

Министерство на икономиката и енергетиката  
Република България

---



**Комуникационен план  
на Оперативна програма  
„Развитие на  
конкурентоспособността на  
българската икономика”**

**2007-2013**

Май 2008

## СЪДЪРЖАНИЕ

I. ВЪВЕДЕНИЕ.....	4
II. ЗАКОНОДАТЕЛНА И СТРАТЕГИЧЕСКА РАМКА.....	6
III. СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ.....	9
IV. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ.....	12
V. ЦЕЛЕВИ ГРУПИ.....	13
VI. ИНФОРМАЦИОННА И КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ.....	14
VII. ИНДИКАТИВЕН БЮДЖЕТ.....	21
VIII. ОТГОВОРНОСТИ И ЗАДАЧИ.....	23
IX. НАБЛЮДЕНИЕ И ОЦЕНКА.....	29
X. ПРИЕМАНЕ И ИЗМЕНЕНИЕ.....	35
XI. КРАТЪК РЕЧНИК НА ТЕРМИНИТЕ.....	36
XII. ИЗПОЛЗВАНИ СЪКРАЩЕНИЯ.....	38

**Контакти:**

**Управляващ орган на Оперативна програма «Развитие на конкурентоспособността на българската икономика»**

**Министерство на икономиката и енергетиката**

**Дирекция «Европейски фондове за конкурентоспособност»**

**Ивет Жаблянова – директор**

**тел.: +359 2 940 75 00**

**e-mail: [i.jablyanova@mee.government.bg](mailto:i.jablyanova@mee.government.bg)**

**Маргарита Чолакова – служител «Комуникации»**

**тел.: +359 2 940 74 81**

**e-mail: [m.cholakova@mee.government.bg](mailto:m.cholakova@mee.government.bg)**

**Междинно звено на ОП**

**Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия**

**Главна дирекция “Междинно звено и изпълнение на проекти”**

**Христо Медаров – директор**

**тел.: +359 2 8075 300**

**e-mail: [h.medarov@sme.government.bg](mailto:h.medarov@sme.government.bg)**

**Миглена Митрушева – служител “Комуникации”**

**тел.: +359 2 8075 330**

**e-mail: [m.mitrusheva@sme.government.bg](mailto:m.mitrusheva@sme.government.bg)**

## I. Въведение

Финансовата перспектива на Европейския съюз за периода 2007 – 2013 година поставя нови приоритети в субсидирането на дейностите на различните държави членки. За посочения период са определени няколко фонда, които ще предоставят финансиране на проекти, отговарящи на изискванията на единната европейска политика. Това са Европейският фонд за регионално развитие, Европейският социален фонд и Кохезионният фонд.

Сред основните държавни приоритети на България, залегнали в Националната стратегическа референтна рамка (НСРР), е развитието на динамична и конкурентна икономика, основана на знанието. Основните насоки на развитие на икономиката са детайлно разписани в Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013. Управляващият орган на програмата е дирекция "Европейски фондове за конкурентоспособност" в Министерство на икономиката и енергетиката. Междинното звено е Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средни предприятия (ИАНМСП).

Общата цел на оперативната програма е създаване на динамична икономика, конкурентоспособна на европейския и световен пазар, както и насърчаване на предприемачеството, създаване на благоприятна бизнес среда и добро управление. Това може да бъде постигнато чрез изпълнението на посочените в ОП приоритетни оси:

Приоритетна ос 1 - Развитие на икономика, базирана на знанието и иновациите;

Приоритетна ос 2 - Повишаване на ефективността на предприятията и развитие на благоприятна бизнес среда;

Приоритетна ос 3 - Финансови ресурси за развитие на предприятията;

Приоритетна ос 4 – Укрепване на международните пазарни позиции на българската икономика;

Приоритетна ос 5 – Техническа помощ.

Съгласно чл. 69 от Регламента на Съвета (ЕО) № 1083/2006 г., който определя общите разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие, Европейския социален фонд и Кохезионния фонд, Управляващият орган на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013 трябва да осигури информация и публичност по всички приоритетни оси и операции на оперативната програма за широката общественост и за потенциалните бенефициенти. Целта на предоставянето на информация и публичност е изтъкване на ролята на Общността и гарантиране прозрачността на финансирането от ЕС.

Осигуряването на публичност и информираност на обществото и целевите групи е задължение на Управляващия орган на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013.

Успешното комуникиране на същността, принципите и механизмите за кандидатстване за средства по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013“ ще осигури реализирането на качествени проектни предложения, които ще отговарят на залегналите в програмата приоритети. Това ще допринесе за по-високо усвояване на средствата от Европейските фондове в България, което от своя страна неминуемо ще окаже благоприятен ефект върху развитието на малките и средните предприятия, повишаване на конкурентоспособността на българската икономика в

условията на европейския пазар, и като цяло върху развитието на икономическите процеси в страната.

Представените комуникационни мерки в настоящия план ще повлияят върху прозрачността на процеса на управление на средствата от ЕС и ще допринесат за изграждането и поддържането на доверието в държавните институции от страна на широката общественост и преоткриването им като надежден партньор на икономическите субекти в България.

При изпълнението на комуникационния план на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013 ще бъдат използвани разнообразни канали и средства за информация, които са подходящи за достигане до разнородните целеви групи и отговарят на техните комуникационни навици. Комуникационната политика на програмата включва предоставяне на информация на медиите на национално и регионално ниво, на гражданите, на национални, областни и общински органи, на структурите на гражданското общество, браншови и бизнес организации, както и на всички други заинтересовани страни.

Настоящият комуникационен план е част от ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013 и задава стратегическата рамка на комуникация за програмния период 2007 – 2013 г. Комуникацията ще следва обективния ход на Оперативната програма, за да може най-адекватно да отговори на нуждите от информация от страна на потенциалните бенефициенти и реално да доведе до крайната цел на ОП – максимално усвояване на средствата от европейските фондове и постигане на желаните ефекти на финансираните интервенции върху целевите групи на ОП.

Документът включва: описание на законодателната и стратегическа рамка, зададена от нормативни документи на Европейския съюз; анализ на ситуацията – степен на информираност и заинтересованост от страна на ключовите публики; цели на комуникационния план; целеви групи; информационна и комуникационна стратегия; индикативен бюджет; отговорности и разпределение на задачите между контролните органи; методи за наблюдение и оценки; регламентиране на принципите за изменение и допълнение на комуникационния план.

Планът е подготвен от дирекция "Европейски фондове за конкурентоспособност" в Министерство на икономиката и енергетиката.

## **II. Законодателна и стратегическа рамка**

Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013“ е официално одобрена с решение на Европейската комисия от 27 септември 2007 г.

Комуникирането на условията и ползите от усвояването на европейските Структурни и Кохезионен фондове е регламентирано от няколко документа на Общността. Те задават минималната комуникационна рамка, към която отговорните органи трябва да се придържат, като я обогатяват с релевантни за съответната държава комуникационни мерки, описани в настоящия Комуникационен план за ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013.

Публичните органи, отговорни за структурната помощ от европейските фондове в различните държави членки, се определят в европейски разпоредби и важат за целия Европейски съюз. Европейската комисия е гарант за тяхното успешно изпълнение и прилагане.

Процесът на управление и контрол върху предоставяната информация за Структурните фондове се засилва през периода 2007 – 2013 г. Чл. 69 от Регламента на Съвета № 1083/2006 задължава управляващите органи да предоставят информация за оперативните програми и да публикуват информация за операциите и съфинансираните програми. Съгласно Чл. 2 на Регламент 1828/2006 УО разработва комуникационен план за съответната оперативна програма, който трябва да включва поне: стратегия и съдържание на информационните мерки и мерките за публичност, цели и целеви групи, индикативен бюджет за реализиране на плана, административни звена, отговорни за прилагане на мерките за публичност и информиране, указания за начина на оценка на мерките за информиране и публичност по отношение на предоставяната гласност за ОП и ролята на Общността. Комуникационните планове се одобряват от Комисията като ѝ се представят от съответния УО до 4 месеца от датата на одобрение на съответната ОП.

Документът, който определя специфичните задължителни комуникационни дейности, е Регламент на Комисията № 1828/2006 от декември 2006 г. Според Чл. 5. т. 2 на документа „Управляващият орган трябва да осигури на потенциалните бенефициенти ясна и детайлна информация минимум за следното:

- Условията за допустимост за кандидатстване с проекти по ОП;
- Процедури за оценка на проектните предложения, включително времеви рамки;
- Критериите за избор на финансираните операции;
- Контактите на национално, регионално и местно равнище, където може да бъде предоставена информация по ОП.

При изпълнение на Комуникационния план Регламент № 1828/2006 препоръчва на Управляващия орган при популяризирането на информацията да използва съдействието на поне един от следните субекти – национални, регионални или местни власти, агенции за развитие, икономически и социални партньори, организации, представляващи бизнеса, професионални и търговски сдружения, НПО, образователни институции, информационни центрове на ЕС, както и представителството на ЕК в съответната държава.

В Чл. 7 и Чл. 8 на Регламент 1828/2006 са предвидени следните отговорности по отношение на мерките за информиране и публичност:

*Отговорности на УО:*

- Гарантиране изпълнението на мерките за информиране и публичност в съответствие с комуникационния план и насочеността им към максимално

широко медийно покритие посредством използването на разнообразни форми и методи за комуникация, насочени към подходящата целева група.

- Организиране минимум на следните информационни събития:
  - мащабно информационно събитие, оповестяващо стартирането на Програмата
  - поне по едно мащабно събитие на година, както е разписано в Комуникационния план, за представяне постигнатото по ОП
  - издигане знамето на ЕС за една седмица, считано от 9 май, пред сградата на УО
  - публикуване на списък с бенефициентите (електронно или по друг начин), името на съответните операции и размера на публичното финансиране, отпуснато по тях

#### *Отговорности на бенефициентите:*

- Информирание обществеността за получената подкрепа от Структурните фондове посредством мерките, разписани в Чл. 8 на Регламент 1828/2006

Всеки УО следва да определи по едно лице за контакти, отговорно за информирането и публичността по Програмата и да информира ЕК за това лице. В допълнение, всяка страна-членка може да определи едно лице за контакти по всички оперативни програми, което, ако бъдат създадени мрежи на Общността за обмен на добри практики (включително по отношение резултатите от изпълнението на комуникационни планове), да участва в тях.

Друг основен документ, който определя 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, отразени в Регламент (ЕО, ЕВРАТОМ) № 1995/2006 г. 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 вземе предвид техното мнение 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 средства за масово осведомяване и комуникация

Европейската инициатива за прозрачност също описва правила по отношение на бенефициентите по 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 извършване на анализи на политиките на ЕС, които спомагат за формирането на изводи, които могат да доведат до подобряването на политическите решения.

Комуникационният план на ОП „Развитие на конкурентноспособността на българската икономика“ е съобразен и с насоките, дадени от Националната комуникационна стратегия на НСРР - стратегически национален документ, предоставящ рамка за работата, която предстои да се извърши за популяризиране на целите и приоритетите, заложиени в НСРР и ОП и осигуряващ координирана комуникационна политика,

В стратегията са дефинирани основните цели и приоритети на комуникациите на национално ниво с цел постигане на оптимална публичност и информационна синергия на всички нива.

В настоящият комуникационен план за залегнали основните цели стратегията - чрез проактивна комуникация и прозрачност да се стимулира повишаването на информираността и мотивираността на обществото и целевите групи с цел ефикасно и ефективно усвояване на средствата от Структурните и Кохезионния фондове, стимулиране на общественото признание за ролята на ЕС за развитието на регионите и в частност за постигането на целите на НСРР, а именно до 2015 година България да се превърне в конкурентноспособна страна-членка на ЕС с високо качество на живот, доходи и социална чувствителност.

Отчитайки факта, че комуникационните планове на отделните ОП са инструмента за изпълнение на целите на Националната комуникационна стратегия на НСРР, Комуникационният план на ОП „Развитие на конкурентноспособността на българската икономика“ и 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.



### III. Ситуационен анализ

#### Степен на информираност, специфични нагласи и очаквания на целевите групи

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“. Социологическа агенция MBMD проведе проучване след широката общественост и сред потенциалните бенефициенти в началото и в края на информационната кампания с цел да установи нивото на познаваемост, нагласите към еврофондовете и ефективността от кампанията. Данните от проучването, реализирано от агенция MBMD, могат да послужат за първоначално определяне на нагласите и на целевите групи по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013.

Програмата „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013. е посочена като третата по атрактивност и желание за кандидатстване с проекти (41%), което свидетелства за силен интерес към оперативната програма и намерението на потенциалните бенефициенти и заинтересованите групи да разработят проекти за кандидатстване.

По поръчка на Министерството на икономиката и енергетиката през януари 2008 г. агенцията за социологически проучвания Estat провежда изследване за степента на информираност и информационните нужди на целевите аудитории на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013 г.“

За постигането на задачата, изследването стартира с очертаване на общия хоризонт по темата, измерен сред пълнолетното население. Логически, втори етап от проучването е провеждането на групови дискусии по метода на фокус групата сред потенциални бенефициенти на програмата – бизнес, неправителствени организации, структури на местната власт, научно-изследователски звена. Последващите части на изследването са проучване на мнението на институционалната среда, медиите, като посредник в предоставяне на информацията, и количествено проучване сред преките бенефициенти на програмата – МСП, допустими за кандидатстване по програмата.

Данните, които са получени в следствие на проведеното изследване сред широката аудитория показват, че:

- Най-широката целева публика на комуникационния план по Оперативната програма е около 15% от населението, в рамките на които 10% имат свой бизнес (попадащ в или извън бенефициентите на програмата), а потенциално замислилите се в посока започване на нов бизнес са малко под 10% (част от тях вероятно биха направили и практически постъпки в тази посока).
- Респондентите като цяло заявяват интерес към икономически информационни новини и твърдят, че следят подобни.
- Отнасят се позитивно към различните програми, които подкрепят развитието на конкурентоспособността на българската икономика, оценяват сравнително ниско информацията за тях.
- Интересът към икономическите новини и общите оценки за програмите обаче се сблъскват с ниска разпознаваемост на европейските фондове. Всеки втори български гражданин не познава предназначението на Структурните и Кохезионния фондове.
- Над 83% за първи път чуват за съществуването на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013 г.

- Тези, които твърдят, че познават Оперативната програма (16% от всички) в голямата си част идентифицират Министерството на икономиката и енергетиката като водеща институция в разработването и прилагането на програмата у нас. Масово обаче не се разпознават звената на управление на програмата.

Изводите от национално представителното изследване на агенция Estat служат като база за разработването на стратегията в настоящия комуникационен план, съобразен с нуждите на релевантните аудитории.

Представителното социологическо проучване, проведено сред потенциални бенефициенти и групи, които имат пряко участие в процеса на усвояване на средства по ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013 цели да обхване мнението и нуждите на успешните участници и предпочитаните от тях канали за информация. Това са целевите групи, които потенциално имат капацитет да кандидатстват в момента, като са съобразени позитивите и негативите, които те отчитат по информираността си относно ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013". Възниква нуждата от отделянето на по-голямо внимание върху тези данни, за да може да се постигне ефект още в началния стадий на тази ОП.

Относно методите за търсене на информация и комуникационните канали, става ясно, че те се променят в зависимост от етапите, на които се намира хипотетичният бенефициент на програмата. Според проучването на агенция Estat, най-полезни източници на информация сред респондентите са телевизионните канали и интернет.

Необходимо е да се има предвид, че каналите за предоставяне на информация и нейното съдържание са различни, в зависимост от това дали трябва да бъде постигната:

- „чуваемост за програмата“ – тоест потенциалните бенефициенти да получат начална информация за съществуването на такива програми и начални насоки какво трябва да предприемат: основен източник - интернет
- подготовка на документите за кандидатстване – изчистване на въпроси, които се пораждат от спецификата на дейността, за която биха потърсили финансиране – консултант – държавен служител
- подаване на документи и изчакване на резултати - консултант – държавен служител

- основен източник е информационният електронен бюлетин, разпространен по Интернет т.е. едно място, което „складира“ информация за всички възможности. Търсенето на информация в Интернет губи време, сайтовете и местата не са популярни

- Интернет е най-добрият източник за всички страни, но разпространението на информацията през него трябва да бъде популяризирана чрез страници, които са най-често посещавани от бенефициентите (това често са сайтове, пряко свързани с развитието на бизнеса им)

- задължителен информационен фактор е наличието на контакт с държавен служител, който работи в средата на подготовката на процедури по проекти.

Важно в информационния обмен е ползването както на формални, така и на неформални контакти. Формалните контакти са изпращания на писмени запитвания за уточнения по Оперативната програма. Повечето представители изразяват неудовлетвореност от тази форма на комуникация, тъй като най-често получените отговори препращат към части от документите, които на практика са породили неразбирането.

Поради честите изменения в програмите и липсата на подробен, адекватен писмен отговор на зададените въпроси, ключови стават неформалните контакти – познати,

приятели, съученици, състуденти, които по някакъв начин имат достъп до „извора“ на промените и информацията.

Анализ на силните и слаби страни, възможности и заплахи /**SWOT анализ**/

<b>Силни страни</b>	<p>Силен интерес към ОП “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 - 2013 сред бенефициентите на всички оперативни програми</p> <p>Представяне на реални възможности за развитие на конкурентоспособността на българската икономика</p>
<b>Слаби страни</b>	<p>Ниска познаваемост на ОП “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 - 2013 сред представители на широката общественост</p> <p>Недостатъчна подготовка на потенциалните бенефициенти да кандидатстват с проектни предложения</p>
<b>Възможности</b>	<p>Засилване на интереса към ОП “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013” от страна на широката общественост</p> <p>Засилване на активността на потенциалните бенефициенти да кандидатстват с проектни предложения по ОП “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 - 2013.</p> <p>Разпознаваеми ефективни канали за комуникация, посочени като предпочитани от потенциалните бенефициенти и широката общественост</p> <p>Гарантиране на прозрачност при разпределението, отпускането и усвояването на средства по ОП “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 - 2013 чрез изпълнение на Комуникационния план към програмата</p>
<b>Заплахи</b>	<p>Ниска активност от страна на потенциални бенефициенти</p> <p>Поддържане на неясни правила и процедури по финансиране на проектни предложения</p> <p>Недоверие от страна на потенциални бенефициенти и широка общественост в прозрачността на финансирането на проекти по ОП “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 - 2013.</p>

#### **IV. Цели и задачи на Комуникационния план**

- Информирание на потенциалните бенефициенти за целите, обхвата и финансовите възможности, критериите за допустимост на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013;
- Привличане и задържане на вниманието на потенциалните бенефициенти и повишаване на нагласата им за кандидатстване с проекти по Програмата;
- Стимулиране на активността и инициативата от страна на потенциалните бенефициенти за участие с проектни предложения в ОП;
- Запознаване на бенефициентите с техните отговорности при изпълнението на дейностите по ОП, както и задълженията им за предоставяне на информация и публичност, които трябва да съпътстват изпълнението на техните проекти;
- Гарантиране на прозрачност в процеса на усвояване на средствата от ОП;
- Запознаване на широката общественост с целите, обхвата и резултатите от ОП;
- Повишаване на познанието на широката общественост по отношение на положителната роля на европейското финансиране и развитието на българската икономика;
- Информирание, образование и повишаване на квалификацията на служителите от държавната администрация, свързани с реализирането на Програмата.
- Информирание на потенциалните бенефициенти за добри практики, технологии и иновации с голяма икономическа ефективност
- Информирание на потенциални бенефициенти за процедурата по кандидатстване и оценка на проектите – особености, срокове, критерии за оценка и др.

#### **Дългосрочни цели:**

- Да допринесе за утвърждаване на положителния имидж на Министерството на икономиката и енергетиката като европейска администрация, провеждаща целенасочена и качествена политика за развитие на българската икономика, в интерес на българския бизнес и на цялото общество;
- Да допринесе за затвърждаване на позитивните нагласи сред българското общество към ЕС и преодоляване на евроскептицизма, свързан с трудностите в първите години от членството.

Тези цели са по-трудно измерими. Постигането им е в следствие на съчетанието на множество фактори, зависи от провежданите политики на различни институции, цялостна политика на държавата, успеха на различни комуникационни кампани. Поради това резултатите биха могли да се усетят в един по-дългосрочен план.

## **V. Целеви групи**

Комуникационният план на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013 е насочен към **3 основни целеви групи** (ЦГ).

Подходът в комуникацията ще бъде строго специфичен спрямо всяка една от тях, съобразно нуждите ѝ от информация и нейните навици.

### **1. Потенциални бенефициенти**

- Микро, малки, средни предприятия (както съществуващи, така и стартиращи фирми) и големи предприятия, които фокусират дейността си в някоя от следните сфери:
  - развитие на иновациите;
  - производствен сектор;
  - сектор на услугите;
- Обществени и частни организации, които фокусират дейността си в някое от следните направления:
  - създаване и управление на центрове за технологично подпомагане на бизнеса;
  - стандартизиране, сертифициране и изпитване.
- Неправителствени организации, които подпомагат дейността на бизнеса (например бизнес инкубатори, бизнес сдружения и асоциации).
- Бизнес и браншови организации
- Образователни институции, изследователски организации, научни звена
- Гаранционни фондове, фондове за рисков капитал и за микрокредитиране
- Консултантски организации

### **2. Външни публики**

- Средства за масово осведомяване – национални и регионални, специализирани
- Лидери на обществено мнение – журналисти, експерти, икономисти, политици
- Широка общественост

### **3. Вътрешни публики**

- Служители на Министерство на икономиката и енергетиката и други министерства свързани с програмата
- Служители на Изпълнителна агенция за насърчване на малките и средни предприятия (ИАНМСП)
- Служители на държавните агенции, изпълнители по Програмата
- Служители на регионалните офиси на агенциите
- Комитет за наблюдение на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013

## **VI. Информационна и комуникационна стратегия**

След оценка и анализ на текущото състояние на информираност и подготвеност на потенциалните бенефициенти и други заинтересовани публики, възниква необходимостта от релевантна стратегия за комуникирането на ценности на ЕС, изразени в европейските Структурни и Кохезионен фондове, принципите и механизмите на отпускане на субсидии и цялостния ефект на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013.

Кампаниите ще протекат в духа на диалогичност, чрез осъществяването им на национално и регионално ниво и чрез използване на леснодостъпни и адекватни на целевите групи канали за комуникация; ще се стимулират обществените дискусии за ефективно използване на средствата по програмата и ролята на добрите проектни предложения за цялостното състояние на българската икономика.

В рамките на кампаниите ще бъде следван принципът на партньорство, който от друга страна е силно насърчаван при оценяване на проектни предложения от страна на Комитета за наблюдение.

### **Стратегически подходи**

- Развитие на комуникацията едновременно на национално и на регионално ниво
- Едновременно обхващане на трите целеви групи – потенциални бенефициенти, външни и вътрешни публики
- Поднасяне на информацията на достъпен и разбираем за реципиентите език
- Диалогичност и постоянна обратна връзка с целевите групи за сверяване на нуждите от информация
- Гъвкавост и адаптиране на стратегиите съобразно нуждите на целевите групи
- Адекватно съчетание на комуникационните средства и канали / медия микс/
- Интензивност на Първия и на Третия етап от плана
- Постоянен мониторинг на изпълнението и отчитане на нивото на информираност на групите

Комуникационният план на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013 ще се реализира в три последователни и взаимосвързани комуникационни етапа, чиито ключови послания се разгръщат в периода 2008 – 2013 г.

### **Етапи**

Стратегията на комуникационния план се изразява в следване на естествения оперативен ход на програмата. България, както и всички държави посочени в Анекс II към Регламент № 1083/2006, получават възможността да усвоят средства на принципа N+3 за първите четири години (2007 – 2010 г.) Това правило означава, че финансовият ангажимент на Европейската комисия за определена година е валиден до третата година след годината, за която се отнася. Това обуславя и необходимостта от интензивна начална

комуникационна кампания, чиято крайна цел е реализирането на по-мощабни проектни предложения и по-голям срок за изпълнение на проектите.

Трите етапа се разпределят на времеви принцип, като съответно началният се провежда в рамките на периода N+3 (2007 - 2010 г.), поддържащият се застъпва в N+2 (2011-2012 г.), а финалният е предвиден за 2013 - 2015 г. Третата кампания обхваща крайния срок, в който потенциалните бенефициенти ще имат възможност да получат одобрение на проекти, по които ще бъдат отпуснати средства от европейските Структурни фондове. Усвояването на средствата по одобрените проекти ще продължи до 2015 г.

Това предполага необходимостта първият и третият етап на комуникацията да бъдат най-интензивни и с максимално количество активности. Докато вторият етап е поддържащ и с по-регулярни и стандартни комуникационни дейности.

- ▶ **Началният етап /2007 – 2010/** ще бъде най-интензивен и ще отбележи началото на систематизирана и целенасочена комуникационна политика, обхващаща едновременно всички целеви групи. Той ще се развива на две плоскости – обща и специфична информация.

От една страна ще популяризира най-общо ОП до широката общественост и ще информира за:

- Целите на ОП
- Приоритетите на ОП
- Насоките, по които ще се предоставя помощта
- Институциите за управление и контрол
- Общите ползи от усвояване на средствата по ОП
- Реалните ползи от членството в ЕС
- Обучения предвидени за ресорните журналисти и медиите и др.

Втората плоскост на комуникация е насочена към потенциалните бенефициенти, ще предоставя конкретна и специфична информация, за да ги подготви за изработване на проектни предложения. Тя ще включва:

- Детайлна информация за приоритетите и съдържанието на ОП
- Условието за кандидатстване
- Документи, източници на информация
- Информация за стартиращи схеми по приоритетните оси
- Допустимост на финансиране
- Допустимост на разходите

Още на този етап ще започне създаване на база данни, в която да се публикуват успешни проекти и чрез която се разпространяват добрите практики.

- ▶ **Поддържащият етап /2011 – 2012/** също ще се характеризира с множество активности, които следват изпълнението на основната цел – разработване на широк набор от качествени проектни предложения, ще позволи своевременна оценка на ефективността на предприетите до момента комуникационни тактики и, ако е необходимо, тяхното преформулиране. Кампанията ще даде възможност да се затвърдят резултатите, постигнати по време на първоначалната кампания, което ще доведе до устойчиво усвояване на средствата по ОП.
- ▶ **Финалният етап /2013-2015/** ще представи общите резултати от предходните кампании и тяхната ефективност. Ще се наблегне на успешните примери и практики при изпълнението на получените финансиране проекти.

Трите етапа изцяло ще следят за осигуряване на прозрачност в процеса на изпълнение на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013". Те ще бъдат разработени подробно в годишните планове за изпълнение. От своя страна годишните планове ще съдържат подробно описание на дейностите по месеци и ще описват конкретни мерки за комуникация, които ще бъдат изпълнявани всяка година.

### **Информационни и комуникационни средства**

За успешното постигане на целите на комуникационния план е необходимо разработването на голям набор от различни информационни средства и материали. Всеки един от материалите ще бъде съобразен и разработен, за да послужи на една или повече целеви групи.

Необходимите дейности и материали за постигането на стратегическата комуникационна цел:

- **Създаване на лого на оперативната програма**

Логото ще бъде поставяно на всички информационни и печатни материали. То по графичен начин ще онагледява връзката между ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013 и Европейския съюз – Европейския фонд за регионално развитие, по който се отпускат средства за Оперативната програма. То ще осигури идентичност на Програмата и разпознаваемост сред публиките, в т.ч. и от широката общественост, Логото ще бъде използвано съобразно специално разработени правила, съобразени с изискванията за използване на националното лого на НСРР.

- **Печатни информационни материали**

Тази форма на комуникация дава възможност за по-дългосрочно запознаване на заинтересованите групи с информацията за ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013. Формата търпи голямо разнообразие – брошури, дигитални, листовки, справочници, наръчници и други, които ще послужат като помощни материали и ще бъдат раздавани на всички събития, както и ще бъдат публикувани на интернет страницата на оперативната програма.

Особено внимание следва да се обърне на печатните материали, които могат да влязат в пряка употреба на потенциалните бенефициенти при разработването на избран от тях проект, като им предоставят конкретна и практична информация.

- ✓ Резюме на текста на оперативната програма, написано на широко достъпен език

С цел да се създаде първоначално разбиране и познаване на материята от страна на бенефициентите и свързаните целеви групи, е необходима направата на опростен текст, който разяснява приоритетите и механизмите по ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013".

- ✓ Ръководство за потенциалните бенефициенти

Ръководството за разбирането и прилагането на текстовете от ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013" е един от най-необходимите документи в полза на потенциалните бенефициенти. Добрата самоподготовка на бенефициентите е необходимо условие за последващ конструктивен диалог с институциите, отговорни за контрола и изпълнението на оперативната програма.



- **Събития**

За събития е подходящо да се използват всички познати форми (напр. конференции, семинари, срещи, дискусии, кръгли маси, пресконференции и др.)

Условно събитията могат да бъдат разделени на два типа – обучителни и дискуссионни. Всички форми на събития ще бъдат съобразени със специфичните нужди от информация на различните целеви групи.

Дискуссионните форми на събитие дават възможност за анализ и обсъждане на въпроси, възникнали в процеса на изпълнение на ОП и за задълбочен диалог между представителите на целевите групи.

УО на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013 ще събира и обобщава възникналите по време на дискусиите идеи и предложения, за да информира за тях потенциалните бенефициенти и по този начин да ги насърчава да кандидатстват по-активно с проектни предложения.

Пресконференциите са най-удачната форма за поднасяне на систематизирана информация към медиите. Там се осъществява и обратната връзка и се дават и възможности за дискусии с ресорните журналисти и отговор на интересуващите ги въпроси.

- **Информационен бюлетин**

Бюлетинът ще съдържа актуална информация за събития, покани за участие с проекти, примери за успешни проекти на местно и международно ниво (след първата година на изпълнение). Документът ще се разпространява на равни периоди (напр. веднъж месечно). Уместно е в него да се поместват материали от представители на различни целеви групи – потенциални бенефициенти, представители на неправителствени организации, местна власт, консултанти и представители на Комитета по наблюдение. Бюлетинът ще бъде безплатен и ще се публикува на уеб страницата на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013 ([www.opcompetitiveness.bg](http://www.opcompetitiveness.bg)), като ще бъде достъпен и чрез безплатен абонамент.

- **Реклама**

Трите комуникационни етапа предполагат използването на рекламни форми като ефективни инструменти за поддържане интереса на целевите групи. Предвид многопластовата същност на целевите групи е възможно използването на всички рекламни форми (напр. телевизионни и радио клипове, печатна реклама, външна реклама, интернет и др.)

- **Аудио-визуални средства / електронни медии /**

Това биха могли да бъдат например телевизионен рекламен клип, радио-реклама, CD с презентации и информационни материали и др.

Според проведеното от Estat проучване относно европейските Структурни фондове електронните медии /телевизия и радио/ се посочват като най-лесно усвояеми канали за комуникация и са сред най-силно въздействащите за предаване на ключовите послания. Те са и лесен канал за достигане на широката аудитория. Използването на интерактивни форми на комуникация ще засили обществената дискусия за принципите, значимостта и ползите от ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013 и европейските политики по отношение на Структурните фондове.

Ще бъде обърнато специално внимание на регионалните електронни медии, поради спецификата на тяхната аудитория и местните бизнеси.

➤ **Онлайн информационни средства / Интернет /**

Интернет медиите предоставят възможност както за интерактивна връзка, така и за бърза връзка с аудиторията. Друга положителна черта на новата медия е, че дава възможност за създаване на гъвкави, интересни и привличащи интереса кампании за прокарване на основните послания на ОП.

Като най-разпространена форма на интернет комуникация може да се използват интернет банери, разположени в прецизно подбрани страници на партньори, организации, администрации, неправителствени организации, медии и др., които да насочват към интернет страницата на ОП.

• **Уеб страница на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013“ – [www.opcompetitiveness.bg](http://www.opcompetitiveness.bg)**

Интернет страницата на програмата ще бъде един от основните канали за комуникация, тъй като представлява директен източник на информация, която би могла да бъде полезна за целевите групи. Тя ще се поддържа от УО на ОП.

Страницата ще съдържа подробна информация за ОП “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013”, европейските Структурни фондове и за приноса на ЕС за модернизирването на българската икономика. На страницата ще бъдат публикувани апликационните форми за проектите, детайлизирана информация относно условията за кандидатстване, процедурите за одобрение, срокове за изпълнение, критерии за избор на проекти, лица за контакт на местно и национално ниво. На страницата ще се поддържа и електронен архив на всички аудио-визуални и печатни материали (в електронен вид).

Официалната двуезична интернет страница на ОП „Конкурентоспособност“ ([www.opcompetitiveness.bg](http://www.opcompetitiveness.bg)) стартира през месец март 2007 г. след одобряване на Програмата от Министерския съвет на Република България и официалното ѝ внасяне в Европейската комисия. Страницата съдържа подробна и актуална информация за програмата и за възможностите, които създава за българския бизнес, раздели посветени на законодателството, информационни материали, както и отделна рубрика „Въпроси и отговори“, която е сред най-популярните в страната. На страницата се публикуват и обявите за актуалните търгове, заедно с цялата необходима документация по тях .

Междинното звено на програмата (Изпълнителната агенция за насърчване на малките и средните предприятия) поддържа своя интернет страница, която съдържа раздел “Оперативна програма “Конкурентоспособност”” – [www.ibsme.org](http://www.ibsme.org) където е публикувана информация за провежданите процедури за набиране на проектни предложения и се публикуват отговор на въпросите по тях. Осигурена е връзка между интернет страниците на УО и МЗ.

**Възможност за отговор на интернет страницата на конкретни въпроси**

Интернет страницата на Оперативна програма „Конкурентоспособност“ ([http://www.opcompetitiveness.bg/bg/categories/id\\_27.html](http://www.opcompetitiveness.bg/bg/categories/id_27.html)) съдържа специализирана рубрика „Въпроси и отговори“, където ежедневно се проверяват и се отговаря на въпроси за ОП (обща въпроси за програмата, предстоящи схеми или други въпроси от компетентите на УО).

На въпроси по отворени процедури за набиране на проектни предложения се отговаря от Междинното звено, по ред определен в Насоките за кандидатстване по конкретната схема. В Насоките задължително са публикувани адрес за кореспонденция, факс и електронна поща, както и краен срок за задаване на въпроси по отворени процедури.

#### • **Медийна комуникация**

Средствата за масово осведомяване са един от основните канали за ефективно достигане до широката общественост и потенциалните бенефициенти. В хода на изпълнение на комуникационния план на ОП те ще бъдат един от основните съюзници за осъществяване на комуникацията с целевите публики.

За да съумеят медиите да отговорят адекватно на нуждите на бенефициентите и широката общественост относно ролята, значението и условията в ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013 следва първо да бъде привлечен медийния интерес от страна на УО на ОП, след това следва да бъдат запазени с експертна информация, за да боравят професионално и адекватно с тематиката на ОП.

За успешното партньорство между средствата за масово осведомяване и УО на ОП е необходимо регулярно поддържане на контакти с журналисти, които отразяват икономическа и финансова тематика. Част от изпълнението на тази задача може да бъде осъществено чрез:

- провеждане на обучителни семинари на ресорните журналисти по спецификата на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013“
- организирането на открити дискусии с представители на медиите
- осигуряване на експерти за тематични интервюта в електронни и печатни медии
- организиране на редовни срещи с журналисти, които отразяват икономическа тематика

За успешното изпълнение на комуникационния план е необходимо постоянното и наситено присъствие на темата в националните и регионални медии, в съответни форми – интервюта, специализирани материали, репортажи, представяне на добри практики, експертни мнения, европейски опит.

#### • **Информация за бенефициенти**

При обявяването на всяка нова грантова схема Управляващият орган публикува покана към потенциалните бенефициенти минимум в един национален ежедневник, на интернет страницата на програмата и на интернет страницата на Междинното звено.

Освен това ще се излъчват рекламни клипове (телевизионни и радио), които ще целят да засилят интереса на потенциалните бенефициенти и да ги привлекат да участват с проекти по обявените схеми.

На интернет страницата на Оперативната програма **предварително се публикува следната информация:**

- насоки за кандидатстване
- формуляр за кандидатстване
- критерии за оценка
- специално създадени сравнителни таблици, чрез които потенциалните бенефициенти предварително могат да проверят административното съответствие и допустимостта на своите проектни предложения
- вътрешни правила за работа на оценителните комисии

- методика за оценка на проектите

Насоките за кандидатстване за всяка процедура за подбор на проектни предложения, заедно с всички приложения към тях, се публикуват на интернет страницата на УО, МЗ и Единния информационен портал на МФ ([www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg)), **едновременно** с публикуването на обявата за откриване на процедура за подбор на проекти (съгл. Чл. 13 (2) от ПМС 121/31.05.2007 г. за определяне на реда за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ по оперативните програми, съфинансирани от Структурните фондове и Кохезионния фонд на Европейския съюз, и по Програма ФАР на Европейския съюз, изм. и доп. с ПМС 70/04.04.2008 г.).

Насоките за кандидатстване задължително съдържат етапи и начин за оценяване на проектните предложения и критериите за оценка на проектните предложения и относителната им тежест. Критериите за допустимост на кандидатите, проектните предложения, дейности и разходи, са неотменна част от Насоките и дават указания на потенциалните кандидати кой, за какво, в какви размери и при какви условия би могъл да получи средства по конкретната схема.

Веднага след обявяването на старта на грантовата схема в цялата страна ще се провеждат информационни дни за потенциалните бенефициенти, които ще се организират от Управляващия орган и Междинното звено – с активното съдействие и подкрепа на служителите в регионалните офиси на МЗ.

## VII. Индикативен бюджет по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013

Индикативната сума, определена за дейностите по информираност и популяризиране на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013“ е 0.5% от общия бюджет на ОП за периода 2007-2013 г.

При определяне на годишното разпределение на средствата УО отчита по-належащите информационни потребности, характеризиращи първоначалните фази на комуникацията за ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013. Поради това около 53.6% от наличния бюджет ще бъде предназначен за първите четири години на комуникационни дейности (2007-2010г., начална интензивна кампания). Съответно, предвид необходимостта да бъде осигурена широка публичност на постигнатите резултати от ОП в края на програмния период, около 24.9% от наличния бюджет ще бъде насочен към последните години на комуникационни дейности (от 2013 до 2015 г., трети етап на кампанията). Оставащите 21.5% от бюджета ще бъдат разпределени за междинните години (2011-2012 г., втори етап на кампанията), като този етап ще се характеризира с дейности, насочени към поддържане на резултатите от първата фаза на кампанията.

### Бюджет на Комуникационния план на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013

	ГОДИНА	% (за етап)	% за Година	ОБЩО €	Средства от ЕФРР	Национално Съ- финансиране	Общо € за етап
N+3	2007	53.6%	10.9%	633 912.25	538 825.41	95 086.84	3 114 078.33
	2008		16.0%	927 965.50	788 770.68	139 194.83	
	2009		21.7%	1 263 532.50	1 074 002.63	189 529.88	
	2010		5.0%	288 668.08	245 367.87	43 300.21	
N+2	2011	21.5%	9.7%	563 862.76	479 283.35	84 579.41	1 249 545.08
	2012		11.8%	685 682.32	582 829.97	102 852.35	
	2013	24.9%	24.9%	1 447 454.35	1 230 336.19	217 118.15	1 447 454.35
	Общо	100.0%	100.0%				5 811 077.76
	% от Бюджета на ОП			5 811 077.76			<b>0.5%</b>

Въз основа на направения анализ за покритието на различните комуникационни канали, предпочитанията на целевите групи и разпределението на дейностите по мерките за комуникация и публичност на настоящия план, средствата от индикативния бюджет се разпределят както следва:

**Индикативно разпределение на бюджета на Комуникационния план на  
ОП „Конкурентоспособност“ по дейности**

<b>Дейност</b>	<b>% от бюджета на КП</b>	<b>Сума (евро)</b>
<p><b>Печатни информационни материали</b></p> <p>Разработване, печат и разпространение на печатните информационни материали-брошури, дипляни, справочници, наръчници и други, включително:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Изготвяне, печат и разпространение на резюме на текста на оперативната програма</li> <li>• Изготвяне, печат и разпространение на Ръководства за потенциалните бенефициенти</li> </ul>	38%	2 208 209.545
<p><b>Събития</b></p> <p>Организация и провеждане на информационни събития, конференции, семинари, срещи, кръгли маси, пресконференции, дискусии, обучения, годишни информационни събития</p>	30%	1 743 323.325
<p><b>Изготвяне на Електронен информационен бюлетин</b></p>	0.5%	2 9 055.388
<p><b>Реклама:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Аудио-визуални средства (електронни медии)</li> <li>• Печатна реклама</li> <li>• Външна реклама</li> <li>• Интернет информационни материали</li> </ul>	30%	1 743 323.325
<p><b>Актуализация и поддържане на Интернет страницата на ОП "Конкурентоспособност"</b></p>	0.5%	2 9 055.388
<p><b>Медийна комуникация</b></p>	1%	58 110.777
	<b>Общо: 100%</b>	<b>Общо: 5 811 077.75</b>

## **VIII. Отговорности и задачи**

Управляващият орган (УО) на ОП „Конкурентоспособност“ има отговорност за изпълнението на дейностите за информация и публичност на програмата. В структурата на УО е предвидена позиция за служител по комуникация, който да отговаря за публичността и информацията по ОП.

### **Отговорности на Управляващия орган**

УО на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013" носи отговорността за изпълнение на дейностите по информация и публичност. УО отговаря за съответствие на всички мерки по оперативната програма с изискванията за публичност и информация, определени с Регламент на Комисията № 1828/2006 през целия програмен период. В съответствие с правилата за информация и публичност на Европейската комисия УО на ОП трябва да предостави адекватна информация на:

- Потенциалните кандидати и бенефициентите за предоставените финансови възможности и задълженията им по изпълнение на операциите
- Широката общественост за ролята на Общността в гореспоменатата помощ и ефекта и резултатите от операциите

За да бъде постигнато това, дейностите по информация и публичност, извършвани от УО на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007 - 2013 по КП, ще трябва да отговарят на следните изисквания:

- Да насърчават участието на нови партньори и потенциални бенефициенти в програмата и да предоставят подкрепа на нови кандидати
- Да бъдат привлекателни и да ангажират интереса на медиите, за да се използва тяхната роля като основен канал към широката общественост и потенциалните бенефициенти и да бъдат спечелени като партньори в кампанията
- Да информират партньорите, потенциалните бенефициенти и обществеността за всички аспекти на програмата
- Да подпомогнат бенефициентите при спазването на изискванията за оповестяване на финансирането от европейските фондове

По-конкретно УО на ОП е отговорен за:

- Съставяне на Комуникационния план на ОП, обхващащ последователна стратегия за осъществяване на дейностите за предоставяне на информация и публичност през периода 2007-2013 г., и евентуални негови изменения при необходимост; внасяне на Комуникационния план за одобрение от Комитета за наблюдение на ОП;
- Изпращане на Комуникационния план на ОП до Европейската комисия не по-късно от четири месеца след одобряването на Оперативната програма;
- Подготовка и изпълнение на годишните комуникационни планове за действие
- Широко разпространение на Оперативната програма с детайли за финансовия принос на ЕФРР по нея до всички заинтересовани страни;
- Използване на подходящи канали за разпространение на информация с цел осигуряване на прозрачност за потенциалните бенефициенти;

- Изпълняване на широк набор от мерки за осигуряване на публичност като например:
  - Съставяне и разпространение на материали, необходими за информиране на целевите групи за ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013, както и за ролята на Структурните фондове
  - Организиране на пресконференции, информационни дни, семинари и конференции за представители на медиите и за потенциални бенефициенти
  - Създаване на база данни, в която да се публикуват успешни проекти и чрез която се разпространяват добрите практики
  - Разпространяване на насоки за бенефициентите относно техническите характеристики на мерките за информация и публичност за изпълнение на операциите според изискванията на Европейската комисия
- Осигуряване на прозрачност на процедурите за кандидатстване. Предоставената информация трябва да обхваща следното:
  - Условието за допустимост, на които кандидатите трябва да отговарят, за да получат финансиране чрез ОП
  - Ясно описание на административните процедури, които трябва да се спазват – къде да се кандидатства, каква документация е необходима, какъв е крайният срок за кандидатстване и др.
  - Информация за критериите, използвани при избора
  - Описание на процедурите за оценка за проектопредложенията, включително времеви график за отделните етапи на процеса
  - Имена на лицата за контакт на национално, регионално или местно ниво, които могат да предоставят информация за ОП и критериите за допустимост
- Осигуряване на прозрачност на формулярите за кандидатстване и на наръчниците
- Информирание на бенефициентите, че финансирането на техния проект се свързва с тяхното включване в публичен списък на бенефициенти и с разкриване на определена информация. Публичният списък на бенефициенти на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013 ще бъде публикуван на Интернет сайта на ОП и ще осигури пълна прозрачност на процеса на усвояване на средствата по нея
- Писмено информиране на всички неодобри кандидати за причините, поради които проектът им е бил отхвърлен
- Проверка на изпълнението (включително и на място) на изискванията за осигуряване на информация и публичност от страна на бенефициентите
- Организиране на редовна оценка на дейностите по предоставяне на информация и публичност с акцент върху ефективността на мерките за осъществяването на съответните приоритети

УО се ангажира да осъществи следните дейности свързани с информация и публичност:

- Голямо информационно събитие за отбелязване старта на Оперативната програма. Събитието бе проведено на 17 октомври 2007 г. в София с близо 350 участници, представители на всички целеви групи, съгласно настоящия Комуникационен план. Стартирането на Оперативната програма бе официално обявено от министъра на икономиката и енергетиката в присъствието на представители на УО и МЗ, на Представителството на ЕК в България, членове на Комитета за наблюдение на ОП „Конкурентоспособност“. Събитието протече при особено голям интерес от страна на потенциалните бенефициенти и широката общественост и беше положително отразено от всички водещи национални медии. Веднага след официалното събитие за обявяването на старта на програмата, служителите на УО и МЗ започна



провеждането на информационни дни за бенефициенти в цялата страна с цел разясняване на условията за кандидатстване по стартиралите три схеми за предоставяне на безвъзмездна помощ. В периода 5–16 ноември 2007 г. се проведеха специализирани информационни дни за потенциалните бенефициенти в цялата страна, които обхващаха основните девет областни града, в които се намират регионалните офиси на Междинното звено – Варна, Бургас, Стара Загора, Пловдив, Благоевград, Враца, Плевен, Русе, Велико Търново и София. В последствие се проведеха информационни дни във всички областни центрове. Информационните дни преминаха при голям интерес от страна на потенциалните бенефициенти.

- Поне едно голямо информационно събитие годишно за представяне на напредъка по изпълнението на ОП „Конкурентоспособност” – в рамките на това събитие ще се представя информация за изпълнението на схемите, заложените в Годишната работна програма. Също така (след първата година) ще се представят и успешни проекти, които могат да послужат за “добри практики” и да предизвикат интереса на потенциалните бенефициенти за участие в програмата. Участници в това събитие ще са представители на всички целеви групи – най-вече представители на социално-икономическите партньори, на малкия и средния бизнес, на Комитета за наблюдение на програмата, на институциите, отговорни за изпълнението на ОП и усвояването на Структурните фондове и Кохезионния фонд на ЕС в България.
- Публикуване на Интернет страницата на Оперативната програма на списък с бенефициентите на Програмата, имената на операциите и стойността на публичното финансиране, насочено към всяка операция. Списък на всички бенефициенти, сключили договор за безвъзмездна помощ по ОП, ще бъде публикуван на интернет страницата на УО ([www.opcompetitiveness.bg](http://www.opcompetitiveness.bg)) и МЗ ([www.ibsme.org](http://www.ibsme.org)), след одобряване на оценителните доклади от УО и сключване на договори с бенефициентите, чиито проектни предложения са одобрени за финансиране. Информация за сключените договори ще се изпраща за публикация на Централното координационно звено в МФ.
- Издигане на европейското знаме пред сградата на УО в продължение на седмицата, започваща от 9 май

### **Отговорности на Междинното звено**

Междинното звено участва в изготвянето и изпълнението на комуникационния план по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013“. Звеното определя отговорник за връзките с обществеността, който осигурява постоянно сътрудничество с УО на ОП за изпълнението на Комуникационния план на програмата.

МЗ информира УО за изпълнението на комуникационния план на ОП по образец и форма, зададени от УО.

В случай, че комуникационният план на ОП „Конкурентоспособност“ се финансира по приоритетна ос „Техническа помощ“ от програмата, МЗ прилага съответното ръководство и правила за Техническа помощ.

МЗ поддържа специализирана интернет страницата за ОП ([www.ibsme.org](http://www.ibsme.org)) където в специален раздел публикува необходимата информация за провежданите процедури за набиране на проектни предложения, както и отговори на въпросите по тях. Поддържането на информацията на интернет страницата на Междинното звено се осъществява при пълна координация между служителите по комуникации в УО и МЗ.

За улеснение на потенциалните бенефициенти, а и на широката общественост в интернет страницата на УО на Програмата има връзка с интернет страницата на МЗ. Същото важи и за сайта на МЗ – там съществува връзка към официалната страница на Оперативната програма.

МЗ има 9 регионални и 18 локални офиса, които пряко ще работят в подкрепа на потенциалните бенефициенти, в т.ч. и по отношение на мерките за информация и публичност. По-конкретно – служителите в регионалните офиси активно ще подпомагат организацията и провеждането на информационните дни за бенефициентите при стартирането на определена грантова схема. Освен това служителите в регионалните офиси биха могли да подпомогнат изпълнението на задълженията и отговорностите на бенефициентите по отношение на публичността и информацията, която трябва да се обявява в рамките на изпълнявания проект.

### **Отговорности на служителя по комуникация**

В съответствие с изискванията на Европейската комисия УО има позиция служител по комуникацията (СК), който да отговаря за публичността и информацията по ОП, като длъжност на пълно работно време. Основните задължения на служителя по комуникацията са свързани с координирането и управлението на:

- Изпълнението на Комуникационния план на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013 и годишните комуникационни планове за действие;
- Подготовката на доклади до Комитета за наблюдение относно напредъка, информационните и комуникационни дейности, изпълнявани от Управляващия орган, използваните комуникационни средства и предоставянето на Комитета за наблюдение на примери за такива мерки; Предоставяне на текуща информация за изпълнението на Комуникационния план за заседанията на КН.
- Обобщаването на докладите на бенефициентите, описващи техните дейности за информация и публичност;
- Поддържането на Интернет страница на ОП и редовното обновяване на информацията в нея;
- Подготовката и разпространението на информационни материали за ОП и европейските Структурни фондове (например информационни бюлетени, брошури и т.н.);

- Организирането на брифинги, информационни срещи, семинари и конференции както за представители на средствата за масово осведомяване, така и за бенефициенти;
- Подготовката на прессъобщения за новини в развитието на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013, нови проекти и покани и др.;
- Подготовката и обновяването на бази данни, съдържащи информация за:
  - Потенциалните бенефициенти – за списъци за кореспонденция и други публични цели
  - Журналисти и медии, които ще работят по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013
  - Успешните проекти, които да бъдат публикувани по различни поводи
  - Често задаваните въпроси и техните отговори – за публикуване на сайта на ОП , при обучения и по други поводи
- Поддържането на постоянни контакти с медиите

Служителят по комуникацията е част от мрежата на информационните служители INFORM, координирана от Генерална дирекция “Регионална политика”. Тази група е задължителна от 2007 г. и се среща два пъти в годината в Брюксел (юни и декември).

Служителят по комуникацията ще бъде част от Националната мрежа на служителите, отговорни за комуникацията на Оперативните програми и Структурните фондове и Кохезионния фонд на ЕС. Чрез нея ще се установи комуникация и координация между планираните комуникационни дейности по всички ОП, ще се избягва припокриването и дублирането между планираните дейности по всички оперативни програми.

Комуникационният служител ще бъде отговорен за осигуряване на взаимовръзката и координацията между комуникационните дейности по Комуникационния план на ОП „Конкурентоспособност“ и Комуникационния план на ОП „Техническа помощ.

В рамките на ОП „Техническа помощ“ се предвижда изграждането на Национална мрежа от 28 областни информационни центрове, която ще предоставя на Оперативните програми алтернативен комуникационен канал. Служителят по комуникацията ще отговаря за взаимодействието с националната мрежа от информационни центрове.

Комуникационният служител ще работи съвместно с избрана чрез обществена поръчка PR-агенция. Агенцията ще съдейства на УО за планирането, подготовката и изпълнението на Комуникационния план и на годишните комуникационни планове за изпълнение.

### **Отговорности на бенефициентите**

Съгласно Регламент на Комисията (ЕС) No1828/2006 за определяне на правилата за изпълнение на Регламент на Съвета (ЕС) 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 информирането на обществеността за помощта, получена от Структурните фондове чрез:

- Постоянни разяснителни табели, ясно видими и достатъчно големи по размер. Те се поставят най-късно до шест месеца след приключване на операции/ проекти, при които общата сума на публичното финансиране надхвърля 500 000 евро и по тях е доставен физически обект или е извършено строителство. Те включват:
  - вида и името на операцията/ проекта

- емблемата на ЕС (в съответствие с графичните стандарти, обявени в анекс IV)
  - наименованието Европейски съюз
  - думите: "Европейски фонд за регионално развитие"
  - информация, подчертаваща добавената стойност от интервенцията по ОП
- Информира участниците, че проектите в които участват, са съфинансирани от ЕФРР
  - Включване във всички подходящи документи по проекта (например сертификати за участие) на информацията, че операцията е съфинансирана от ЕФРР
  - Осигуряване на публичност на съответните проекти в медиите
  - Спазване на изискванията за информация и публичност, определени в анекс IV

Бенефициентите се задължават да предоставят пълна информация за икономическата и техническата ефективност на реализираните проекти за включването им в базата данни на ОП.

УО на ОП „Конкурентоспособност“ ще подготви и обяви кратки указания за бенефициентите, които обясняват техните задължения по отношение на информационните и комуникационни дейности.

## **IX. Наблюдение и оценка**

Всички информационни и комуникационни дейности трябва да бъдат оценени преди, по време на и след тяхното изпълнение, за да се провери тяхната ефективност, ефикасност и релевантност. Напредъкът по изпълнението на този Комуникационен план ще бъде наблюдаван редовно от Комитета за наблюдение по време на целия програмен период и ще бъде оценяван, за да се види дали са постигнати на целите, заложи в Комуникационния план.

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 (ЕС) №1828/2006 Управляващият орган има следните задължения:

- 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 във финалния доклад за изпълнението на ОП примери за мерките за информация и публичност, предприети при изпълнение на комуникационния план, публикуването на списък с бенефициентите, (споменат в чл. 7, ал. 2, т. д от Регламент на Комисията (ЕС) №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 прозрачността и информираността за ОП и за ролята на Общността

Комуникационният служител ще наблюдава процеса на изпълнение на плана и ще дава периодични доклади на УО. Същевременно през 2010 и 2016 г. оценката на комуникационните дейности, изпълнявани от УО на ОП „Конкурентоспособност“, ще бъде възложена на външен изпълнител, който (чрез количествени и качествени проучвания) ще оцени влиянието на дейностите за увеличаване на популярността и прозрачността. Оценката на информационните и комуникационни дейности ще бъде извършена от външни оценители, за да се гарантира нейната безпристрастност и ефективност. Тези оценки ще бъдат част от цялостната оценка на процеса на изпълнение на Оперативната програма. През 2010 г. ще бъде извършена средносрочна оценка, а през 2016 г. – окончателна оценка. Ще бъдат оценявани два основни аспекта:

- Ефикасност – до каква степен са постигнати целите и резултатите при оптимално използване на ресурсите
- Ефективност – дали е получен максимален резултат спрямо инвестираните средства

В случай, че има устни или писмени забележки за изчерпателността на предоставената информация, УО ще предприеме всички необходими стъпки за премахване на обстоятелствата, които са предизвикали забележките.

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

<b>Дейност</b>	<b>Целева група</b>	<b>Индикатор за изпълнение</b>	<b>Резултат</b>	<b>Индикатор за резултат</b>
<b><u>Печатни информационни материали</u></b> (брошури, дипломи, листовки и др.)	Потенциални бенефициенти; НПО; Консултанти; Медии; Вътрешни публикации	Брой произведени печатни информационни материали  Брой разпространени документи  <i>Източник:</i> Приемно-предавателни протоколи; Отчети за събития - брой участници	Повишаване на познаваемостта на същността, условията и механизмите за кандидатстване с проекти по ОП "Конкурентоспособност"  Повишаване на компетентността на кандидатстващите с проекти по ОП "Конкурентоспособност"  Повишаване на познанието за хода на развитие на ОП "Конкурентоспособност"	Ръст на респондентите, запознати с възможностите на ОП "Конкурентоспособност" <i>Източник:</i> Социологически изследвания/анкети  Ръст на специфичните познания на целевите аудитории <i>Източник:</i> Социологически изследвания/анкети
<b><u>Резюме на текста на оперативната програма</u></b>	Потенциални бенефициенти; Бенефициенти; НПО; Консултанти; Вътрешни публикации; Широка общественост; Медии	Тираж на произведени документи  Брой разпространени документи  <i>Източник:</i> Приемно-предавателни протоколи; Отчети за събития - брой участници	Предизвикване на интерес към ОП "Конкурентоспособност"  Повишаване на разбирането на същността, принципите и механизмите за кандидатстване с проекти по ОП "Конкурентоспособност"  Повишаване на намеренията на потенциалните бенефициенти да кандидатстват с проекти по ОП "Конкурентоспособност"	Ръст на респондентите, запознати с възможностите на ОП "Конкурентоспособност"  Ръст на специфичните познания на целевите аудитории  Ръст на намеренията на потенциални бенефициенти за кандидатстване с проектни предложения по ОП "Конкурентоспособност"  <i>Източник:</i> Социологически изследвания/анкети
<b><u>Ръководство за потенциалните бенефициенти</u></b>	Потенциални бенефициенти; НПО; Консултанти; Вътрешни публикации	Брой произведени копия на документи Брой разпространени документи <i>Източник:</i> Приемно-предавателни протоколи; Отчети за събития - брой участници	Повишаване на разбирането на същността, принципите и механизмите за кандидатстване с проекти по ОП "Конкурентоспособност"  Повишаване на намеренията на потенциалните бенефициенти да кандидатстват с проекти по ОП "Конкурентоспособност"	Ръст на респондентите, запознати с възможностите на ОП "Конкурентоспособност"  Ръст на специфичните познания на целевите аудитории Ръст на специфичните познания на целевите аудитории  Ръст на намеренията на потенциални бенефициенти за кандидатстване с проектни предложения по ОП "Конкурентоспособност" <i>Източник:</i> Социологически изследвания/анкети

Дейност	Целева група	Индикатор за изпълнение	Резултат	Индикатор за резултат
<b>Събития</b>	Потенциални бенефициенти; НПО; Консултанти; Медии	<p>Брой организирани събития <i>Източник:</i> Комуникационни отчети</p> <p>Брой на прессъобщения за организирани събития <i>Източник:</i> Пресклипинг</p> <p>Брой на участници в събития <i>Източник:</i> Отчети за събития - брой участници; акредитационни форми</p> <p>Брой на разпространени материали по време на събития <i>Източник:</i> Комуникационни отчети</p> <p>Брой присъствали журналисти на събитията <i>Източник:</i> Отчети за събития; акредитационни форми</p> <p>Брой излъчени репортажи по ТВ и радиостанции, брой материали в пресата <i>Източник:</i> Медиамониторинг; Пресклипинги</p>	<p>Повишаване на информираността на широката аудитория за принципите и възможностите на ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Повишаване на разбирането на същността, принципите и механизмите за кандидатстване с проекти по ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Повишаване на намеренията за участие с проектни предложения по ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Повишаване на доверието в прозрачността на процеса по усвояване на средствата по ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Повишаване на качеството на представяните проектни предложения в следствие на разпространените примери за добри практики</p> <p>Повишаване на компетентността на ресорните журналисти и средства за масово осведомяване</p>	<p>Ръст на респондентите, запознати с възможностите на ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Ръст на специфичните познания на потенциалните бенефициенти, НПО, Консултанти, журналисти и средства за масово осведомяване</p> <p>Ръст на намеренията на потенциални бенефициенти за кандидатстване с проектни предложения по ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Ръст на респондентите с повишено доверие към прозрачното усвояване на средства от европейските фондове</p> <p><i>Източник:</i> Социологически изследвания/анкети</p>

Дейност	Целева група	Индикатор за изпълнение	Резултат	Индикатор за резултат
<p align="center"><b><u>Електронен информационен бюлетин</u></b></p>	<p>Потенциални бенефициенти; Бенефициенти; НПО; Консултанти; Вътрешни публики; Широка общественост; Медии</p>	<p>Брой изтеглени информационни бюлетина от интернет страницата на ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Брой абонати за бюлетин, изпращан по електронна поща</p> <p><i>Източник:</i> Статистика на сайта на ОП "Конкурентоспособност"</p>	<p>Поддържане на интереса към ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Повишаване нивото на познание за хода на развитие на ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Повишаване на разбирането на целевите аудитории на принципите и механизмите на ОП "Конкурентоспособност" чрез представянето на добри практики при одобрението/изпълнението на проектни предложения</p> <p>Повишаване на качеството на представяните проектни предложения в следствие на разпространените примери за добри практики</p> <p>Поддържане на убеждението за прозрачност на процеса по усвояване на средствата по ОП "Конкурентоспособност"</p>	<p>Ръст на респондентите, запознати с възможностите на ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Ръст на намеренията на потенциални бенефициенти за кандидатстване с проектни предложения по ОП "Конкурентоспособност"</p> <p>Ръст на респондентите с повишено доверие към прозрачното усвояване на средства от европейските фондове</p> <p>Източник: Социологически изследвания/анкети</p>



Дейност	Целева група	Индикатор за изпълнение	Резултат	Индикатор за резултат
<p><b>Реклама:</b> Аудио-визуални средства Печатна реклама Външна реклама Интернет информационни материали</p>	<p>Всички целеви групи</p>	<p>Брой и честота на излъчване на телевизионни и радио клипове <i>Източник:</i> сертификати/медиа планове на електронни медии Брой на разпространени мултимедийни материали с логото на ОП "Конкурентоспособност" <i>Източник:</i> приемно-предавателни протоколи/комуникационни отчети Брой интернет медии, които показват рекламните банери; брой показвания <i>Източник:</i> Статистика на сайтове; Медийни сертификати Обем рекламна площ в печатни издания <i>Източник:</i> Медиапланове; Пресклипинги</p>	<p>Създаване на познаваемост на ОП "Конкурентоспособност" сред широката общественост Засилване на интереса и повишаване на информираността по ОП "Конкурентоспособност" сред специфичните целеви групи Повишаване на активността за запознаване с механизмите за кандидатстване с проекти по ОП "Конкурентоспособност" Повишаване на мотивираността за кандидатстване с проекти по ОП "Конкурентоспособност"</p>	<p>Ръст на запознатите с ОП "Конкурентоспособност" целеви групи Ръст на респондентите, запознати с механизмите за кандидатстване по ОП "Конкурентоспособност"  Ръст на желаещите да кандидатстват с проектни предложения по ОП "Конкурентоспособност"  <i>Източник:</i> Социологически изследвания/анкети</p>
<p><b>Интернет</b> <b>страница на ОП</b> <b>"Конкурентоспособност"</b></p>	<p>Потенциални бенефициенти; Бенефициенти; НПО; Консултанти; Вътрешни публики; Широка общественост; Средства за масово осведомяване</p>	<p>Брой създадени страници/раздели в интернет страницата Брой бази данни на одобрение проекти Брой на публикувани информационни бюлетини в сайта Брой на уникалните посещения на страницата Брой на видени страници в страницата на ОП "Конкурентоспособност" <i>Източник:</i> Статистика на страницата на ОП</p>	<p>Повишаването на познанието относно възможностите, предоставяни от ОП "Конкурентоспособност" сред основните целеви групи Повишаване на информираността относно развитието на ОП "Конкурентоспособност" Създаване на интерактивна връзка между целевите аудитории и УО на ОП "Конкурентоспособност" Осигуряване на прозрачност при усвояването на средствата по ОП "Конкурентоспособност"</p>	<p>Ръст на респондентите, запознати с възможностите на ОП "Конкурентоспособност"  Ръст на специфичните познания на целевите групи  Ръст на намеренията на потенциални бенефициенти за кандидатстване с проектни предложения по ОП "Конкурентоспособност"  <i>Източник:</i> Социологически изследвания/анкети</p>

Дейност	Целева група	Индикатор за изпълнение	Резултат	Индикатор за резултат
<b>Медийна комуникация</b>	Широка общественост; Потенциални бенефициенти; Бенефициенти; НПО; Консултанти	Брой организирани медийни събития  Брой разпространени прессъобщения  Брой медийни отразявания; Интервюта; Анализи <i>Източник:</i> Медиамониторинг; Пресклипинги  Брой на публикувани прессъобщения <i>Източник:</i> Пресклипинги  Брой на участници в медийните събития <i>Източник:</i> Акредитационни форми  Брой на разпространени информационни материали по време на събитията <i>Източник:</i> Комуникационни отчети	Повишаването на общественото познание относно възможностите, предоставяни от ОП "Конкурентоспособност"  Повишаване на общественото доверие в добрите практики и политика на Европейския съюз  Повишаване на разбирането за приноса на ОП "Конкурентоспособност" към развитието на българската икономика	Ръст на представители на целевите групи на комуникационния план, запознати със същността, принципите и механизмите за изпълнение на ОП "Конкурентоспособност"  Ръст на доверието към прозрачността на разпределяне и усвояване на средствата по ОП "Конкурентоспособност"  Ръст на подадените проектни предложения по ОП "Конкурентоспособност"  Ръст на одобрението на европейската политика и имиджа на Европейския съюз  <i>Източник:</i> Социологически изследвания/анкети

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.

## **Х. Приемане и изменение**

Комуникационният план на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013“ ще бъде изпратен на Европейската комисия от Управляващия орган не по-късно от четири месеца от датата на приемане на Оперативната програма.

В случай, че ЕК изпрати коментари, Управляващият орган разполага с два месеца, за да изпрати преработен Комуникационен план. Комисията разглежда преработения план в рамките на два месеца и при липса на допълнителни коментари планът се счита за приет.

Ако ЕК не изпрати коментари по плана в рамките на два месеца след получаването му, се счита, че планът отговаря на изискванията.

При възникване на необходимост съдържанието на Комуникационния план може да бъде изменяно от Управляващия орган. Всяко изменение на Плана се публикува на сайта на ОП. Комитетът за наблюдение на ОП ще бъде информиран за изменението на съдържанието на Плана и на предвидените мерки за информация и публичност.

## **XI. Кратък речник на термините**

**Бенефициент** – юридическо лице (публично или частно), което изпълнява операциите по оперативната програма.

**Реципиент** – юридическо или физическо лице, което е потенциален получател на информация/финансови средства

### **Видени страници**

Когато даден потребител влезе в интернет страницата на ОП „Конкурентоспособност“, неговият компютър изпраща искане към сървъра за отваряне на дадена страница. Всеки елемент на търсената страница (включително графичното оформление, текстът, интерактивните елементи) се записва от сървъра като „видяна страница“ (т.е. ако страница, съдържаща две графики е видяна от потребител, тогава това ще бъде записано като едно виждане на страницата и две виждания на графиките).

**Европейски фонд за регионално развитие** – един от Структурните фондове на ЕС, най-важният инструмент за провеждането на общата регионална политика, чиято цел е да допринесе за намаляване на различията между регионите в Общността

**Европейски социален фонд** – един от Структурните фондове, основният финансов инструмент на социалната политика на Общността.

**Кохезионен фонд** – сравнително нов инструмент на финансовата солидарност с най-слабо развитите държави – членки на съюза. финансира основно крупни инфраструктурни обекти и проекти свързани с опазването на околната среда.

**Индикатор** – измерима величина, която измерва изпълнението на целите на плана по отношение на мобилизираните ресурси, постигнатия ефект и въздействие.

**Комитет за наблюдение** – орган, който наблюдава ефективността и качеството на изпълнение на ОП.

**Национална стратегическа референтна рамка** – документ за програмирането на фондовете на ЕС за определен период от време, представен от държавата членка и приет от Комисията, който гарантира, че помощта от Фондовете е в съответствие със Стратегическите насоки за сближаване на Общността, и който идентифицира връзката между приоритетите на Общността, от една страна, и Националната програма за реформи, от друга.

**Образователни и/ или обучителни институции** – институции, които са създадени според изискванията на Закона за висше образование, Закона за професионално образование и обучение, Закона за администрацията, Закона за държавния служител, Закона за юридическите лица с нестопанска цел и други закони и наредби за изпълнение на образователни дейности, обучение, поддържане и увеличаване на квалификацията.

**Оперативна програма “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика”** – документ, който се представя от държавата членка и се одобрява от Комисията, определящ стратегия за развитие с последователни приоритети в областта на стимулирането на развитието на българската икономика, които ще се бъдат изпълнявани с помощта на един от европейските структурни фондове.

**Операция** – проект или група проекти, избрани от УО на съответната ОП или под нейна отговорност според критериите, определени от Комитета за наблюдение и изпълнявани от един или повече бенефициенти, които позволяват да се постигнат целите на приоритетната ос, към която се отнасят.

**Програмен период** – периодът между 2007 и 2013 година, когато ще се изпълняват проектите по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ с финансовата помощ на ЕС.

**Структури на гражданското общество** – за целите на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ те включват:

- Социално-икономически партньори (представителни организации на работодатели на национално ниво и представителни организации на работници и служители на национално ниво)
- Неправителствени организации (благотворителни, на потребители, за права на човека, културни, образователни, асоциации на местни власти и др.)

**Структурни фондове** – финансовите инструменти на ЕС, използвани за премахване на икономическите и социалните различия между регионите, за да се постигне икономическо и социално сближаване.

**Техническа помощ** – ресурси в рамките на ОП, които могат да подкрепят подготовката, управлението, наблюдението, оценката, финансовия контрол и дейностите по популяризиране на програмата.

### **Уникални потребители**

Това е общият брой идентифицирани уникални потребители, посещавали интернет страницата на ОП „Конкурентоспособност“. Уникалните потребители се броят чрез IP адресите, вадени от лог файла на страницата, т.е. един IP адрес съответства на един уникален потребител. Важно е да се отбележи, че използването на IP адресите не е съвсем точна мярка за общия брой ОП „Конкурентоспособност“ потребители по две причини:

- Едни и същи потребители могат да се появят с два различни IP адреса от две различни сесии на достъп, а двама потребители могат да се появят с един IP адрес, ако влизат през един и същ модем
- Многобройни потребители от една организация могат да се появят с един уникален IP адрес, ако използват един сървър

**Управляващ орган** – национален, регионален или местен публичен орган, определен от държавата членка да управлява съответната Оперативна програма

**Междинно звено** – публичен или частен орган, предоставящ услуги, който действа под пряката отговорност на Управляващия или Сертифициращия орган, или който извършва задължения от тяхно име, спрямо бенефициентите, изпълняващи операции.

## **XII. Използвани съкращения**

ОП „Конкурентоспособност“    Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“

ЕИП	Европейска инициатива за прозрачност
ЕК	Европейска комисия
ЕС	Европейски съюз
ЕФРР	Европейски фонд за регионално развитие
ЕСФ	Европейски социален фонд
КП	Комуникационен план
МИЕ	Министерство на икономиката и енергетиката
ИАНМСП	Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия
МСП	Малки и средни предприятия (вкл. микро предприятия)
НПО	Неправителствена организация
НСОРБ	Национално сдружение на общините в Република България
НСРР	Национална стратегическа референтна рамка
СГО	Структури на гражданското общество
СФ	Структурни фондове
УО	Управляващ орган
МЗ	Междинно звено
ЦГ	Целеви групи
БАИ	Българска агенция за инвестиции