:

- **Първи етап – старт на кампанията /2007 – 2009/** - Този етап ще постави началото на систематизирана и целенасочена комуникационна политика към всички целеви групи, в т.ч. широка общественост и медии. През този етап ще се извърши и активна разяснителна работа с потенциалните бенефициенти и изпълнители на проекти, съфинансирани от Структурните фондове и Кохезионния фонд на ЕС. Комуникационните дейности ще бъдат насочени и



към активизиране на потенциалните бенефициенти за кандидатстване с проекти по различните ОП.

- **Втори етап - същински /2010 – 2012/** - Този етап ще се характеризира с множество активности, които от една страна ще доведат до активизиране на потенциалните бенефициенти за участие с проекти по ОП, а от друга – ще осигурят прозрачност при разходване на средствата от европейските фондове и ще спомогнат за утвърждаването на положителния имидж на отговорните институции като европейски администрации, провеждащи решителна и качествена политика за развитие. Основен акцент в комуникацията ще са успешните примери и добрите практики при изпълнението на получените финансиране проекти.
- **Трети - финален етап /2013-2015/** - Той ще представи общите резултати от предходните кампании и тяхната ефективност. Акцент на този етап ще бъдат популяризирането на постиженията на Оперативната програма, комуникиране на резултатите от период 2007-2013, закриване на Програмата и подготовка за следващия програмен период.

Предвид спецификата на комуникационните дейности и резултатите от тях, е възможно така описаните периоди в определени моменти да се припокриват.

По време и на трите етапа, кампаниите ще протекат в дух на диалогичност и ще следват основните принципи на Националната комуникационна стратегия. Кампаниите ще се реализират на национално и регионално ниво, ще се използват леснодостъпни и адекватни на целевите групи канали за комуникация, както и най-предпочитаните комуникационни дейности и инструменти.

Специални усилия ще бъдат положени в посока на лесно адаптиране на информацията и обученията на езика, опита и професионалната насоченост на отделните целеви групи. Разпространението на информацията няма да е еднократен акт, напротив – това е процес, който следва изпълнението на оперативните програми. Натрупването и демонстрирането на добре управлявани, иновативни и успешни проекти, осъществени в рамките на програмния период, както и промотирането на добри практики от други държави-членки на ЕС, ще подпомогне занапред комуникацията с практически примери и ефекта от тяхното изпълнение.

VIII. КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ, ИНСТРУМЕНТИ И КАНАЛИ

Изборът на подходящите комуникационни дейности, инструменти и канали се предопределя основно от спецификата на целевите групи, техните очаквания и нагласи. Изключително важно е да се използват тези дейности, инструменти и канали, които дават най-голяма гаранция посланието да стигне до желаната аудитория.

Сравнението на социологическите данни сочи, че намирането на информация чрез печатни материали, разпространявани официално, и чрез кореспонденция със служители от централната администрация е намаляло няколко пъти. В същото време намирането на информация чрез електронни и печатни медии остава почти непроменено. Получаването на информация чрез Интернет и семинарно обучение се е увеличило и е станало доминиращо. Достъпът до Интернет е както ценен източник, тъй



като се използва интензивно, така и проблем, тъй като за много организации той не е сред основните им източници на информация. Освен това именно достъпът до Интернет се оказва разграничителен фактор между организациите по отношение на много аспекти на капацитета. По принцип информацията се получава от източници и чрез използването на канали, които са различни по своята същност: НПО са ориентирани към Интернет и семинарите, докато бизнеса предпочита телевизията и пресата.

Другият основен проблем е голямата разлика в нивото на осведоменост между столицата и другите големи градове от една страна и по-малките градове и селата от друга страна. Има значителна разлика в осведомеността и мотивираността за използване на източниците на информация.

Според проучването на Алфа Рисърч от април 2007 г. само 27 % от хората в страната ползват Интернет в сравнение със София, където този процент е 56 %. Друга важна констатация от едно проучване на Витоша Рисърч от 2006 г., включена в годишния доклад 'Е-България 2006' показва, че само 4.2 % от населението във възрастовата група 50-69 години и 13.3% във възрастовата група 30-49 години имат средствата и знанията да използват Интернет.

Заклучението е, че въпреки че комуникационните технологии очевидно са важни, личният контакт остава ключов особено за хора, които нямат уменията или средствата за достъп и ползване на тази информация. Това е от особена важност в случаите на малцинствата, хората с увреждания, жителите на селските райони, възрастните хора, хората с най-ниски доходи и другите уязвими групи.

За постигането на целите на плана и за удовлетворяване на потребностите на целевата група бе установена добре балансирана и преценена комбинация от средства. Някои от използваните инструменти за обхващане на вътрешната и външната аудитория са:

- Единния Интернет портал за СКФ, който се използва заради неговата висока скорост на достъп и дългосрочен ефект,
- Информационните мрежи на централно и местно ниво като двупосочни инструменти за директна комуникация, използвани и като комуникационни канали, с многофункционален ефект на много нива, осигуряващи бързо и всеобхватно покритие
- Публичните събития като конференции и семинари, които се характеризират с голяма дълбочина на посланията към целевите групи и с умерена скорост на достигането до тях,
- Постоянната работа с широк кръг от медийни партньори (телевизия, радио и преса), осигуряваща задълбоченост на комуникацията и сравнително висока степен на достигане до заинтересованите лица,
- Многобройните информационни материали, които увеличават постоянното въздействие върху обществеността с тяхната дълготрайност и висока степен на проникване на посланията.



| ЦЕЛЕВА ГРУПА | КОМУНИКАЦИОННИ И ДЕЙНОСТИ | КОМУНИКАЦИОННИ ИНСТРУМЕНТИ | КОМУНИКАЦИОННИ КАНАЛИ |
|------------------------------------|--|---|---|
| Вътрешна целева група | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Вътрешна комуникация; ✓ Работни срещи и дискусии; ✓ Обучения; ✓ Учебни посещения в държави-членки на ЕС; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Вътрешни правила за работа на институцията; ✓ Материали от обученията; ✓ Единен Интернет портал за СКФ; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Официална кореспонденция; ✓ Кореспонденция по електронна поща; ✓ Лични контакти и неформална комуникация ✓ Мрежа от служители по комуникацията |
| Външна целева група | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Информационна кампания; ✓ Рекламна кампания; ✓ Медийна кампания; ✓ Кампания в Интернет; ✓ Информационни и дискуссионни форуми; ✓ Обучения; ✓ Роуд шоу; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Визуален брандинг; ✓ Информационни материали – брошури, дипляни, листовки; ✓ Рекламни материали със съответната визуализация; външна реклама; ✓ Актуална, достоверна и навременна информация в Интернет портала; ✓ Допълнителни материали от публичните събития, в т.ч. и от обученията; ✓ Областни информационни центрове | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Телевизионни канали ✓ Радио станции ✓ Ежедневници ✓ Седмичници ✓ Списания ✓ Специализирани медии; ✓ Външна реклама /билбордове, плакати/ ✓ Информационни брошури /листовки, дипляни/ ✓ Интернет/ Единен Интернет портал за СКФ ✓ Областни информационни центрове |
| Целева група на медиаторите | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Информационна кампания; ✓ Рекламна кампания ✓ Медийна кампания; ✓ Кампания в | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Визуален брандинг; ✓ Информационни материали – брошури, дипляни, листовки; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Телевизионни канали ✓ Радио станции ✓ Ежедневници ✓ Седмичници ✓ Списания |



| | | | |
|--|---|--|---|
| | <p>Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Информационни и дискуссионни форуми; ✓ Обучения; ✓ Роуд шоу; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Рекламни материали за програмата със съответната визуализация; външна реклама; ✓ Актуална, достоверна и навременна информация в Интернет портала; ✓ Допълнителни материали от публичните събития, в т.ч. и от обученията; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Специализирани медии; ✓ Външна реклама /билбордове, плакати/ ✓ Информационни брошури /листовки, дипляни/ ✓ Интернет ✓ Областни информационни центрове |
| <p>Медии – освен че спадат към групата на медиаторите, те са и специализиран канал за комуникация. Това предполага и специален инструментариум при комуникацията с тях. При изпълнение на КП ще се работи с националните, регионалните и международните медии.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Информационна кампания; ✓ Рекламна кампания ✓ Медийна кампания; ✓ Кампания в Интернет; ✓ Информационни и дискуссионни форуми; ✓ Обучения; ✓ Роуд шоу; ✓ Учебни посещения на български журналисти в държави-членки на ЕС; ✓ Посещения в България на представители на международните медии; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Прессъобщения; ✓ Резюмета; ✓ Анализи; ✓ Специализирани интервюта; ✓ Визуален брандинг; ✓ Информационни материали – брошури, дипляни, листовки; ✓ Рекламни материали за програмата със съответната визуализация; външна реклама; ✓ Актуална, достоверна и навременна информация в Интернет портала; ✓ Допълнителни материали от публичните събития, в т.ч. и от обученията; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Пресконференции ✓ Брифинги ✓ Интернет портал ✓ Лични комуникации с журналистите |
| <p>Широка общественост</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Информационна кампания; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Визуален брандинг; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Телевизионни канали ✓ Радио станции |



| | | | |
|--|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Рекламна кампания ✓ Медийна кампания; ✓ Кампания в Интернет; ✓ Информационни и дискуссионни форуми; ✓ Обучения; ✓ Роуд шоу; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Информационни материали – брошури, дигитални, листовки; ✓ Рекламни материали със съответната визуализация; външна реклама; ✓ Актуална, достоверна и навременна информация в Интернет портала; ✓ Допълнителни материали от публичните събития, в т.ч. и от обучението; ✓ Областни информационни центрове | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ежедневници ✓ Седмичници ✓ Списания ✓ Специализирани медии; ✓ Външна реклама /билбордове, плакати/ ✓ Информационни брошури /листовки, дигитални/ ✓ Интернет ✓ Областни информационни центрове |
|--|--|---|--|

Описание на комуникационните инструменти, дейности и канали:

I. Основни дейности, инструменти и канали

Създаване на визуална марка за общата структурна политика на ЕС в България:

Съгласно посоченото в Националната комуникационна стратегия на НСРР, един от основните инструменти ще бъде разработването на лого на НСРР, изобразяващо интервенциите на общата структурна политика на ЕС в България. Визуалните символи ще включват елементи от българската национална идентичност и идентичността на обединена Европа, комбинирани с идеята за развитие. Избраното лого ще направи възможно визуализирането и популяризирането на единната концепция, съдържаща се в НСРР. Логото ще се използва за всички програми заедно с логото на ЕС. Ще бъдат разработени допълнителни указания и насоки за видовете лого и графичното използване на логото. В случаите където оперативните програми вече са разработили свое собствено лого, то ще бъде също използвано в съответствие с гореспоменатите насоки.

Единен Интернет портал за СКФ:

Постановление на Министерски съвет № 6 от 19 януари 2007 г. положи основите на създаването на единен Интернет портал за обща информация за управлението и прилагането на Структурните фондове и Кохезионния фонд в България. Целта на



портала е да предоставя обща информация на заинтересованите страни, предлагайки лесен и бърз достъп до желаната информация.

Интернет страницата www.eufunds.bg работи и предлага подробна информация за свързаните със СКФ документи, стратегически и оперативни въпроси, редовни събития, предстоящи и текущи търгове, копия от материали и презентации от семинари. В съответствие с инициативите на ЕК за пълна прозрачност и нормативните изисквания на него се публикува и списък на бенефициентите. Съществуващата Интернет страница ще бъде трансформирана в единен информационен портал, представящ информация за СКФ на ЕС в България.

Порталът ще изпълнява следните функции:

1. Интернет наричник за неограничена информация за СКФ, насочена към широката общественост, потенциалните кандидати, социалните и икономическите партньори, общините и НПО.
2. Виртуален офис – осигуряващ ограничен достъп на определена група служители от държавната администрация, които ще участват в процеса на подаване на информация за ОП. Освен това порталът ще подпомага координацията между институциите и по-конкретно между служителите, ангажирани в процеса на усвояване на средствата от СКФ.

Предоставяните данни ще обхващат актуална информация за Структурните фондове и Кохезионния фонд, процеса на усвояване на средствата, актуални и приключени операции, търгове, новини и информационни материали. Порталът ще включва актуални снимки и система за въпроси и отговори, което ще улесни контакта с потребителите. Необходимата информация ще бъде събрана на едно място и ще бъде представена в удобен език и формат. В резултат на това ще се постигне прозрачност и лесен достъп.

Структурата на портала ще дава възможност за бързо ползване, както и за включване на неограничен брой менюта и под-менюта, от които ще има връзка към документи, снимки и свалящи се файлове. Предвижда се да бъдат включени следните основни задължителни компоненти: регламенти на ЕС относно Структурните фондове; законодателна рамка; стратегически програмни документи; процедурни ръководства, наричаници и правила; информация за завършени проекти; ръководства и формуляри за кандидатстване; търгове и процедури; актуални новини относно реализирането на СКФ на ЕС; оперативни програми; публично-частно партньорство.

Дизайнът на портала ще бъде съобразен с изискванията за сайтовете на ЕС. С грижа за хората със зрителни затруднения, страницата ще бъде специално проектирана за тяхно улеснение.

ИНФОРМАЦИОННИ МРЕЖИ

Информационна мрежа на централно и на местно ниво

Мрежа на централно ниво:

Както се посочва в Националната комуникационна стратегия Централният информационен офис отговаря за изграждането и поддържането на информационна



мрежа, включваща експертите, ангажирани с мерките за информация и публичност /ИП/ в рамките на УО на ОП.

Изграждането на Национална мрежа на служителите по комуникацията ще гарантира сътрудничеството и партньорството между експертите и институциите, участващи в изпълнението на Националната комуникационна стратегия и отговорни за информацията и публичността на СКФ в България. Основната цел на Националната мрежа на служителите по комуникацията е да установи комуникация и координация между всички планирани комуникационни дейности и да осигури координирано и по-ефикасно използване на ресурсите за разпространение на информация и предаване на единни послания, за повишаване на обществената информираност по отношение на ЕС, НСРР и ОП. Едно от най-важните следствия е избягването на припокриване и дублиране между планираните дейности по всички оперативни програми, включително двете, финансирани от ЕСФ. Мрежата също така ще обменя добри практики, ще споделя опит и ще идентифицира инструменти за увеличаване на осведомеността и подобряване на видимостта и прозрачността на усвояването на СФ и ще работи в тясно сътрудничество със сходни структури на ниво ЕК (Infom) и с мрежи на служителите по комуникацията в държавите членки.

Националната мрежа на служителите по комуникацията също така ще спомогне за повишаване на квалификацията на експертите, ангажирани с изпълнението на мерките за информация и публичност относно СКФ и ще подкрепя процеса на комуникация при поискване от съответните УО.

Отговорности на Централния информационен офис

За информацията и публичността

ЦИО отговаря за изпълнението на мерките за информация и публичност в следните аспекти:

- Обща социално-икономическа политика на ЕК и характерни особености за България,
- Териториално измерение на политиките на ЕС както се посочва в Договора за реформи и ефект на местно ниво,
- Общата политика на ЕК за развитието на регионите,
- Структурните фондове, Кохезионния фонд на ЕС, техните приоритети и цели,
- НСРР и НПР,
- Оперативните програми на ниво стратегия, цели и приоритети,
- Постигания на финансирането от ЕС в България, засилващи впечатлението за осезаемост и постижимост на визията на НСРР и целите за развитие на страната.

За координацията

ЦИО има водеща роля в процеса на координиране на комуникационните планове на всички ОП. Планираните мерки и кампании за изпълнението на КП на ОП се координират ежегодно. Дейностите по изпълнение на мерките за информация и публичност се координират ежемесечно. ЦИО поддържа единния уебсайт (www.eufunds.bg), съдържащ информация за НСРР, ОП и СКФ като цяло, а също и



линкове към уебсайтовете на отделните ОП и на Комисията. Поне два пъти годишно ЦИО организира координационни срещи с ръководителите и експертите, ангажирани с мерките за информация и публичност в УО на ОП.

Отговорности на експертите/ звената за информация и публичност към УО на ОП

За информацията и публичността

УО на ОП отговарят за изпълнението на мерките за информация и публичност в следните аспекти:

- Съдържание на оперативните програми и тяхната връзка с НСРР,
- Информация за потенциалните бенефициенти относно възможностите и изискванията за финансиране от съответната оперативна програма,
- Дейности на междинните звена,
- Изготвяне и изпълнение на оперативните програми,
- Представяне на постиженията на оперативните програми,
- Популяризиране на европейската политика за сближаване и на европейските политики, които се изпълняват посредством съответната оперативна програма.

За координацията

УО на ОП имат водеща роля за координирането на мерките за информация и публичност на МЗ за съответната ОП. Всеки УО на ОП поддържа специализиран уебсайт с информация за дейностите по съответната ОП, който включва и информация за дейностите на съответните МЗ и линкове към техните уебсайтове, единния уебсайт за СКФ, поддържан от ЦИО, и уебсайта на Комисията. Всеки УО трябва да определи своите собствени специфични целеви групи, най-ефективните комуникационни канали и послания. КП на ОП ще осигурят възможност за актуализиране на информацията, посланията и инструментите в съответствие с разнообразието от нива на информация на целевите групи и обществената подкрепа за различните приоритети и теми.

Информационна мрежа на местно ниво:

За да се осигури географско покритие за територията на България бе приет мрежови подход на ресурсни центрове. С цел да се постигне равенство и прозрачност и за осигуряване на непосредствен и подходящ достъп до информация по отношение на целите на политиката за сближаване на ЕС и НСРР, се предвижда създаването и координирането от Централния информационен офис на мрежа от 27 областни информационни центъра (ОИЦ) и един Централен информационен координационен офис. Те ще гарантират правото на справедлив и пълен достъп до информация за възможностите за финансиране за всички социални, етнически и възрастови групи из цялата страна, като осигуряват широк набор от възможности за получаване на тази информация. Тяхното изграждане допълнително ще увеличи прозрачността и популяризирането на използването на средствата от ЕС в България.

Областните информационни центрове ще функционират като “**едно гише**”, където широката общественост може да отиде за общ съвет по Структурните фондове, НСРР и обхвата и мерките на оперативните програми, механизмите на функциониране,



реализирането и управлението на финансирането от СФ, европейското и националното законодателство в тази сфера, и т.н. ОИЦ ще имат на свое разположение специално разработена база данни, осигуряваща цялата необходима информация в структурирана и удобна за потребителите форма, което ще даде възможност да се отговаря на запитвания от всякакъв вид или те да бъдат пренасочвани компетентно, осигурявайки възможност на клиентите да задават въпроси от различен характер.

Мрежата ще работи в тясно сътрудничество с други подобни структури в рамките на останалите ОП (мрежа на бенефициенти, МЗ, служители по информация и публичност), които имат различен предмет на дейност, а именно – оказват подкрепа на сътрудничеството между бенефициентите, развиват мерки за укрепване на капацитета, предоставят експертни съвети и консултации и се занимават единствено с въпроси и дейности, свързани с тяхната собствена оперативна програма.

За сравнение, областните информационни центрове ще са в състояние да предоставят информация по **въпроси от общо естество за всички ОП**, като осведомяват посетителите за принципни процедури и правила, свързани с финансирането на проекти по СФ и с процесите на изпълнение, със законодателната и нормативна рамка. Информационната система и горещата линия на мрежата ще бъдат разработени по начин, позволяващ интегрирането и взаимовръзката с другите съществуващи регионални информационни структури, част от финансирани от ЕС или национални инициативи (като например информационните центрове Europe Direct).

Базата данни ще бъде разработена и редовно осъвременявана в тясно сътрудничество с всички ОП, осигурявайки по този начин предоставяне на компетентна, прецизна, актуална и опростена информация на място на всички посетители. Централният информационен офис ще подпомага връзките между всички тези структури и областните информационни центрове и ще отговаря за общото управление на процеса. ОИЦ също така ще предоставят на посетителите информация за обявените покани за подаване на предложения и търгове по всички ОП, изпълнението на проектите и статуса на по-късните етапи, ще им предоставят достъп до специализирана литература и рекламни материали и ще дават на всички ОП възможност да разпространяват информация.

Също така, всички областни информационни центрове ще дават достъп до информация чрез отговаряне на запитвания, отправени по телефон, по поща, чрез имейл, факс или чрез Интернет. Освен това всеки областен информационен център ще разполага със специално оборудване за **само-информиране, което ще е на разположение на посетителите**.

В подкрепа на действията на националната мрежа на областните информационни центрове ще бъде основана **гореща линия** като част от мрежовата структура. Тя ще има за цел да оказва помощ в намирането на информация, насочването на потребителите към допълнителни специфични източници и обслужването на населението, което няма директен достъп до Интернет или физически достъп до областен информационен център.

Специално проектирана система за управление на съдържанието (CMS) ще поддържа редица допълнителни характеристики като автоматично генериране на електронен **бюлетин**, абонамент за **календар на събитията** и управление на събитията,



възможности за обратна връзка, инструменти за оценка и наблюдение, хелп-деск, модул за управление на промоционални материали, модул за генериране на статистически данни и доклади и т.н.

II. Други дейности, инструменти и канали

Събития: серии от информационни събития като публични форуми, срещи по места, семинари, конференции и представяне на помощни информационни и промоционални материали (като папки, прес-материали, химикалки, сувенири по време на събитията) за постигане на висока публична осведоменост за главните стратегически и програмни документи за усвояването на Структурните и Кохезионния фондове на ЕС и ясно разбиране на процеса, както и осигуряване на разбиране и признаване на ролята на Общността.

В рамките на различните планирани дейности управляващият орган ще е отговорен за организацията на следните мерки по информация и публичност, съгласно член 7 от Регламент 1828/2006 на ЕК:

- a) Едно голямо публично събитие, популяризиращо старта на оперативната програма;
- b) Поне едно голямо публично събитие на година, както е заложено в комуникационния план, което да представя постиженията на оперативната програма, включително и големите проекти, където е приложимо;
- c) Развяване на знамето на Европейския съюз на 9 май за една седмица пред помещенията на УО;
- d) Публикуване, електронно или по друг начин, на списъка с бенефициенти, наименованията на дейностите и стойността на публично финансиране, определено за дейностите.

Информационен форум се състоя по повод официалното представяне на ОПТП, на който бяха представени основните цели и приоритети на Програмата за периода 2007 – 2013 г.

Събитието се проведе на 12 ноември, т.е. пет дни след одобрението на Програмата от Комисията, в зала „Средец“ на Шератон София Хотел Балкан. То бе посетено от повече от 150 представители на бенефициенти, местните и регионални власти, централната администрация, НПО, социалните и икономически партньори и журналисти. Програмата на събитието включваше официално откриване от министъра на финансите, обръщение от г-н Майкъл Хъмфрис, шеф на Представителството на ЕК в България, презентация на г-жа Мира Янова от МБМД на резултатите от социологическо проучване на готовността на потенциалните бенефициенти да усвояват финансовите ресурси от СКФ, презентация на ОПТП от г-жа Галина Михайлова, началник на отдел „ОПТП“ и панел „Въпроси и отговори“, последван от официален коктейл. Г-жа Боряна Пенчева, директор на дирекция „Управление на средствата от ЕС“ в Министерството на финансите беше модератор на събитието. Беше представена обща информация за Оперативната програма, нейните цели и приоритети, сумата на публичните финанси, определени за дейностите. Събитието беше отразено от повече от 25 печатни и електронни медии в повече от 40 публикации и излъчвания на национално и регионално ниво.



Информационни и промоционални материали, съобразени с графичната концепция на ОПТП, бяха осигурени за всички участници в официалното представяне на програмата. Рекламни плакати бяха изработени специално за събитието. Всеки гост получи комплект от промоционалните и информационни материали на ОПТП – покани, програми, торбички, папки, нотбук, химикали, брошури, чадъри и филм, представящ усилията на Министерството на финансите да повиши обществената информираност чрез популяризация на политиките на ЕС.

В съответствие с Европейската инициатива за прозрачност и изискванията в член 7, т.2, д) в прилагания Регламент 1828/2006, УО на ОПТП публикува електронно списъка с бенефициенти, наименованията на проектите и стойността на публичното финансиране, отпуснато за дейностите. Информацията се намира на националния уебсайт за Структурните и Кохезионния фондове www.eufunds.bg. На уебсайта е публикувана допълнителна информация за ОПТП като основни дейности, правила, ръководства.

Публикуваните данни за бенефициентите на ОПТП могат да бъдат намерени на следния линк: <http://www.eufunds.bg/?cat=277>

Списъкът с бенефициенти ще бъде актуализиран при одобряване на нов проект. След приключването на всеки проект и след последното плащане по него, първоначално определената сума ще бъде заменена с реално изплатените средства. УО на ОПТП също така е публикувала информация за бенефициентите в специална брошура.

Връзки с медиите – активен диалог с журналистите, осигуряване на съдействие за статии и програми, осъществяване на копродукции, пресконференции, брифинги, прессъобщения, журналистически дискусии и пътувания, обучения и консултации, целящи популяризиране на планираните цели и насочени към представители на медиите, широката общественост, бенефициентите, потенциалните кандидати, професионалните общности, проектните целеви групи, вътрешните целеви групи и органите, отговорни за изпълнението. Медиите са един от основните канали за ефективно достигане до широката общественост и потенциалните бенефициенти. В хода на изпълнение на комуникационния план на ОПТП те ще бъдат един от основните партньори за осъществяване на комуникацията с целевите аудитории. За тази цел УО на ОПТП ще провежда медийна комуникация най-вече с акцент върху регионалните медии, на които регулярно и методично ще се предоставя експертна информация, така че те да могат да отговорят адекватно на интереса на широката общественост. Обикновено регионалните медии изпитват недостиг на информация и липса на пряк контакт с централната администрация. Поради тази причина те биха могли лесно да бъдат привлечени за партньори, в ролята им на медиатори, достигащи до всеки отделен човек в територията им на покритие. От друга страна и местните аудитории ще възприемат получаваната от медиите в конкретния регион информация като по-достоверна и близка до собственото им ежедневие.

Ефективната комуникация с централните и регионални медии ще се осъществява чрез активен диалог с журналистите, отразяващи икономическа и финансова тематика. За ефективното реализиране на комуникационните дейности по ОПТП е необходимо постоянното и наситено присъствие на темата в националните и регионални медии, в съответните форми – интервюта, специализирани материали, репортажи, представяне на добри практики, експертни мнения, европейски опит. Регулярно ще се организират на централно ниво и по места пресконференции, брифинги, журналистически дискусии



и пътувания, обучения и консултации, популяризиращи СКФ. Целта е да се подготвят добре информационните канали, за да достига точна и актуална информация до широката общественост и целевите аудитории.

Публикации - оформяне, отпечатване и разпространение на материали (външни – документи, програми, доклади, насоки, плакати, брошури, листовки и т.н., и вътрешни – наръчници, инструкции, правила и т.н.) за популяризиране на мерки и отделни аспекти на процеса на управление, контрол и изпълнение на проектите, а в последствие и примери за добри практики.

Стандартна медия - създаване и разпространение на информационни и образователни текстове, които да се публикуват и излъчват в печатните и електронни медии, външни медии, Интернет рекламиране, телевизионни и радио предавания, рекламни филми, реклама в национални и регионални вестници и списания, редакционни и рекламни материали.



IX. БЮДЖЕТ

Оперативна програма „Техническа помощ” осигурява обща хоризонтална подкрепа за координацията, контрола, прилагането и оценката на Структурните фондове и Кохезионния фонд в България. Една от целите на ОПТП е да подобрява информираността и осведомеността на обществото за ефективното и ефикасно използване на СКФ в България. До февруари 2013 г. бюджет от 16 043 776 евро е отделен по Приоритетна ос 3 за популяризиране на европейската политика за сближаване и изпълнение на комуникационни дейности и мерки по осигуряване на информация и публичност, от които 13 637 210 евро са средства от ЕФРР. След месец февруари до края на 2015 г. за тази цел е определен бюджет от 15 079 630 евро от които 12 817 685 евро от ЕФРР, съгласно искането за модификацията на ОПТП изпратено на ЕК на 13.02.2013г. чрез SFC2007.

Бюджет, отделен по ПОЗ на ОП “Техническа помощ” до 13.02.2013 г.

| | Година | Средства от ЕФРР | Национално съ-финансиране | Общо в евро | % за година |
|-----|--------------------|------------------|---------------------------|-------------|-------------|
| N+3 | 2007 | 991777 | 175 019 | 1 166 796 | 7,3 |
| | 2008 | 1 451 832 | 256 206 | 1 708 038 | 10,7 |
| | 2009 | 1 976 837 | 348 854 | 2 325 691 | 14,5 |
| | 2010 | 2 083 074 | 367 601 | 2 450 675 | 15,3 |
| N+2 | 2011 | 2 230 131 | 393 553 | 2 623 684 | 16,3 |
| | 2012 | 2 378 010 | 419 649 | 2 797 659 | 17,4 |
| | 2013 | 2 525 549 | 445 685 | 2 971 234 | 18,5 |
| | Общо | 13637210 | 2 406 567 | 16 043 777 | 100,00% |
| | % от бюджета на ОП | 24% | 4% | 28% | |



| Дейности | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | Total |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Разбивка на Дейност 1 | | | | | | | | |
| Събития и информационна мрежа на централно ниво | 15,40% | 16,40% | 13% | 12% | 12% | 11% | 11% | |
| Връзки с медиите | 7,40% | 20,40% | 18% | 17% | 16% | 15% | 14% | |
| Публикации и разпространение на информация | 4,20% | 3% | 6% | 6% | 6% | 5% | 8% | |
| Комбинация от стандартни медии | 6% | 5,20% | 16% | 23% | 24% | 29% | 27% | |
| Общо по Дейност 1 - Подпомагане на публичните информационни кампании за европейската политика за сближаване и управление на Информационната мрежа на национално ниво | 33% | 45% | 53% | 58% | 58% | 60% | 60% | 8 809 900 |
| Дейност 2 - Осигуряване на подходящи статистически данни и анализи и управление на единния информационен Интернет портал за СКФ | 5% | 2% | 7% | 3% | 2% | 2% | 2% | 476 125 |
| Дейност 3 - Функциониране на Информационна мрежа на регионално ниво от 28 областни информационни центрове за политиката за сближаване в България. | 62% | 53% | 40% | 39% | 40% | 38% | 38% | 6 757 752 |
| Отделена сума по ОПТП годишно | 1 166 796 | 1 708 038 | 2 325 691 | 2 450 675 | 2 623 684 | 2 797 659 | 2 971 234 | 16 043 777 |



Актуализиран бюджет на ПО 3 на ОП „Техническа помощ“ към 14.05.2013 г.

| ПРИОРИТЕТНА ОС 3 | | |
|---|--|----------------------|
| Мярка за подкрепа | Индикативно разпределение на средствата | |
| | EUR | BGN |
| Проект 0009-ЦИО-3.0 „Повишаване информираността относно перспективите и възможностите, предлагани от ЕС по линия на Структурните фондове и Кохезионния фонд в България” (Централният информационен офис) | 208 500,58 | 407 791,69 |
| Мярка на подкрепа 1 (Централното координационно звено, Централният информационен офис) | 2 725 185,73 | 5 330 000,00 |
| Мярка на подкрепа 2 (Централното координационно звено, Централният информационен офис, Държавна агенция „Архиви”) | 4 007 967,08 | 7 838 902,26 |
| Мярка на подкрепа 3 (Централното координационно звено, Централният информационен офис, Общините, на чиято територия са административните центрове на 28-те области в Република България (в партньорство с организации, които са приемни структури на офиси от информационната мрежа „Европа директно”, други общини, областни администрации и неправителствени организации с опит в предоставянето на информация за европейските политики) | 8 137 976,61 | 15 916 498,79 |
| Общ размер на средствата | 15 079 630,00 | 29 493 192,74 |



X. ОТГОВОРНОСТИ

УО на ОПТП отговаря за изпълнението на дейностите по информация и публичност и за съответствието на всички мерки по оперативната програма с изискванията за публичност и информация, определени с Регламент на Комисията № 1828/2006 през целия програмен период. Оперативна програма „Техническа помощ” е разработена в съответствие с принципите и правилата за партньорство, програмиране, оценка, комуникации, управление, включително стабилно финансово управление, наблюдение и контрол.

УО и ЦИО ще отговарят съвместно за изпълнението на КП и за комуникационните кампании и действия.

Във връзка с Европейската инициатива за прозрачност и изискванията по член 7, ал. 2, (г) от Прилагания регламент (ЕО) № 1828/2006, УО на ОПТП публикува електронно списъка на бенефициентите, наименованията на проектите и сумата на публичните средства, разпределени за операциите. Информацията може да се намери на националния уебсайт за Структурните и Кохезионния фондове www.eufunds.bg. На уебсайта е публикувана допълнителна информация за ОПТП, напр. основни дейности, правила, насоки.

Информацията по публикуването на бенефициентите на ОПТП могат да се намерят със следния линк: <http://www.eufunds.bg/bg/page/15>

Списъкът на бенефициентите ще се актуализира при одобряване на нов проект. След приключването на всеки проект и след окончателното плащане първоначалната цифра за ангажимента ще бъде заменена от ефективно платената сума. УО на ОПТП е публикувал и информация за бенефициентите в специална брошура.

ОТГОВОРНОСТИ НА УПРАВЛЯВАЩИЯ ОРГАН

УО представя Комуникационния план за одобрение от Комитета за наблюдение на ОПТП и информира Комитета за следното:

- Напредъка в изпълнение на Комуникационния план ;
- Изпълнените мерки за информация и публичност;
- Примери за използвани информационни средства или продукти;
- Използваните средства за комуникация.

Годишният доклад и окончателният доклад за изпълнението, посочени в чл. 67 на Регламент на Комисията № 1083/2006 за дадената оперативна програма включват следното:

- Примери за мерки за информация и публичност по оперативната програма, предприети в изпълнение на Комуникационния план;



- Параметрите и условията, при които са изпълнени мерките за информация и публичност, включително, когато е приложимо, и електронен адрес, на който могат да бъдат намерени тези данни;
- Съдържанието на най-важните изменения в Комуникационния план.

Годишният доклад за изпълнението за 2010 г. и окончателният доклад за изпълнението ще съдържат раздел за оценка на резултатите от мерките за информация и публичност от гледна точка на прозрачността, осведомеността за оперативните програми и изпълняваната от Общността роля.

ОТГОВОРНОСТИ НА СЛУЖИТЕЛЯ ПО ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ

В съответствие с изискванията на Европейската комисия УО има позиция служител по информация и публичност, който е отговорен за комуникационните дейности по ОП. Основните задължения на служителя по комуникацията са свързани с:

- Планиране, координиране и наблюдение на изпълнението на Комуникационния план на ОПТП;
- Изпълнение на дейностите по публичност и информация, насочени към вътрешните целеви групи;
- Подготовка на доклади до Комитета за наблюдение относно напредъка по изпълнението на информационните и комуникационни дейности, използваните комуникационни средства, както и предоставянето на конкретни примери за предприети мерки;
- Редовно предоставяне на информация, свързана с изпълнението на ОПТП, с цел поддържане и актуализиране на Интернет портала www.eufunds.bg;
- Подготовката на прес-съобщения, свързани с изпълнението на ОПТП;

Служителят по информация и публичност ще бъде част от Информационната мрежа на централно ниво на служителите по комуникацията на ОП и СКФ. Чрез нея ще се установи комуникация и координация между планираните комуникационни дейности по всички ОП.

ОТГОВОРНОСТИ НА ЦЕНТРАЛНИЯ ИНФОРМАЦИОНЕН ОФИС

ЦИО отговаря за:

- Планирането на Комуникационни план на ОПТП;
- Планирането, подготовката и изпълнението на всички дейности по публичност и информация, предвидени по ОПТП;
- Изпълнението на дейностите по публичност и информация, насочени към външните целеви групи и групата на медиаторите;
- Планирането и разработването на Националната комуникационна стратегия на НСРР;
- Изпълнението на мерките, заложи в Националната комуникационна стратегия на НСРР;



- Осигуряването на статистическа информация, данни и анализи на икономическата ситуация и оценка на въздействието от европейското финансиране;
- Създаването и поддържането на единен портал за обща и специализирана информация за управлението на СКФ на ЕС;
- Създаването, развиването и осигуряването на функционирането на информационна мрежа на централно и местно ниво;

ОТГОВОРНОСТИ НА БЕНЕФИЦИЕНТИТЕ

Съгласно Регламент на Комисията (ЕО) No 1828/2006 за определяне на правилата за изпълнение на Регламент на Съвета (ЕО) No 1083/2006 от 11 юли 2006 г. относно определянето на общи разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие, Европейския социален фонд и Кохезионния фонд бенефициентите също имат ясни задължения по отношение на дейностите за информация и публичност.

По-конкретно бенефициентите са отговорни за спазване на изискванията, посочени в чл. 8 и чл. 9 от Регламент на Комисията (ЕО) № 1828/2006.

Бенефициентите, изпълняващи проекти по ОПТП трябва да информират широката общественост, целевите групи и участниците в него, че проектът се осъществява с финансовата подкрепа на оперативна програма “Техническа помощ”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие чрез използването на следните задължителни елементи за визуализация съгласно “Указания за прилагане на мерки за информиране и публичност по Оперативна програма „Техническа помощ” (02.05.2011 г.)

1. Емблемата на Европейския съюз, представена чрез флага на ЕС, в съответствие с графичните стандарти, установени в Приложение I към Регламент (ЕО) № 1828/2006 г.;
2. Пълното наименование на ЕС - **“Европейски съюз”**;
3. Пълното наименование на ЕФРР – **“Европейски фонд за регионално развитие”**;
4. Слоганът на ЕФРР, подчертаващ получената добавена стойност на финансирането от ЕС – **„Инвестираме във вашето бъдеще”**;
5. Логото на Оперативна програма “Техническа помощ”, съдържащо наименованието на програмата;
6. Логото на НСРР, съдържащо наименованието на Националната стратегическа референтна рамка;
7. Електронният адрес на Единен информационен портал за обща информация за управлението на Структурните фондове и Кохезионния фонд на Европейския съюз в Република България – www.eufunds.bg.
8. Наименованието на проекта и номера на договора за предоставяне на БФП по проекта от ИСУН.

Наименованията на ОПТП и ЕФРР могат да бъдат съпътствани от следната информация:



“Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на оперативна програма “Техническа помощ”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.”

Всеки бенефициент следва да упомене, че е получил финансова помощ от Европейския фонд за регионално развитие чрез ОПТП в информацията, предоставяна на целевата група по проекта, във всички доклади по изпълнението на проекта (междинни и заключителен), в каквито и да било документи, свързани с изпълнението на дадена дейност (включително сертификати за участие и други сертификати, издавани от бенефициента при провеждане на обучения на целевата група по проекта) и при всякакви контакти със средствата за масово осведомяване.

XI. НАБЛЮДЕНИЕ 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 редовно от Комитета за наблюдение 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 се отнася за ефикасност, ефективност, устойчивост и влияние, в контекста на поставените цели.

Съгласно чл. 4 на Регламент на Комисията № 1828/2006, Управляващият орган има задължение да предоставя регулярни доклади за изпълнението на Комуникационния план на Комитета за наблюдение на програмата, както и на Европейската комисия. По-конкретно УО е длъжен да :

- Информира Комитета за наблюдение за Комуникационния план и напредъка по него за извършените комуникационни и информационни дейности (като се предоставят примери за тези дейности) и за използваните комуникационни средства;
- Включва в годишния доклад и в окончателния доклад за изпълнението на ОП „Техническа помощ” примери за мерките за информация и публичност, за публикуването на списък с бенефициентите (споменат в чл. 7, ал. 2, т. д от Регламент на Комисията № 1828/2006), и съдържанието на основните промени на Комуникационния план. Докладите се изпращат в Европейската комисия;
- Включва в годишния доклад за 2010 г. и в окончателния доклад отделна глава за оценка на резултатите от мерките за информация и публичност по отношение на прозрачност, информираност на ОП „Техническа помощ” и за ролята на Общността.



Имайки предвид добрите практики на ниво ЕС наблюдението и оценката на комуникационните дейности ще бъдат възложени навън. Оценката ще се основава на внимателно планиране и последователно използване на техники за проучване, така че оценката да не бъде повлияна от лични пристрастия или субективни мнения. За целите на оценяването на комуникационните дейности ще се използват качествени и количествени данни. За целите на средносрочните и последващите оценки и за измерване на въздействието и устойчивостта ще се използват допълнителни изследвания, социологически проучвания, фокусни групи и други инструменти.

Оперативната функция изисква наличие на тясна връзка между процесите на наблюдение и оценка. Системите за наблюдение ще бъдат проектирани по такъв начин, че да генерират своевременни и надеждни данни, които ефективно допринасят за процеса на оценка от гледна точка както на осигуряването на информация за решенията за възлагане на оценките, така и на предоставянето на необходимите данни на оценителите.

Национално представителни социологически проучвания, анкети, анализи, прес-клипинги, фокусни групи и т.н. ще бъдат използвани, за да се преценят преките и непреки резултати от дейностите по информация и публичност като например нагласи, отношение към програмата на различните аудитории и тяхната реакция.

За наблюдение и оценка на комуникационните дейности ще бъдат използвани следните **индикатори**:

| Комуникационен инструмент | Целева група | Индикатор изходни данни | Индикатор за резултат | Общи индикатори за резултат |
|--|---------------------|---|--|---|
| Прессъобщения Тематични интервюта, статии, предавания и материали | Всички целеви групи | Брой организирани радио и телевизионни интервюта Брой организирани интервюта Брой реализирани пресъобщения <i>Източник: пресклипинг, ЦИО УО,</i> | Брой публикувани интервюта/ пресъобщения в печатните медии Брой реализирани тематични статии, предавания Рейтинг на предаванията в електронните медии, съдържащи материали за ОПТП и СКФ <i>Източник: социологически проучвания, ТВ и радио мониторинг</i> | Дял от анкетираните, запознати с ОПТП и СКФ по комуникационни канали и инструменти. Брой участници в операции, финансирани от ОПТП и по СКФ въобще от целевите групи <i>Източник: УО,</i> |



| | | | | |
|---|--|--|---|---------------------------------------|
| Пресконференция | Всички целеви групи | Брой организирани пресконференции Брой на присъствалите журналисти Брой на подготвените пресматериали <i>Източник: пресцентър, ЦИО, УО</i> | Брой реализирани материали, статии, предавания по конкретната тема <i>Източник: пресцентър, ЦИО ТВ и радио мониторинг</i> | <i>ЦКЗ, социологически проучвания</i> |
| Интернет портал | Всички целеви групи | Количество и обхват на публикуваните материали на сайта. <i>Източник: статистика на интернет портала</i> | Брой на посетителите Брой на свалените материали от портала <i>Източник: анализ на лог-файлове, статистика на интернет портала</i> | |
| Информационни събития (в т.ч. роуд шоу, учебни посещения и др.) | Потенциални бенефициенти по СКФ Бенефициенти по СКФ Целеви групи на ОП | Брой на организираните събития Спазване на баланс на представителство между различните сектори – публичен, частен, НПО и др. <i>Източник: ЦИО, УО,</i> | Брой участници в събитието Брой попълнени анкетни карти за оценка на събитието. Дял на анкетираните дали положителни оценки за събитието <i>Източник: ЦИО, УО,</i> | |
| Печатни информационни материали | Всички целеви групи | Брой на отпечатаните материали <i>Източник УО, ЦИО</i> | Брой на разпространените материали <i>Източник УО, ЦИО, социологически проучвания,</i> | |
| Аудиовизуални средства | Всички целеви групи | Брой на продуцираните аудиовизуални спотове, филми. копродукции | Брой излъчвания на аудиовизуални спотове, филми, копродукции | |

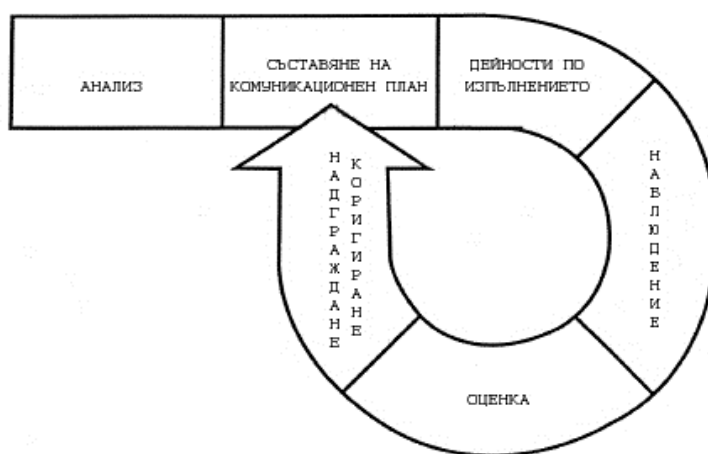


| | | | | |
|---|------------------------------|--|--|---|
| | | | <p>Рейтинг на предаванията в електронните медии, съдържащи материали за ОП ТП и СКФ</p> <p><i>Източник: ЦИО, УО, отчет на ПР-агенцията,</i></p> <p><i>Източник: социологически проучвания, ТВ и радио мониторинг</i></p> | |
| <p>Вътрешни комуникации – обучения, работни срещи</p> | <p>Вътрешна целева група</p> | <p>Брой проведени обучения</p> <p>Брой проведени учебни посещения в държави-членки на ЕС</p> <p>Брой проведени работни срещи и дискусии</p> <p><i>Източник: протоколи и др. документация на УО</i></p> | <p>Брой на служителите дали положителна оценка за обученията и посещенията в ЕС;</p> <p>Брой на взетите решения с консенсус;</p> <p><i>Източник: анкетни карти на служителите на УО</i></p> | <p>Повишен капацитет на служителите в звената за управление и контрол на СКФ;</p> |

Всички дейности за оценяване на ефективността и въздействието на комуникационните мерки ще бъдат използвани за по-добро планиране на бъдещите действия, а също и за внасяне на възможни промени в плана, за да се изпълнят първоначалните цели.

ХІІ. ПРИЕМАНЕ И ИЗМЕНЕНИЯ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН

При съставянето на КП на ОПТП беше отчетен факта, че той трябва да е гъвкав и динамичен документ. За изпълнението на комуникационните дейности беше избран цикличен процес, в 6 основни стъпки. Първо – **анализ** на текущата ситуация. На тази база се извеждат основните **потребности, цели и механизми** на въздействие. Третият компонент съдържа **конкретните мерки и дейности** за постигането на дефинираните в компонент 2 цели. Четвъртият компонент е **наблюдението**, следван от **оценката** и последният – 6, е **надграждането**, приспособяването на основните цели и потребности по компонент 2 вследствие от резултатите от оценката.



Този подход дава възможност да се реагира адекватно при необходимост от изменение на политиките в съответствие с промяна на посочените вече приоритети. Той осигурява и условия за навременно ревизиране на целите и пре-планиране на комуникационните дейности, ако такива се налагат в резултат на настъпили непредвидени обстоятелства.

При възникване на необходимост съдържанието на Комуникационния план може да бъде изменяно от Управляващия орган. Комитетът за наблюдение на ОПТП утвърждава основните изменения на съдържанието на Плана и на предвидените мерки за информация и публичност. Европейската комисия ще бъде навременно и надлежно осведомявана за настъпилите изменения.



ХІІІ. ИЗПОЛЗВАНИ СЪКРАЩЕНИЯ

| | |
|------|---|
| ЕК | Европейска комисия |
| ЕС | Европейски съюз |
| ЕФРР | Европейски фонд за регионално развитие |
| ЕСФ | Европейски социален фонд |
| КП | Комуникационен план |
| МЗ | Междинно звено |
| НПО | Неправителствена организация |
| НСРР | Национална стратегическа референтна рамка |
| ОПТП | Оперативна програма “Техническа помощ” |
| ОИЦ | Областни информационни центрове |
| СКФ | Структурни фондове и Кохезионен фонд |
| СФ | Структурни фондове |
| УО | Управляващ орган |
| ЦИО | Централен информационен офис |