

**РЪКОВОДСТВОТО ЗА ПЛАНИРАНЕ, ПОДГОТОВКА И**  
**ИЗПЪЛНЕНИЕ НА МЕРКИТЕ ЗА ИНФОРМАЦИЯ**  
**И ПУБЛИЧНОСТ НА ПРОГРАМА ИСПА**  
**И КОХЕЗИОННИЯ ФОНД НА ЕС.**

**МИНИСТЕРСТВО НА ФИНАНСИТЕ**  
**ДИРЕКЦИЯ “УПРАВЛЕНИЕ НА СРЕДСТВАТА ОТ ЕС”**

## Съдържание

### 1. Въведение

2. Изискванията на Решение №503/2001 на Европейската комисия и Регламент №621/2004 на Европейската комисия

#### 2.1. Основни послания

#### 2.2. Информационни носители

3. Възпроизвеждане на официалната емблема на Европейския съюз

#### 4. Разпределяне на отговорностите в комуникационния процес

##### 4.1. Етап 1

##### 4.2. Етап 2.

#### 5. Междуведомствена координация

#### 6. Комуникационният план

##### 6.1. Цели на кампанията

##### 6.2. Определяне на целеви групи

##### 6.3. План за действие

##### 6.3. Комуникационни канали

##### 6.4. Комуникационни инструменти

##### 6.5. Медиян план

##### 6.6. Бюджет

##### 6.7. Мониторинг, оценка и отчет

#### 7. Партньорство и комуникация с представителите на средствата за масова комуникация

#### 8. Работа и комуникация със социално-икономическите партньори и неправителствените организации

### 9. Приложения

9.1. ПРИЛОЖЕНИЕ I – Решение №503/2001 на Европейската комисия

9.2. ПРИЛОЖЕНИЕ II - Регламент №621/2004 на Европейската комисия

9.3. ПРИЛОЖЕНИЕ III - Чеклиста за организиране на публично събитие

## 1. ВЪВЕДЕНИЕ

В настоящото Ръководство са отразени изискванията, заложи в Решение №503/2001 на Европейската комисия<sup>1</sup> /ЕК или Комисията/, които регламентират основните рамки на процеса на прозрачност и публичност на проектите, финансиран от програма ИСПА. След датата на присъединяване на Р България към ЕС за проектите по ИСПА ще се прилагат Регламентите на Кохезионния фонд /КФ/. В тази връзка в Ръководството са представени и мерките за информация и публичност определени в Регламент 621/2004 на ЕК<sup>2</sup>, касаещи Кохезионния фонд.

Прилагането на изискваните мерки за информация и публичност трябва да допринасят за общественото признание и прозрачността на политиките и действията на Европейския съюз и да представят една реална картина за помощта предоставяна от Общността на конкретна държава или регион.

Мерките за информация и публичност трябва да се планират и предприемат своевременно, след като е взето решение за помощ от ИСПА. **Комисията има правото да инициира процедура за намаляване или прекратяване на помощта по ИСПА, в случай, че страна-бенефициент не изпълнява задълженията си по прилагане на мерките за информация и публичност, съгласно Финансовия меморандум по ИСПА, сключен с всяка страна-бенефициент.**

България като страна-бенефициент също трябва да прилага съответните мерки за публичност на информацията и осигуряване на необходимото ниво на прозрачност при реализиране на проектите, финансиран от ЕС. Предвид промените в Кохезионната политика на ЕС може да се очаква през следващите две години Европейската комисия да излезе с нови регулации и относно изискванията за информация и публичност. Отчитайки този факт, настоящото ръководство

---

<sup>1</sup> Вж. Приложение 1

<sup>2</sup> Вж. Приложение 2

позволява чрез преработка и допълнителен анекс да бъдат допълнени евентуалните обновени изисквания на Комисията.

Ръководството е разработено на базата на изискванията на Европейската комисия, но отчитайки специфичните условия в България по отношение на публичните комуникации. Взети са под внимание както характерната медийна среда, така и нивото на компетентност на различните видове публикации.

Представени са основните документи на Европейската комисия по отношение на изпълнение на мерките за публичност за програма ИСПА и Кохезионния фонд, а именно: Решение №503/2001 и Регламент 621/2004. Взимайки под внимание, че експерти от други области ще трябва да координират, спазват, или оценяват предприетите мерки за информация и публичност на проектите по програма ИСПА и Кохезионния фонд на Европейския съюз, в Ръководството са представени различни по вид индикатори за измерване на медийното покритие, както и за оценка на изпълнението на мерките за информация и публичност. Отразени са задължителните изисквания, на които трябва да отговаря всяка кампания по популяризиране на политиките и програмите като цяло и на отделните проекти.

В Ръководството са представени етапите и минимално изискуемите елементи за разработване на Комуникационен план. Ясно трябва да се подчертае, че разработването на Комуникационен план или дори само ефективното провеждане на информационно събитие не могат да бъдат успешни без наличието на достатъчно информация и яснота за целите на проекта.

Ръководството съдържа полезни съвети и някои препоръчителни мерки, които биха могли да се приложат при проекти с голям обществен отзвук или са чувствителни от социална или екологична гледна точка.

Практическото ръководство за планиране, подготовка и изпълнение на мерките за информация и публичност отразява системата за вътрешен обмен на информация и координация между отделните административни звена. Тези правила за вътрешна

комуникация трябва да помогнат на административните структури и най-вече на експертите в тях, да работят съвместно по популяризирането и прозрачността на проектите, с което да си бъдат взаимно полезни. Добрата координация между административните звена ще допринесе за адекватността на посланията, точният адресат и в крайна сметка по-пълна прозрачност на целия процес.

Ръководството е насочено и предназначено за ползване от експерти в изпълнителните агенции и всички звена, които работят по усвояването на предприсъединителните инструменти на Европейския съюз, както и тези, които в бъдеще ще работят по проектите от Кохезионния фонд.

Една от основните цели на настоящото Ръководство е Националният ИСПА координатор, Изпълнителните агенции по ИСПА, а при стартирането на дейността си – на Централното координационно звено, Управляващите органи, Междинните звена и Изпълнителните агенции на Оперативните програми както и представители от областните администрации на шестте района на планиране, чиято дейност ще е свързана със Структурните фондове и Кохезионния фонд, да планират и изпълняват мерките, спазвайки изискванията на ЕК и да предложи единни критерии за работа и оценка на дейностите, свързани с комуникационната дейност.

Друга група потребители са крайните бенефициенти на средства по ИСПА и Кохезионния фонд и изпълнителите на проектите, тъй като техните задължения включват също изпълнение на мерките за публичност.

С оглед факта, че практическото ръководство е предназначено и за ползване от неспециалисти в областта на връзките с обществеността и рекламата, в него са формулирани определения на основните понятия и видове дейности в процеса на публичната комуникация.

## **2. Изискванията на Решение №503/2001 и Регламент 621/2004 ЕК**

Настоящото Ръководство е разработено на базата на изискванията, залегнали в Решение №503/2001 и Регламент 621/2001 Европейската комисия, за мерките, които трябва да се прилагат от страните-бенефициенти по отношение на помощта по Инструмента за Структурни политики за предприсъединяване (ИСПА) и Кохезионния фонд. Съгласно тази нормативна уредба, страните-бенефициенти на финансова помощ са длъжни да осигурят адекватна публичност с оглед запознаване на цялата общественост с ролята на Общността и информиране на потенциалните бенефициенти и професионални организации с възможностите, които се предоставят от страна на Европейския съюз.

Изискване на Европейската комисия е страните-бенефициенти да бъдат поставени информационни табели, показващи, че мерките се съфинансират от Общността или съвместно с Общността, съдържащи логото и текст, посочващ, че представители на институциите на Общността участват надлежно в най-важните обществени дейности, свързани с помощта, предоставена по ИСПА и КФ. Задължително е организирането на пресконференции, когато се представят проекти по КФ, чиято финансова стойност е над 50 милиона Евро.

Задължение на страните-бенефициенти е да информират Комисията ежегодно за инициативите, предприети в изпълнение на мерките за информация и публичност.

Представителите на Комисията в Мониторинговите комитети, в сътрудничество с Националния ИСПА координатор, осигуряват спазването на приетите условия за публичността, особено по отношение на тези, свързани с билбордовете и упоменателните табели (виж стр. 9). Изпълнителната агенция трябва да предоставя на председателя на мониторинговия комитет и на Националния ИСПА координатор информация за мерките за публичност и подходящи доказателства за тях в срок до 10 дни преди началото на Мониторинговия комитет. Копия от тези материали трябва да се предоставят и на Комисията. Председателят на комитета препраща на Комисията цялата необходима информация, която следва да се вземе под внимание за нейния годишен отчет. Всеки мониторингов комитет информира

медиите толкова често, колкото прецени за необходимо, за напредъка по проектите, за които отговаря. Председателят е отговорен за контактите с медиите, а представителят на Комисията трябва да го подпомага. Следва да се предприемат и съответни мерки, в сътрудничество с Комисията и Делегацията и в България при провеждането на важни събития, като срещи на високо ниво, тържествени откривания на обекти, и т.н.

## ***2.1. Основни послания***

При популяризирането на проектите съфинансирани по ИСПА или Кохезионния фонд, трябва да се използват основните послания за двата финансови инструмента. При изработването на информационни материали, прессъобщения, организирането на публични събития и т.н. трябва да се използва следния израз за проекти съфинансирани от програма ИСПА:

***“Този проект се съфинансира от Европейския Съюз”.***

За проектите съфинансирани по Кохезионния фонд трябва да се имат предвид следните две послания:

***“Този проект допринася за намаляването на икономическите и социални несъответствия между гражданите на Европейския съюз”.***

***„Този проект е реализиран, благодарение на финансовата помощ от Кохезионния фонд”***

Представените по-горе цитати не е задължително да се използват буквално, важно е изказът да запази смисъла и да се постига съответното внушение. Посланията могат да бъдат изразени с други думи, чрез които презентаторите да достигнат по-лесно до съответната аудитория. Препоръката е да не се усложнява изказа, а да се използват прости, привлекателни и ефектни изрази.

Задължително е включването на информация за стойността на финансовата помощ от ЕС и националното съфинансиране.

Освен основните послания, които са задължителни, в Комуникационните планове на административните звена и в Комуникационният план за всеки конкретен проект трябва да бъдат предварително дефинирани конкретните послания, с оглед спецификата на различните целеви групи, на всеки отделен проект или събитие. Посланията трябва да бъдат ясни и недвусмислени и да бъдат подчинени на основните цели на мерките за информация и публичност – повишаване нивото на информираност и популяризиране на програма ИСПА и Кохезионния фонд на Европейския съюз.

Тези послания трябва да се използват във всички комуникационни инструменти и дейности. Повтарянето на посланията увеличава шанса да бъдат запомнени от публиката, към която са насочени.

### ***Информационни носители***

#### **(а) Печатните материали**

Всички печатни материали (като брошури и дипляни) за проектите, трябва да съдържат на титулната си страница символа на Европейската Общност, както и национален, регионален, или местен символ. В печатни материали за Кохезионния фонд, съдържащи предговор, той трябва да бъде подписан и от отговорното лице в страната-бенефициент, и от името на Комисията – от съответния отговорен Член на Комисията или от оторизиран представител, за да се гарантира изясняването на участието на Европейската Общност. Тези печатни материали следва да бъдат предоставени на заинтересованите страни и да бъдат разпространени сред широката общественост.

Горепосочените принципи са валидни също и за аудио-визуални и уеб-сайт материали.



### **(б) Билбордове**

Билбордове трябва да бъдат издигнати на място на всички проекти, подпомагани от ИСПА или Кохезионния фонд. Тези билбордове трябва да съдържат запазено място за отбелязването на участието на Европейската Общност. Размерът на билбордовете трябва да съответства на обхвата на дейностите. Секцията на билборда, запазена за Европейската Общност, трябва да отговаря на следните критерии:

- да обхваща най-малко 50% от цялата площ на билборда
- да съдържа стандартния символ на Европейската Общност

### **Пример за билборд по програма ИСПА :**

| Наименование на проекта |                         |                    |               |
|-------------------------|-------------------------|--------------------|---------------|
| Местоположение          |                         |                    |               |
| Европейски символ       |                         |                    |               |
|                         | Финансиран от:          |                    |               |
|                         | Европейски съюз (грант) | Евро               | Местна валута |
|                         | МФИ (заем)              | Евро               | Местна валута |
| Изпълнителна агенция    | Министерство на ...     |                    |               |
|                         | Агенция по...           |                    |               |
| Собственик              |                         | Име на собственика |               |
| Надзор и управление:    |                         | Име на фирмата     |               |
| Изпълнител:             |                         | Име на изпълнителя |               |

## Пример за билборд по Кохезионния фонд:

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| (знамето на Европейския съюз) | “Този проект, частично финансиран от Европейския съюз, помага за намаляване на икономическите и социални несъответствия между гражданите на Съюза.” |
|-------------------------------|---|

В случай, че изпълнителната агенция не постави билборд, представящ тяхното собствено участие във финансирането на проекта, помощта от Европейската Общност трябва да бъде обявена на специален билборд. В такива случаи частично се прилагат по сходство горните условия относно Европейската Общност.

Билбордовете трябва да бъдат демонтирани не по-късно от шест месеца след приключването на работа по проектите и да бъдат заменени от упоменателни табели.

### ***(в) Упоменателни табели***

Постоянни упоменателни табели трябва да бъдат поставени на добре видни места за широката общественост. Освен символа на Европейската Общност, тези табели трябва да указват и участието на Европейската Общност в проекта.

Като насока за изискваното съдържание може да бъде използван следният текст:

***“Този проект е съфинансиран от Европейската Общност. При завършването си през (посочете година), общата стойност на проекта възлизаше на ... (национална валута), а общото финансиране от страна на Европейската Общност възлизаше на ... (национална валута).”***

### ***3. Възпроизвеждане на официалната емблема на Европейския съюз***

Официалните цветове на емблемата на Европейския съюз са Pantone Reflex blue за фона и Pantone Yellow 2C за звездите.

Спазвайки определени принципи, емблемата може да се използва по следните различни начини:

#### **3.1. Възпроизвеждане на цветен фон**



По възможност логото трябва да се разположи на бял фон. Да се избягват други цветове, особено тези, които не допълват синьото. В случаите, когато е невъзможно да се избегне цветен фон, правоъгълникът трябва да бъде обграден с бял кант, чиято ширина да е равна на една двадесет и пета от височината на правоъгълника.

#### **3.2. Възпроизвеждане в бяло и синьо**



Да се използва Reflex blue за фон и бяло за звездите.

#### **3.3. Възпроизвеждане на документи в черно и бяло**



В този случай знамето трябва да бъде визуализирано като черни звезди на бял фон.

Емблемите могат да бъдат свалени за използване в .eps и .jpg формати на интернет адрес:

[http://europa.eu.int/comm/regional\\_policy/sources/graph/embleme\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/regional_policy/sources/graph/embleme_en.htm)

#### *4. Разпределяне на отговорностите в комуникационния процес*

##### *4.1. Етап 1*

Първият етап включва мерките за информация и публичност от момента на получаване на одобрение от страна на Комисията за частично финансиране на проекти до фактическото изпълнение на проекта. Отговорностите за изпълнението им се разпределят между Националния ИСПА координатор и Изпълнителните агенции.

##### 4.1.1. Отговорност на Националния ИСПА координатор

➤ НИК информира медиите (преса, радио, телевизия) по-най-подходящ начин след като Комисията вземе решение частично да финансира даден проект. Това става чрез срещи с представители на медиите, но също и чрез прес-съобщения. Трябва да бъде предоставена информация за стойността на помощта от ЕС, основните етапи от изпълнението и завършването на проекта.

➤ НИК организира официалните церемонии по подписване на Финансови меморандуми по ИСПА. Събитието трябва да бъде координирано с Делегацията на ЕК в България. Необходимо е да бъдат поканени представители на средствата за масово осведомяване. Задължително е изготвянето и разпространението от страна на НИК на прессъобщение, съдържащо подробна информация за Финансовия меморандум.

➤ НИК публикува всички прессъобщения на интернет страницата на Министерство на финансите

➤ Националният ИСПА координатор прилага през целия жизнен цикъл на проекта мерките за информация и публичност. НИК регулярно трябва да предоставя общо информация за помощта по ИСПА, отпусната на страната, подчертавайки изпълнението на отделни проекти и постигнатите резултати. Тази обща информация следва да се разпространява поне веднъж годишно и да се предоставя на Комисията за годишния ѝ отчет. Тази информация следва да бъде под формата на брошури от общ интерес, професионални аудиовизуални материали (т.е. видеоклипове) и пресконференции на подходящо ниво. Информацията следва да групира проектите по естество и да е насочена към проекти от сходен интерес. Трябва да бъде предоставяна на национални и

регионални телевизионни канали и радиостанции, на Комисията, и – при поискване – на други заинтересовани лица.

➤ НИК разработва годишен комуникационен план за изпълнение на мерките за информация и публичност

Препоръчителна информационна дейност е организирането на семинари или други подходящи форми на обучение за представителите на медиите с цел разясняване на принципите и правилата на ИСПА, както и за представяне на обобщена информация за проектите.

#### 4.1.2. Отговорност на Изпълнителната агенция

➤ ИА информира заинтересованите страни и широката общественост за стартиране на тръжната процедура за избор на изпълнител на съответната ИСПА мярка. Задължителни информационни дейности са:

- Публикуване на обява в **Официалния печатен орган на ЕС /Official journal/**
- Публикуване на обява в Държавен вестник
- Публикуване на обява на интернет-страницата на ИА

- ИА организира информационно-разяснителни срещи с потенциалните кандидати
- ИА организира публично отваряне на тръжните документи
- ИА изготвя съобщение за медиите информиращо за победителя в търга и основните параметри на договора
- ИА организира официално подписване на договора с победителя в търга, на което присъстват представители на медиите
- ИА публикува всички прессъобщения на своята интернет страница
- ИА разработва годишен комуникационен план за изпълнение на мерките за информация и публичност

#### 4.2. **Етап 2.**

Вторият етап от комуникационния процес обхваща самият период на изпълнение на проекта от неговия старт – подписването на договора за изпълнение, до шест

месеца след пускането на обекта в експлоатация. Основна отговорност на този етап за изпълнението на комуникационните мерки носят Изпълнителя и Изпълнителната агенция.

#### 4.2.1. Отговорности на Изпълнителната агенция

- Изпълнителната агенция, в периода на изпълнение на проекта, трябва да публикува съдържанието му в най-подходящата форма и да осигури необходимите документи за разпространение сред националните и регионални медии, както и да ги държи на разположение за други заинтересовани страни.
- ИА направлява и контролира изпълнението на Комуникационните планове на Изпълнителите на проекти по ИСПА. Изпълнителят трябва да приложи обстоен Комуникационен план към документите за кандидатстване. След одобрена от ИА актуализация на плана към датата на стартиране на същинските работи по проекта, изпълнителят започва да прилага заложените мерки.

#### 4.2.2. Отговорност на Изпълнителя

За този етап Изпълнителят трябва да осъществи мерките по информация и публичност, които да бъдат съгласувани и контролирани от Изпълнителните агенции. Комуникационният план на конкретния проект се изготвя от изпълнителя и се одобрява от Изпълнителната агенция. През вторият етап от комуникационния процес трябва да присъстват следните основни дейности :

- Изпълнителят организира официална церемония за ефективния старт на проекта /”Първа копка”/, координирано с ИА, Националният ИСПА координатор и Делегация на Европейската комисия в България. На събитието следва да бъдат поканени министърът на съответното ресорно министерство, както и официални представители на НИК, ДЕК и местните власти. Представителите на медиите трябва да бъдат поканени да отразят церемонията.
- Изпълнителят организира официална церемония за откриването на обекта, прилагайки същите изисквания както при “Първа копка”
- Изпълнителят издига билбордове на мястото на обекта по време на строително-ремонтните работи
- Изпълнителят издига постоянни упоменателни табели след приключване на строително-ремонтните работи, координирано с ИА и ДЕК

Билбордовете и постоянните упоменателни табели трябва да бъдат инсталирани в съответствие и да отговарят на специалните разпоредби относно информацията на място, посочени в Ръководството /вж. стр. 9/.

Разпределянето на отговорностите в комуникационния процес, касаещ мерките по Кохезионния фонд ще бъде структуриран в зависимост от функциите, които ще бъдат вменени на отделните звена. За изпълнението на мерките за информация и публичност на място ще отговарят бенефициентите и изпълнителите на проектите. Задължение на междинните звена ще е да информират бенефициентите и широката общественост за възможностите предоставяни по конкретните проекти. Управляващите органи ще комуникират в посока представяне на възможностите на конкретната програма.

## **5. Междуведомствена координация**

НИК носи отговорност за координацията и планирането и изпълнението на мерките за информация и публичност по програма ИСПА. В тази връзка НИК:

- Координира своите дейности по Комуникационния план с ДЕК.
- НИК координира и подготовката и организацията на официалната церемония по подписване на Финансов меморандум с ДЕК, както и съобщението за медиите
- НИК координира и подготовката и организацията на ИСПА мониторинговия комитет с ЕК и ДЕК, както и съобщението за медиите
- НИК отговаря за координацията при изпълнението на дейностите по комуникационните планове на ИА, за да се избегне препокриване на дейности и съвпадение във времевите графици.

Изпълнителните агенции отговарят за

- ИА координират своите Комуникационни планове и дейностите по тяхното изпълнение с НИК.
- ИА разработва и предоставя на НИК ежегодно Комуникационен план до 10 януари на съответната година.

- ИА направлява и контролира изпълнението на мерките за информация и публичност от страна на Изпълнителя.
- ИА изисква от Изпълнителя да предоставя в срок до 20 дни преди ИСПА мониторинговите комитети отчет за изпълнението на мерките за информация и публичност с приложен доказателствен материал.
- ИА предоставя в срок до 16 дни преди ИСПА мониторинговия комитет отчет за мерките за информация и публичност на НИК

Органът, отговорен за изпълнението на проект по ИСПА, отговаря и контролира за всички мерки за публичност на място. Мерките трябва да се провежда в сътрудничество с Делегация на ЕК в България и дирекция “Управление на средствата от ЕС” в Министерство на финансите, които трябва да бъдат информирани за мерките, предприети в тази връзка.

ИА има възможност да прехвърли своите задължения по мерките на място върху изпълнителя, чрез включване на съответната клауза в договора.

Националният ИСПА координатор и отделните Изпълнителни агенции определят по едни експерт от всяко ведомство, отговарящ за планирането, координацията, изпълнението и контролът на мерките за информация и публичност.

- Експертите по мерките за информация и публичност преминават специализирано обучение, ако нямат подходящото образование или професионален опит.
- Експертите по мерките за информация и публичност поддържат регулярно връзка и обменят информация.
- Експертите по мерките за информация и публичност отговарят за изготвянето на отчетите за изпълнените на мерките за информация и публичност.

## **6. Комуникационният план**

Комуникационният план обхваща целия процес на публична комуникация, свързан с реализацията всеки проект, финансиран от програма ИСПА или Кохезионния



фонд на ЕС, както и с представянето на същността и целите на програмите. Основна цел на документа е да организира комуникационния процес по начин, който гарантира ефективното постигане на поставените цели – повишаване на информираността на обществото за проектите, частично финансирани от Програмата или Фонда и демонстриране на ролята на Общността. Силно препоръчително е Комуникационният план да се изготви от PR консултант и да се одобрява от Изпълнителната агенция, НИК или друг оторизиран орган.

Комуникационният план дефинира ясно целите на комуникационния процес, различните етапи и сроковете за тяхното изпълнение, методите, средствата и ресурсите, необходими за реализацията на ефективна комуникация както и за изпълнение на изискванията, заложи в Решение №503/2001 и Регламент 621/2004 на Европейската комисия.

Комуникационният план идентифицира хората, които са ангажирани или пряко заинтересовани от проекта, комуникационните нужди и методите на комуникация. Планирането на комуникационния процес гарантира във висока степен, че всеки който има нужда да бъде информиран за дейностите и резултатите по проекта ще получи необходимата информация.

В резюме Комуникационния план трябва да съдържа като минимум следните елементи:

### ***6.1. Цели на кампанията***

Мерките за информация и публичност за помощта от ИСПА и КФ целят:

- да увеличат познанията на обществеността и прозрачността на дейностите на Европейската Общност
- да информират потенциалните бенефициенти и професионалните организации за възможностите на ИСПА и КФ, както и повишаване на информираността на обществото за проектите, частично финансирани от Общността
- да демонстрират на ролята на Общността чрез Фонда.

Целта на мерките за информация и публичност е да се информира цялата общественост, както и потенциални и финални бенефициенти, включително:

- регионални, местни и други обществени власти;
- икономическите и социални партньори;
- неправителствените организации;
- лицата и организациите, изпълняващи и популяризиращи проектите;
- всички други заинтересовани лица, относно възможностите, предлагани от ИСПА и Кохезионния фонд на ЕС.

Мерките са насочени към обществеността в страните-членки – бенефициети на Програмата и Фонда и целят излъчване на единен образ на ролята на Общността.

Където това е подходящо, мерките могат да включват дейности, свързани с програмите и проектите, частично финансирани от Структурните Фондове според разпоредбите на Регламент (ЕО) № 1159/2000.

## ***6.2. Определяне на целеви групи***

В Комуникационният план трябва да бъдат дефинирани отделните целеви групи, на базата на които да бъдат формулирани посланията. Правилното определяне на целевите групи ще допринесе за по-добрата комуникация и ще гарантира по-доброто информационно покритие. Като общ пример за основни целеви групи могат да бъдат взети под внимание следните публики:

- потенциални бенефициенти
- потенциални изпълнители
- регионални и местни власти
- социално-икономически партньори
- неправителствени организации
- медии
- широка общественост

### **6.3. План за действие**

Планът за действие на всеки отделен комуникационен план включва в себе си основните послания, свързани с дейността на финансовите инструменти, както и послания за постигане на конкретните цели в рамките на проекта. В него са определени средствата за постигане на конкретните цели и задачи, свързани с комуникационния процес – комуникационните канали за достигане на целевата аудитория, както и конкретните инструменти като – съобщения за медните, пресконференции, специални събития, печатни материали /проекти/, билбордове /проекти/, табели /проекти/ и др.

### **6.4. Комуникационни канали**

Изборът на комуникационни канали се предопределя основно от спецификата на целевите групи и големината на бюджета. Изключително е важно да се използват тези канали, които дават най-голяма гаранция посланието да стигне до желаната аудитория.

Традиционните комуникационни канали са:

- Телевизионни канали
- Радио станции
- Ежедневници
- Седмичници
- Списания
- Външна реклама /билбордове, плакати/
- Информационни брошури /листовки, дипляни/
- Интернет

Опитът показва, че когато целевата група е “широката аудитория” най-подходящите комуникационни канали са многотиражните национални ежедневници и високорейтинговите телевизионни и радио предавания.

Ако аудиторията е специфична, например компании от строителния бранш, то тогава подходящи канали са специализираните вестници и списания, както и интернет-порталите в областта на строителството.

## ***6.5. Комуникационни инструменти***

### ***(а) прессъобщение***

Основният инструмент за реализиране на цели, свързани с популяризацията е съобщението до медиите. Задължително в прессъобщението трябва да има информация за стойността на предоставена от ЕС помощ и националното съфинансиране, целите на мярката, а за КФ и към коя цел на Общността е насочена.

Изработването и изпращането на съобщение до медиите се прави задължително от специалисти в сферата на връзките с обществеността и комуникациите. Те преценяват както формата и съдържанието, така и начина на изпращане, времето и до кого точно да бъде изпратено в съответната медия.

При изготвяне на прессъобщението трябва да се следват следните основни принципи:

- Съобщението трябва да съдържа отговор на въпросите: Кой? Защо? Какво? Къде? И как? По-възможност най-важните елементи трябва да бъдат включени в едно две изречения в първия абзац.
- повече детайли, със степенуване на фактите по важност
- Избягвайте сложната и специализирана терминология. „Преведете” текста на ежедневния български език.
- Използвайте кратки изречения. Обемът на съобщението да не надвишава две страници.
- По възможност включете подходящ цитат от официално изказване.
- Не забравяйте да изберете кратко, носещо новина заглавие.
- Не забравяйте да отбележете датата на съобщението.
- Включете името и данните на лицето за контакт, което ще има задължението да отговаря на допълнителни въпроси по отношение на информацията включена в съобщението.

- Когато съобщението касае проекти съфинансирани от Кохезионния фонд и на него е отбелязан графичен знак на организацията, която го е изготвила, е задължително и полагането на логото на ЕС.

### ***(б) преспапка***

Всички информационни материали, които се подготвят за медиите като информационни брошури, прессъобщения, изказвания на официалните лица или презентациите на хартиен или електронен носител, могат да се сложат в преспапките. Това се прави за улеснение на журналистите, когато те подготвят своите материали. Преспапките се подготвят за публични събития.

### ***(в) информация в Интернет***

Новата медия Интернет предоставя възможност желаната от нас информация да достигне бързо и евтино до потенциалните потребители. С цел пълноценно използване на този комуникационен канал е необходимо:

- НИК и ИА да публикуват всички обяви и съобщения до медиите на интернет страниците на съответните ведомства.
- НИК да публикува обща информация за възможностите предоставяне по ИСПА и договорените средства.
- ИА да публикува информация за възможностите за кандидатстване и развитието на проектите, които са в процес на изпълнение.

След датата на присъединяване Централното координационно звено /ЦКЗ/ трябва да разработи и поддържа актуална специализирана интернет-страница с пълна информация за КФ, включваща превод на официалните документи на общността, касаещи КФ, списък за предложените от България проекти за финансиране от КФ, информация за предстоящи и завършили търгове, наръчници и ръководства, актуални новини, линкове към страниците на ЕК, както и към страниците на ЕО на ОП “Транспорт” и ОП “Околна Среда” и др.

След датата на присъединяване ЕО на ОП “Транспорт” и ОП “Околна Среда” също ще трябва да разработят специализирани интернет-страници, на които да

представят възможностите предоставяни от съответната програма и цялата необходима информация на потенциалните бенефициенти и изпълнители на проекти по КФ.

#### *(г) публично събитие*

Организаторите на информационни събития, като конференции, семинари, кръгли маси, дискусии, както и официални церемонии, свързани с изпълнението на проекти, частично финансирани от ИСПА или Кохезионния фонд, трябва да изрично да упоменават участието на Европейската Общност. Следва да се използва възможността за поставянето на флага на Европейската Общност в залите и полагането на знака ѝ върху документите. При възможност е препоръчително да се монтират транспаранти или временни табели

#### *(д) пресконференция*

Пресконференция се свиква, ако има новина. Ако няма какво да кажете, ако нямате информация, която представлява интерес за по-широк кръг от хора, то тогава е препоръчително да се изпрати прессъобщение.

Журналистите са изключително натоварени и освен фактът, че ще има новина за тях е важно кой ще поднесе тази новина.

За предстоящото провеждане на пресконференция представителите на медиите се информират поне 24 часа по-рано. По висока активност от страна на журналистите се постига чрез отправяне на писмена покана, комбинирана с личен телефонен разговор.

За да се избегнат недоразуменията и наличието на журналистически грешки в материала е препоръчително изпращането на съобщение до медиите, в което в резюме се предоставя информация от проведената пресконференция.

### **(e) СЛОВО**

Публичните изказвания са едно от важните средства, използвани в процеса на публична комуникация, тъй като представлява най-директната и убедителна форма на комуникация. По този начин се персонализира Общността както и организациите участници в реализацията на проектите.

Публичните изказвания, касаещи програма ИСПА или КФ, или конкретен проект трябва да обхващат следната информация:

- цел на програмата
- цел на проекта;
- стойност на средствата предоставени от ЕС и националното съфинансиране
- очакван социален и икономически ефект;
- посланията, заложи в Решение N 503/2001 и Регламент N 621/ 2004 на ЕК;
- основните параметри на проекта;
- основна информация за участниците в проекта;
- информация за партньорите и за организации, свързани с неговото изпълнение и др.

За да бъде изпълнена ролята на словото на ефективен метод за комуникация трябва да се съобразят следните критерии:

- Времетраенето трябва да бъде внимателно съобразено с формата на събитието
- Стилистиката и терминологията трябва да отговарят на нивото на експертност на аудиторията и на критериите за качествена риторика
- Посланията трябва да бъдат формулирани ясно и по запомнящ се начин
- Трябва да бъде включена допълнителна информация в отговор на евентуални въпроси, които представителите на медиите със сигурност биха задали

## 6.6. Медиян план

Медийният план сам по себе си представлява времеви график на конкретните дейности по изпълнение на стратегията - график на изпращане на съобщения за медиите, провеждане на публични събития, публикуване на интервюта, участия в радио и телевизионни предавания и т.н. както и схема за разполагане на билбордове и табели. Ако в комуникационния план са заложили изработка и излъчване на радио и телевизионни спотове в медийния план се включва и времеви график за тяхното излъчване, както и електронните медии, които ще го разпространяват в ефир.

ПРИМЕР

| Комуникационни дейности    | бр. | фев. | март | апр. | май | юни | юли | авг. |
|----------------------------|-----|------|------|------|-----|-----|-----|------|
| Съобщения за медиите       | 3   | 1    | 3    |      | 1   |     | 1   | 2    |
| Пресконференции            | 2   |      | 1    |      |     |     |     | 1    |
| Първа копка                | 1   |      | 1    |      |     |     |     |      |
| Официално откриване        | 1   |      |      |      |     |     |     | 1    |
| Семинар с журналисти       | 1   |      |      | 1    |     |     |     |      |
| Експертна рубрика във в. X | 4   | 1    |      | 1    |     | 1   | 1   |      |
| Карета във вестник А       | 15  |      | 5    |      |     |     | 5   | 5    |
| Карета във вестник X       | 15  |      | 5    |      |     |     | 5   | 5    |
| Аудио клип по Радио А      | 40  |      |      |      |     |     | 20  | 20   |
| Аудио клип по Радио X      | 40  |      |      |      |     |     | 20  | 20   |
| Информационни листовки     | 900 |      |      |      |     |     |     |      |
| Интервю във вестник В      | 2   |      | 1    |      |     |     |     | 1    |
| Интервю във вестник А      | 2   |      | 1    |      |     |     |     | 1    |
| Интервю в списание X       | 1   |      |      |      |     |     | 1   |      |
| Информационни брошури      | 500 |      |      |      |     |     |     |      |

## 6.7. Бюджет

Комуникационният план трябва да бъде практичен и приложим документ. В него трябва да се поставят постижима цели и за да се постигне тяхната реализация трябва да се направят реални разчети за необходимите финансови и човешки ресурси за всяка заложила дейност. Таблица 1 представя пример за бюджет на вариант на Комуникационен план. Таблица 2 представя пример за основните разходи по организацията на едно информационно събитие.



**Таблица 1**

| <b>Дейност</b>                                     | <b>Разход</b>   |
|--|-----------------|
| Изготвяне и отпечатване на информационни материали | Xxx             |
| Конференции и семинари                             | Xxx             |
| Изработка и поддръжка на интернет страница         | Xxx             |
| Публикуване на обяви                               | Xxx             |
| Организиране на специални събития                  | Xxx             |
| <b>ОБЩО</b>  | <b>Xxxx лв.</b> |

**Таблица 2**

| <b>УСЛУГА/ПРОДУКТ</b>        | <b>М.ед.</b> | <b>КОЛИЧ.</b> | <b>ЕД.ЦЕНА</b> | <b>ОБЩО</b> |
|------------------------------|--------------|---------------|----------------|-------------|
| Наем на зала                 | Час          | 5             | Xxx            | Xxx         |
| Апаратура-симултантен превод | Час          | 3             | Xxx            | Xxx         |
| Видеостена                   | Час          | 3             | Xxx            | Xxx         |
| Звук                         | Час          | 3             | Xxx            | Xxx         |
| Заснемане                    | Час          | 3             | Xxx            | Xxx         |
| Превод                       | Час          | 3             | Xxx            | Xxx         |
| Водещ                        | Ден          | 3             | Xxx            | Xxx         |
| Нетна сума                   | Лв.          |               | Xxxx           | Xxxx        |
| ДДС 20 %                     |              |               |                | Xxx         |
| <b>ОБЩО</b>                  | Лв.          |               |                | <b>Xxxx</b> |

#### ***4.7.Мониторинг, оценка и отчет***

Мониторингът на изпълнението на мерките за информация и публичност е задължително изискване за ИСПА и КФ. Чрез него се отчитат пред Мониторинговия комитет и ЕК изпълнението на мерките за информация и публичност.

Изпълнителните агенции по ИСПА трябва да изпращат на Комисията цялата информация, необходима за подготовката на годишния отчет, указана в Член 14(1) на Регламент (ЕО) № 1164/94.

На заседанията на съответните мониторингови комитети, председателят докладва за напредъка по мерките за публичност и информация и снабдява членовете с копия на произведените материали или доказателство за предприетите мерки за публичност и инструменти, например снимки на билбордове и събития.

Мониторинга и оценката на дейностите за информация и публичност са изискване на ЕК, заложено в регулациите за информация и публичност.

В тях е разписано, че всеки комуникационен план трябва да включва „критерии за оценка на предприетите мерки” /касае само Кохезионния фонд/. Анализът е необходим не само, за да се изпълнят изискванията на комисията, но е полезен и за собствени нужди, за да се оцени ефективността на изпълнените мерки, в следствие на което да се направят необходимите корекции и актуализации, а добрите практики да бъдат разпространени.

Един от начините да се направи обективна оценка е да се отговори на следните въпроси:

- Постигнати ли са двете основни цели в съответствие с регулациите на ЕК, а именно: прозрачност и видимост?
- Какъв е приносът на мерките за публичност и комуникациите за успеха на програмата като цяло? Съществува ли недостиг на информационни действия, който води до проблеми с представянето на програмата?
- Кои са най-ефективните пътища, чрез които дейностите за публичност и комуникация могат да допринесат за успеха на програмата? Има ли по-ефективни методи от приложените? Какъв би бил ефектът от този подход към върху различните целеви аудитории?
- Има ли по-ефективни пътища за прилагане на мерките за информация и публичност? До колко ефективно са използвани финансовите и човешките ресурси за реализиране на дейностите? Размерът на средствата достатъчен ли е за постигане на целите, заложен в Комуникационния план?

Съществуват и други варианти за изготвяне на оценка, които могат да бъдат прилагани. Изложените по-долу примерни индикатори за оценка е препоръчително да бъдат включени в отчетите за изпълнението на мерките за информация и публичност.

### **Индикатори за оценка на мерките за информация и публичност <sup>3</sup>**

#### **А/ Индикатори за ефективност:**

- **Индикатори за пряк резултат** - Оценка на директния ефект върху целевата група от прилагането на инструментите и дейностите.

Примерни индикатори:

- Брой посещения на интернет страница
- Брой участници в събитие сравнен с броя на поканените
- Брой получени запитвания за възможности за финансиране сравнени с броя информирани потенциални бенефициенти
- Брой публикации и радио и телевизионни излъчвания, отразяващи проведено събитие

- **Индикатори за изпълнение** - Брой приложени мерки/инструменти сравнени с планираните мерки/инструменти

- **Финансови индикатори** - Реално извършени разходи сравнени с планираните разходи

#### **Б/ Индикатори за качество**

| <b>Информационни материали</b>  | <b>Събития</b>   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Атрактивност</li> <li>▪ Ясен и разбираем език</li> <li>▪ Баланс между текст и визуален материал</li> <li>▪ Удобство за ползване</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Качество на организацията (спазване на времеви график, функционалност на услугите и др.)</li> <li>▪ Ниво на активност на участниците</li> </ul> |

<sup>3</sup> Предложеният списък с примерни индикатори не е изчерпателен и частично е взиман от Practical Guide to communication on Structural Funds 2000-2006 (Draft version), European Commission, DG Regional Policy

|  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Лесен достъп</li> </ul> | <p>в дебата.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Професионализъм, яснота и продължителност на речите и изказванията</li> <li>▪ Качество на разпространените документи</li> </ul> |
|--|---|

След като се направи оценка на използването на отделните инструменти за реализиране на комуникационните цели е необходимо да се направи цялостна оценка на изпълнението на комуникационния план. За целта може да се използват следните **основни механизми за оценка на реализацията на комуникационен план:**

- Проучване и анализ на съответствието между целите, заложи в комуникационния план и реализацията на кампанията.
- Преглед на комуникационните канали и оценка на информационното покритие на целевата аудитория;
- Отчет /мониторинг/ на количеството изпратени и публикувани съобщения /медийно покритие/
- Контент анализ – на появилите се публикации във вестниците, списанията, радиото, телевизиите, интернет, електронни и информационни агенции
- График на благоприятните, неблагоприятните и неутралните публикации за целия период на изпълнение на комуникационния план
- Оценка на качеството на транслираните съобщения
- Оценка на броя на “облъчената” аудитория
- Качествен анализ на “облъчената” аудитория
- Оценка на ефекта – осведоменост, приемане и интерпретиране от аудиторията на излъчените послания

## ***7. Партньорство и комуникация с представителите на средствата за масова комуникация***

Медиите са основният комуникационен канал за ефективното информационно покритие и важно средство за изпълнение на мерките за информация и публичност. Съгласно изискванията, заложиени в Решение №503/2001 и Регламент 621/2004 на Европейската комисия, НИК, Изпълнителната агенция и Изпълнителят информират медиите по най-подходящия начин за дейностите по реализацията на всички проекти, съфинансирани от програма ИСПА и Кохезионния фонд на ЕС.

Официалното стартиране на проекти и важните етапи от тяхното изпълнение трябва да бъдат обект на информационни мерки и събития, особено по отношение на регионалните медии (преса, радио и телевизия). Участието на Европейската Общност следва да бъде съответно отразено в подаваната информация. Цялостният процес на комуникация с медиите трябва да бъде съгласуван с Делегация на Европейската комисия в България.

Всички участници в реализацията на проектите комуникират с представителите на медиите в тясна координация с ПР специалисти. Експертите в сферата на връзките с обществеността улесняват комуникационния процес, подобряват неговата ефективност и свеждат до минимум възможните конфликтни ситуации, защото:

- познават редакционната и програмната политика на повечето медии и оттам тяхната насоченост, аудитория и т.н.;
- те са запознати със спецификата на работата на медиите - техните срокове, информационни формати, технически възможности и стандарти и т.н.;
- познават много от ресорните журналисти и редактори лично и това улеснява комуникацията;
- използват проверени процедури и механизми, които правят комуникацията работеща и удовлетворителна за всички участници.

В процеса на комуникация трябва да бъде обърнато специално внимание на връзките с медиите и по-специално с ресорните журналисти. Те трябва да бъдат обучени по всички аспекти на усвояване на европейските фондове, в конкретния случай за програма ИСПА, както и след пълноправното членство на България в ЕС - за Кохезионния фонд. Високата степен на познаване на цялостния процес на финансиране и конкретните проекти от страна на медиите, ще гарантира по-доброто представяне на проектите пред широката общественост. Поради сложността на материята е необходимо детайлно запознаване на ресорните журналисти с проектите и системно обучение, което да гарантира по-доброто разбиране и адекватното и представяне в публичното пространство.

#### ***8. Работа и комуникация със социално-икономическите партньори и неправителствените организации***

Принципът на партньорство е в основата на функционирането на Европейските фондове. Като принцип “партньорство” е широк термин с възможност за гъвкавост при интерпретирането му. Регламент от 1988 г. определя партньорството по следния начин :“включва тясно сътрудничество между Европейската Комисия и всички съответни власти на национално, регионално или местно ниво, определени от всяка страна - членка в Програмата ”. Принципът на партньорството се доразвива през 1993 г ., за да включи “икономическите и социалните партньори , определени от страната -членка ” в рамките на компетентните институции и власти

Партньорството повишава капацитета за развитие и ефективността на изпълнение на проектите и за по-добрата информираност на целевите групи.. Разширяването на партньорството чрез включване регионални, местни и други обществени власти, на НПО и други социално икономически партньори увеличава ефективността на програмите.

Съществуват два основни механизма за прилагане принципа на партньорство :

1. Пряко участие в комуникационния процес
2. Непряко въвеждане на социалните и икономически партньори чрез включването им в целевата аудитория

Двата механизма следва да се синхронизират с цел постигане на мултипликативен ефект .

НИК определя представители на социално-икономическите партньори, които имат възможност да участват като наблюдатели в мониторинговите комитети по програма ИСПА.

## 9. ПРИЛОЖЕНИЯ

### ПРИЛОЖЕНИЕ I

L 182/58 Официален журнал на Европейските Общности 05.07.2001 г.

#### РЕШЕНИЕ НА КОМИСИЯТА

от 22 юни 2001 г.

за мерките за информация и публичност, които трябва да се прилагат от страните-бенефициенти по отношение на помощта по Инструмента за Структурни политики за предприсъединяване (ИСПА)

(2001/503/ЕО)

КОМИСИЯТА НА  
ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ,

професионални организации с възможностите, позволявани от мерките.

В съответствие с Договора за създаване на Европейската общност,

В съответствие с Регламент на Съвета (ЕО) № 1267/1999 от 21 юни 1999 г. за създаване на Инструмент за Структурни политики за предприсъединяване, и в частност Член 13(2) от същия,

Имайки предвид, че:

1) Член 13(1) от Регламент (ЕО) № 1267/1999 изисква страните-бенефициенти на финансова помощ по Инструмента за Структурни политики за предприсъединяване трябва да осигурят адекватна публичност на мярката с оглед на:

- а) Запознаване на цялата общественост с ролята на Общността във връзка с мерките;
- б) Запознаване на потенциални бенефициенти и

2) Член 13(1) от Регламент (ЕО) № 1267/1999 указва, че страните-бенефициенти трябва да осигурят в частност поставянето на мониторинжни панели, показващи, че мерките се съфинансират от Общността, съвместно с Общността, съдържащи логото и текст, посочващ, че представители на институциите на Общността участват надлежно в най-важните обществени дейности, свързани с помощта на Общността, предоставена по ИСПА.

3) Член 13(1) от Регламент (ЕО) № 1267/1999 указва, че страните-бенефициенти трябва да информират Комисията ежегодно за инициативите, предприети по отношение на мерките за информация и публичност.

4) Член 13(2) от Регламент (ЕО) № 1267/1999 посочва, че Комисията



следва да приеме подробни правила за мерките за информация и публичност.

- 5) Комисията, упомената в Член 13(2) от Регламент (ЕО) № 1267/1999, Комисията по управление по ИСПА, е запозната с подробните правила за мерките за информация и публичност. Мерките, предмет на това Решение са в съответствие с позицията на тази Комисия,

РЕШИ СЛЕДНОТО:

*Член 1*

Подробните правила, приложими относно мерките за информация и публичност във връзка с помощта от Инструмента за Структурни политики за предприсъединяване, съгласно Регламент (ЕО) № 1267/1999, следва да бъдат както е указано в Анекса.

*Член 2*

Настоящото Решение влиза в сила в срок три дни след публикуването му в Официалния журнал на Европейските Общности.

Брюксел, 22 юни 2001 г.

*За Комисията*  
*Мишел БАРНИЕ*  
*Член на Комисията*

## АНЕКС

### ИЗИСКВАНИЯ ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ

#### Правила за детайлните договорености за информация и публичност относно помощта от Инструмента за Структурни политики за предприсъединяване

##### 1. ЦЕЛИ И ОБХВАТ

Мерките за информация и публичност за помощта от ИСПА целят:

- да увеличат познанията на обществеността и прозрачността на дейностите на Европейската Общност
- да информират потенциалните бенефициенти и професионалните организации за възможностите на ИСПА.

Информацията и публичността ще се отнасят за всички мерки, за които ИСПА предоставя финансова помощ.

Целта на мерките за информация и публичност ще бъде да се информира цялата общественост, както и потенциални и финални бенефициенти, включително:

- регионални, местни и други обществени власти;
  - икономическите и социални партньори;
  - неправителствените организации;
  - лицата, изпълняващи и популяризиращи проектите;
  - всички други заинтересовани лица,
- относно възможностите, предлагани от ИСПА.

##### 2. ОБЩИ ПРИНЦИПИ

Органът, отговорен за изпълнението на проект по ИСПА (наричан по-долу “изпълнителна агенция”) ще отговаря за всички мерки за публичност на място. Публичността трябва да се провежда в сътрудничество с отделите на Комисията, които ще бъдат информирани за мерките, предприети за тази цел.

Изпълнителната агенция ще предприема всички съответни административни стъпки, за да гарантира ефективното прилагане на тези договорености и да сътрудничи с отделите на Комисията.

Мерките за информация и публичност трябва да се предприемат своевременно, след като е взето решение за помощ от ИСПА. Комисията си запазва правото да инициира процедура за намаляване, прекратяване или отменяне на помощта по ИСПА, в случай, че страна-бенефициент не изпълнява задълженията си по настоящия Анекс. В такъв случай ще се прилага процедурата, посочена в Анекс III, Част VIII от Финансовия меморандум по ИСПА, сключен с всяка страна-бенефициент.

### 3. НАСОКИ ЗА ДЕЙНОСТИ ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ

Независимо от подробните правила, изложени в точка 4, следните принципи ще се прилагат в съответствие с всички мерки за информация и публичност:

#### *3.1. Медиите*

Изпълнителната агенция ще информира медиите по най-подходящия начин за дейностите, съфинансирани от ИСПА. Участието на Европейската Общност следва да бъде съответно отразено в подаваната информация.

От тази гледна точка, официалното стартиране на проекти и важните етапи от тяхното изпълнение трябва да бъдат обект на информационни мерки, особено по отношение на регионални медии (преса, радио и телевизия). Следва да се осигури съответното сътрудничество с Делегациите на Комисията в съответните страни.

#### *3.2. Информационни събития*

Организаторите на информационни събития, като конференции, семинари, панаири и изложения, свързани с изпълнението на проекти, частично финансирани от ИСПА, трябва да изрично да упоменават участието на Европейската Общност. Следва да се използва възможността за излагането на флага на Европейската Общност в залите и полагането на знака ѝ върху документите. Делегациите на Комисията в страните-бенефициенти ще подпомагат, ако е необходимо, подготовката и провеждането на такива събития.

#### *3.3. Информационен материал*

Печатните материали (като брошури и дисплеи) за проекти или подобни мерки, трябва да съдържат на титулната си страница ясна индикация за символа на Европейската Общност, там, където се използва национален, регионален, или местен символ.

В печатни материали, съдържащи предговор, той трябва да бъде подписан и от отговорното лице в страната-бенефициент, и от името на Комисията – от съответния отговорен Член на Комисията или от оторизиран представител, за да се гарантира изясняването на участието на Европейската Общност. Такива печатни материали следва да бъдат отнесени до изпълнителната агенция, която да информира заинтересованите страни.

Горепосочените принципи са валидни също и за аудио-визуални и уеб-сайт материали.

### 4. ЗАДЪЛЖЕНИЯ НА СТРАНИТЕ-БЕНЕФИЦИЕНТИ

Информацията и публичността са предмет на съгласуван набор от мерки, определен от изпълнителната агенция в сътрудничество с Комисията със срок продължителността на проекта. Страните-бенефициенти гарантират, че представители на Комисията, включително на нейните Делегации, ще участват в най-важните публични дейности, свързани с ИСПА.

При прилагането на проектите, изпълнителната агенция ще вземе следните мерки за отбелязване на участието на ИСПА в съответния проект:

*(а) Информация, свързана с проекта*

Предприемат се мерки за информация и публичност на място, за да се запознае широката общественост с помощта от Европейската Общност чрез ИСПА. Изпълнителната агенция трябва да публикува съдържанието на проектите в най-подходящата форма и да осигури такива документи за разпространение сред местните и регионални медии, както и да ги държи на разположение за други заинтересовани страни. Мерките на място включват:

- издигане на билбордове на мястото на обекта
- постоянни упоменателни табели за инфраструктурата, достъпни от широката общественост,

които да бъдат инсталирани в съответствие със специалните разпоредби относно информацията на място, посочени по-долу.

*(б) Обща информация, свързана с ИСПА*

В допълнение към точка (а), националният ИСПА координатор редовно ще предоставя общо информация за помощта по ИСПА, отпусната на страната, подчертавайки изпълнението на проекти и постигнатите резултати. Тази обща информация следва да се разпространява поне веднъж годишно и да се предоставя на Комисията за годишния ѝ отчет. Тази информация следва да бъде под формата на брошури от общ интерес, професионални аудиовизуални материали (напр. видеоклипове), пресконференции на подходящо ниво. Информацията следва да групира проектите по естество и да е насочена към проекти от сходен интерес. Трябва да бъде предоставяна на национални и регионални телевизии и радиостанции, на Комисията, и – при поискване – на други заинтересовани лица, както е посочено в точка 1.

## 5. РАБОТАТА НА МОНИТОРИНГОВИТЕ КОМИТЕТИ

- Представителите на Комисията в Мониторинговите комитети, в сътрудничество с националния ИСПА координатор, осигуряват спазването на приетите условия за публичността, особено по отношение на тези, свързани с билбордовете и упоменателните табели (виж специалните договорености по-долу)
- Изпълнителната агенция трябва да предоставя на председателя на мониторинговия комитет информация за мерките за публичност и подходящи доказателства за тях, като например снимки. Копия от тези материали трябва да се предоставят и на Комисията.
- Председателят на комитета ще препраща на Комисията цялата необходимо информация, която следва да се вземе под внимание за нейния годишен отчет.
- Мониторинговите комитети трябва да осигурят адекватна информация относно тяхната дейност. От тази гледна точка, всеки мониторингов комитет ще информира медиите толкова често, колкото счете за необходимо, за напредъка

по проекта (проектите), за които отговаря. Председателят е отговорен за контактите с медиите, а представителят на Комисията трябва да го подпомага.

- Следва да се предприемат и съответни мерки, в сътрудничество с Комисията и нейните делегации в страните-бенефициенти, при провеждането на важни събития, като срещи на високо ниво, тържествени откривания на обекти, и т.н.

## 6. ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

Комисията може да инициира специфични допълнителни мерки, когато счете за необходимо, след разговори с националния ИСПА координатор и Изпълнителната агенция.

Изпълнителната агенция може при всички случаи да провежда допълнителни мерки. Тя трябва да се консултира с Комисията и да я информира за такива инициативи, за да може Комисията да участва адекватно в тяхната реализация.

С цел да се улесни прилагането на тези условия, Комисията може да осигури подходяща помощ, както и да издаде насоки.

### *Специални договорености относно билбордовете и упоменателните табели*

С цел да се гарантира добрата видимост на проектите по ИСПА, страните-бенефициенти се ангажират да спазват следните мерки за информация и публичност:

#### 1. БИЛБОРДОВЕ

Билбордове трябва да бъдат издигнати на място на всички проекти, подпомагани от ИСПА. Тези билбордове трябва да съдържат запазено място за означаването на участието на Европейската Общност.

Размерът на билбордовете трябва да съответства на обхвата на дейностите.

Секцията на билборда, запазена за Европейската Общност, трябва да отговаря на следните критерии:

- да обхваща най-малко 50% от цялата площ на билборда
- да съдържа стандартния символ на Европейската Общност и да показва долния текст, посочен в дадения пример.

В случай, че Изпълнителната агенция не постави билборд, представящ тяхното собствено участие във финансирането на проекта, помощта от Европейската Общност трябва да бъде обявена на специален билборд. В такива случаи частично се прилагат по сходство горните условия относно Европейската Общност.

Билбордовете трябва да бъдат демонтирани не по-късно от шест месеца след приключването на работа по проектите и да бъдат заменени от упоменателни табели, в съответствие с условията по точка 2.

## 2. УПОМЕНАТЕЛНИ ТАБЕЛИ

Постоянни упоменателни табели трябва да бъдат поставени на добре видни места за широката общественост. Освен символа на Европейската Общност, тези табели трябва да указват и участието на Европейската Общност в проекта.

Като насока за изискваното съдържание може да бъде използван следният текст:

“Този проект е съфинансиран с ...% от Европейската Общност. При завършването си през (посочете година), общата стойност на проекта възлизаше на ... (национална валута), а общото финансиране от страна на Европейската Общност възлизаше на .... (национална валута).”

### Пример

| Наименование на проекта |                         |                    |               |
|-------------------------|-------------------------|--------------------|---------------|
| Местоположение          |                         |                    |               |
| Европейски символ       |                         |                    |               |
|                         | Финансиран от:          |                    |               |
|                         | Европейски съюз (грант) | Евро               | Местна валута |
|                         | МФИ (заем)              | Евро               | Местна валута |
| Изпълнителна агенция    | Министерство на ...     |                    |               |
|                         | Агенция по...           |                    |               |
| Собственик              |                         | Име на собственика |               |
| Надзор и управление:    |                         | Име на фирмата     |               |
| Изпълнител:             |                         | Име на изпълнителя |               |

## ПРИЛОЖЕНИЕ II

L 98/22

Официален журнал на Европейския Съюз

02.04.2004 г.

### РЕГЛАМЕНТ НА КОМИСИЯТА (ЕО) № 621/2004

От 01 април 2004 г.

**Посочващ правилата за прилагане на Регламент на Съюза № 1164/94,  
относно мерките за информация и публичност във връзка с дейностите на  
Кохезионния фонд**

КОМИСИЯТА НА  
ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ,

В съответствие с Договора за  
учредяване на Европейската  
Общност,

В съответствие с Регламент на Съвета  
(ЕО) № 1164/94 от 16 май 1994 г. за  
създаване на Кохезионния фонд, и в  
частност Член 14(3) от същия,

Имайки предвид, че:

- (1) Изпълнението на Решение на Комисията 96/455/ЕО от 25 юни 1996 г., относно мерките за информация и публичност, които да се провеждат от страните-членки и от Комисията във връзка с дейностите на Кохезионния фонд според Регламент на Съвета (ЕО) № 1164/94, изисква опростяване, тъй като определени мерки са се оказали прекалено сложни за прилагане;
- (2) От основно значение е да се опрости прилагането на мерките за информация и публичност и да се подобри тяхната ефективност, за да се увеличи видимостта на проектите и да се повишат

познанията на обществеността за ролята, която Европейският съюз играе чрез кохезионната си политика;

- (3) Мерките за информация, свързана с Кохезионния фонд, трябва да бъдат хармонизирани с тези, свързани със Структурните фондове, както е указано в Регламент на Комисията (ЕО) №1150/2000 от 30 май 2000 г. за мерките за информация и публичност, които да се провеждат от страните-членки относно помощта от Структурните фондове;
- (4) Посланията, които се разпространяват, трябва да бъдат изяснени и да бъдат определени инструментите, най-добре адаптирани към целта за повишаване на информираността на обществото;

ПРИЕ НАСТОЯЩИЯ РЕГЛАМЕНТ:

## ГЛАВА I

### ПРИНЦИПИ И СЪДЪРЖАНИЕ НА МЕРКИТЕ

#### Член 1

Мерките за информация и публичност, отнасящи се до дейността на Кохезионния фонд, целят повишаване на информираността на обществото за проектите, частично финансирани от Фонда и демонстриране на ролята на Общността чрез Фонда.

Мерките са насочени към обществеността в страните-членки – бенефициети на Фонда и целят излъчване на единен образ на ролята на Общността.

Където това е подходящо, те могат да включват дейности, свързани с програмите и проектите, частично финансирани от Структурните Фондове според разпоредбите на Регламент (ЕО) № 1159/2000.

#### Член 2

Страните-членки гарантират, че отговорните власти за изпълнението на проекти по Кохезионния фонд (наричани по-долу “изпълнителни агенции”), ще предприемат всички административни мерки, за да осигурят информация и публичност по тези проекти в съответствие с настоящия Регламент.

Те ще изготвят ясен набор от мерки за целия жизнен цикъл на проектите, след като е взето решение за частично финансиране от Кохезионния фонд.

#### Член 3

Изпълнителните агенции ще информират Комисията, включително бюрото ѝ в съответната страна-членка, за мерките във връзка с втория параграф на Член 2. Когато е необходимо, те могат да поискат техническа помощ за провеждането им.

#### Член 4

Освен описание на проекта и мярката, инструментите за информация и публичност, трябва да съдържат:

(а) обяснение със следните думи или съответен еквивалентен израз за ролята, която играе Съюзът чрез Кохезионния фонд:

“Този проект помага за намаляването на икономическите и социални несъответствия между гражданите на Европейския съюз”.

(б) Европейското знаме, в съответствие с графичните правила, посочени в Анекса, със следните думи, или еквивалентен израз:

“Този проект се съфинансира от Европейския Съюз”.

#### Член 5

Изпълнителните агенции трябва да изпращат на Комисията цялата информация, необходима за подготовката на годишния отчет, указана в Член 14(1) на Регламент (ЕО) № 1164/94.



## ГЛАВА II

### МЕРКИ ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ

#### ЧАСТ 1

##### Задължителни мерки

###### Член 6

Мерките, изложени в Членове 7 и 8 се предприемат, когато проектите се изпълняват.

###### Член 7

1. След като Комисията вземе решение частично да финансира даден проект, медиите (преса, радио, телевизия) трябва да бъдат информирани за неговия старт, основните етапи от изпълнението му и неговото завършване по най-подходящия начин. Като принцип, това става чрез срещи с медиите, но също и чрез прес-съобщения и по други начини.

В случаите, когато общата стойност на проекта е под 50 млн. евро, пресконференцията, посочена в първия параграф, не е задължителна.

Изпълнителната агенция решава, по усмотрение, дали провеждането на пресконференция е задължително, в зависимост от важността и въздействието на проекта.

2. Документация по проекта се предоставя на медиите и на всяка друга заинтересована страна.

###### Член 8

1. По време на работата на местата на проектите се издигат билбордове.

Упоменателни табели, разположени на инфраструктура с добра видимост за широката общественост, заменят билбордовете в рамките на не повече от шест месеца след приключване на работата.

2. За всеки проект, получил финансиране от Кохезионния фонд, се поставя билборд или табела, описваща проекта и даваща информацията, посочена в Член 4.

Тази информация трябва да заема не по-малко от 25% от площта на билборда.

#### ЧАСТ 2

##### Други мерки

###### Член 9

В допълнение към мерките, посочени в Членове 7 и 8, изпълнителната агенция и популяризаторите на проекта могат да изпълнят и други мерки за постигане на целта за информираност на обществото, посочена в Член 1, а именно:

- (а) поставяне на плакати на места с голяма видимост
- (б) производство на печатни материали (брошури, дипляни, листовки, бюлетини, и др.) и видео материали.
- (в) създаване на страници в Интернет.

## ГЛАВА III

### **РОЛЯТА НА МОНИТОРИНГОВИТЕ КОМИТЕТИ**

#### *Член 10*

На заседанията на съответните мониторингови комитети, председателят докладва за напредъка по мерките за публичност и снабдява членовете с копия на произведените материали или доказателство за предприетите мерки за публичност и инструменти, например снимки на билбордове и събития.

#### *Член 11*

В съответствие с Член 7, председателят на Мониторинговия комитет, с помощта на Комисията, информира медиите за работата на

Регламентът е задължителен в своята цялост и пряко приложим във всички страни-членки.

Брюксел, 1 април 2004 г.

Комитета и напредъка на проектите, за които отговаря.

## ГЛАВА IV

### **ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ**

#### *Член 12*

С настоящото се отменя Решение 96/455/ЕО.

Препоръките към отмененото Решение ще се тълкуват като препоръки към настоящия Регламент.

#### *Член 13*

Настоящият Регламент влиза в сила на третия ден след публикуването му в Официалния журнал на Европейския Съюз.

За Комисията  
Мишел Барние  
Член на Комисията

## АНЕКС

Подробните графични правила за Европейското знаме могат да бъдат намерени на адрес:

[http://europa.eu.int/abc/symbols/emblem/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/abc/symbols/emblem/index_en.htm)

Пример с основните елементи, които трябва да бъдат включени в мерките и инструментите за информация и публичност

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| (знамето на Европейския съюз) | “Този проект, частично финансиран от Европейския съюз, помага за намаляване на икономическите и социални несъответствия между гражданите на Съюза.” |
|-------------------------------|---|

### ПРИЛОЖЕНИЕ III

#### *Чеклиста за организиране на публично събитие*

| №  | Дейност   | Срок | Отговорно лице/звено |
|----|---|------|----------------------|
| 1. | Определяне на целите на събитието /информационни, официални, образователни или др./   |      |                      |
| 2  | Формулиране на съобщенията и посланията, които трябва да бъдат комуникирани чрез събитието  |      |                      |
| 3  | Определяне на участниците в събитието /представители на делегацията на ЕК, на Изпълнителната агенция, на Крайния бенефициент, на социално-икономически партньори, неправителствени организации и др./ |      |                      |
| 4  | Определяне на екип, който да организира събитието   |      |                      |
| 5  | Изготвяне на списък на гостите и представителите на медиите, които ще присъстват  |      |                      |
| 6  | Определяне на мястото за провеждане на събитието  |      |                      |
| 7  | Определяне на подходяща дата за провеждане на събитието   |      |                      |
| 8  | Подготовка и изпращане на покани  |      |                      |

|           |   |  |  |
|-----------|---|--|--|
| <b>9</b>  | Определяне на водач на събитието  |  |  |
| <b>10</b> | Изготвяне на сценарий на събитието  |  |  |
| <b>11</b> | Планиране на разположението на присъстващите на мястото на събитието  |  |  |
| <b>12</b> | Осигуряване на транспорт и места за паркиране   |  |  |
| <b>13</b> | Осигуряване на фото, видео заснемане и аудио запис на събитието   |  |  |
| <b>14</b> | Осигуряване на озвучаване и осветление на мястото за провеждане на събитието  |  |  |
| <b>15</b> | Осигуряване на презентационна техника   |  |  |
| <b>16</b> | Музикално оформление на събитието   |  |  |
| <b>17</b> | Подготовка на прескит, съдържащ съобщение за медиите, печатни информационни материали и др.   |  |  |
| <b>18</b> | Осигуряване на кетеринг   |  |  |
| <b>19</b> | Осигуряване на визуализация на мястото на събитието с билбордове, табели, знамена, транспаранти и др., съгласно изискванията на Решение N 503/2001 и Регламент N 621/ 2004 на ЕК; |  |  |
| <b>20</b> | Подготовка на указателни табели   |  |  |

|           |  |  |  |
|-----------|--|--|--|
| <b>21</b> | Изготвяне на бюджет на събитието   |  |  |
| <b>22</b> | Тренинг на основните участници в събитието   |  |  |
| <b>23</b> | Осигуряване на посрещане на гостите  |  |  |
| <b>24</b> | Разпределение на задачите и отговорностите на организационния екип по време на събитието |  |  |