



Европейски съюз



**РЪКОВОДСТВО ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА МЕРКИТЕ ЗА
ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ
НА
ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ТРАНСПОРТ“ 2007-2013**

Съдържание

УВОД

ГЛАВА 1

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ТРАНСПОРТ” 2007-2013

ОП „ТРАНСПОРТ” 2007-2013

ПРИОРИТЕТНИ ОСИ - БЕНЕФИЦИЕНТИ НА ОП „ТРАНСПОРТ” - ПРОЕКТИ

УПРАВЛЯВАЩ ОРГАН НА ОП „ТРАНСПОРТ” (ДИРЕКЦИЯ „КООРДИНАЦИЯ НА ПРОГРАМИ И ПРОЕКТИ”, МТИТС)

ГЛАВА 2

НОРМАТИВНИ ДОКУМЕНТИ, РЕГЛАМЕНТИРАЩИ ЗАДЪЛЖЕНИЯТА ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ НА СРЕДСТВАТА ОТ КФ И ЕФРР НА БЕНЕФИЦИЕНТИТЕ НА ОПТ 2007-2013

РЕГЛАМЕНТ НА ЕС 1083/2006

РЕГЛАМЕНТ НА ЕК 1828/2006

ГЛАВА 3 ОТ ОБЩИЯ ПРОЦЕДУРЕН НАРЪЧНИК ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СТРУКТУРНИТЕ ФОНДОВЕ И КОХЕЗИОННИЯ ФОНД В БЪЛГАРИЯ

ОПЕРАТИВНИ СПОРАЗУМЕНИЯ МЕЖДУ УО И БЕНЕФИЦИЕНТИТЕ НА ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА “ТРАНСПОРТ”

НАСОКИ ЗА ВИЗУАЛНА ИДЕНТИЧНОСТ

ГРАФИЧЕН И ЛОГО СТАНДАРТ

Приложение на логото на ЕС

Лого финансиращ фонд

Лого и слоган ОПТ

Лого НСРР

Вариант на латиница

Геометрични пропорции

Цветови стойности

Черен и едноцветен вариант

Типография

Отстояния

Съчетание с други символи

Неправилно използване

Билбордове и информационни табла

Интернет публикации

Печатни материали

Институционална идентичност

Документи

Рекламни материали

ГЛАВА 3

РАЗПРЕДЕЛЯНЕ НА ОТГОВОРНОСТИТЕ МЕЖДУ УО, БЕНЕФИЦИЕНТИ И ИЗПЪЛНИТЕЛИ В КОМУНИКАЦИОННИЯ ПРОЦЕС

ОТГОВОРНОСТИ НА УО В КОМУНИКАЦИОННИЯ ПРОЦЕС
ЗАДЪЛЖЕНИЯ НА БЕНЕФИЦИЕНТИТЕ НА ОП “ТРАНСПОРТ”
КООРДИНАЦИОНЕН МЕХАНИЗЪМ И ОРГАНИЗАЦИОННА СТРУКТУРА НА
КОМУНИКАЦИОННИТЕ ДЕЙНОСТИ ПО ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ТРАНСПОРТ”

ГЛАВА 4

ИЗПЪЛНЕНИЕ НА МЕРКИТЕ ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ НА НИВО ПРОЕКТ

ПРОЗРАЧНОСТ ПРИ ПРОВЕЖДАНЕ НА ОТКРИТИ ПРОЦЕДУРИ СЪГЛАСНО ЗОП
КОМУНИКАЦИОНЕН ПЛАН НА ИНВЕСТИЦИОНЕН ПРОЕКТ /КПИП/
ПРАВИЛА ЗА СЪСТАВЯНЕ НА БЮДЖЕТ НА КПИП
РАБОТА С МЕДИИТЕ ПРИ ИНВЕСТИЦИОНЕН ПРОЕКТ
ОФИЦИАЛНИ ЦЕРЕМОНИИ
УПРАВЛЕНИЕ НА КРИЗИ
ПУБЛИКУВАНЕ НА АКТУАЛНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ПРОЕКТА
МЕРКИ ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ

ГЛАВА 5

ОТЧИТАНЕ И МОНИТОРИНГ НА МЕРКИТЕ ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ

РЕГУЛЯРНОСТ И МИНИМАЛНИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ СЪДЪРЖАНИЕТО НА
ОТЧЕТИТЕ/ДОКЛАДИТЕ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА МЕРКИТЕ ЗА ИНФОРМАЦИЯ И
ПУБЛИЧНОСТ
КОЛИЧЕСТВЕНИ ИНДИКАТОРИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КОМУНИКАЦИОННИТЕ
ДЕЙНОСТИ
ДОКАЗАТЕЛСТВЕНИ МАТЕРИАЛИ

ГЛАВА 6

ОРГАНИЗАЦИЯ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН ПО ОПТ С ВЪНШНИ ИЗПЪЛНИТЕЛИ

ОСНОВНИ ПРАВИЛА ЗА ПОДГОТОВКА НА ТЕХНИЧЕСКИ ЗАДАНИЯ ЗА ВЪНШНИ
ИЗПЪЛНИТЕЛИ
ДОСТАВКИ И УСЛУГИ В ОБЛАСТТА НА ПУБЛИЧНИТЕ КОМУНИКАЦИИ
ОСНОВНИ ПРАВИЛА ЗА СЪСТАВЯНЕ НА БЮДЖЕТ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПОЛЕЗНИ ВРЪЗКИ
ПОЛЕЗНИ ДОКУМЕНТИ
ИЗПОЛЗВАНИ СЪКРАЩЕНИЯ

Увод

Целта на настоящото ръководство е да очертае определящите нормативни документи, принципи, изисквания и процедури за изпълнението на мерките за информация и публичност при управлението на Структурните фондове и Кохезионния фонд в България. Наръчникът е предназначен за служителите на Управляващия орган, бенефициентите на ОП „Транспорт” 2007-2013 и изпълнителите на инвестиционни проекти, финансирани по програмата.

Настоящото ръководство ще помогне на УО и бенефициентите на ОП „Транспорт” в ефикасното и успешно изпълнение на изискванията за информация и публичност, съгласно Регламент на Съвета (ЕО) № 1083/2006 относно определянето на общи разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд; Регламент на Комисията (ЕО) № 1828/2006 относно реда и начина на изпълнение на Регламент (ЕО) № 1083/2006 на Съвета за определянето на общи разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд и на Регламент 1080/2006 на Европейския парламент и на Съвета относно Европейския фонд за регионално развитие.

Този наръчник ще послужи като общ инструмент и източник на информация за задължителните изисквания на мерките по информиране и публичност на ЕС, начините и методите за тяхното изпълнение, повишаване на информираността на широката общественост за Оперативна програма „Транспорт” и приносът на Общността на ниво конкретен проект, както и ефективно предоставяне на информация по проектите, съфинансирани от Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд на ЕС.

Ръководството е предназначено за бенефициентите на ОПТ и изпълнителите на инвестиционни проекти, като е достъпно на интернет страницата на Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013: www.optransport.bg

Този наръчник осигурява водещи насоки, които обхващат:

- Информация и предварително известни данни, които ще позволят на заинтересованите страни да разберат принципите, изискванията и процедурите за изпълнение на мерките по информация и публичност на ЕС;
- Ръководни принципи, към които трябва да се придържат всички организации, отговарящи за изпълнението на проекти, финансирани по ОП „Транспорт”; и
- Примери и насоки за това как трябва да се изпълняват мерките по информиране и публичност.

Този наръчник трябва да се тълкува в съответствие с Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013, НСРР и европейската и националната законодателната рамка, касаеща програмен период 2007-2013.

Глава 1

Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013

- ✓ ОП „Транспорт” 2007-2013
- ✓ Приоритетни оси - Бенефициенти на ОП „Транспорт” - Проекти
- ✓ Управляващ орган на ОП „Транспорт” (дирекция „Координация на програми и проекти”, МТИТС)

Оперативна програма “Транспорт” 2007-2013

Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013 г. (ОПТ) е една от седемте оперативни програми на Република България през настоящия програмен период, които се финансират от Структурните и Кохезионния фондове на Европейския съюз. ОПТ е оперативната програма с най-голям бюджет в България - 2 003 481 163.68 евро.

Целта на ОПТ е развитието на железопътната, пътната и водна инфраструктура, както и стимулиране развитието на комбиниран транспорт, в съответствие с транспортната политика на Европейския съюз и установените изисквания за развитие на Транс-европейската транспортна мрежа за постигане на устойчивост на българската транспортна система.

Специфичното в ОПТ е предварителното определяне на конкретните бенефициенти по проектите и предварителното приоритизиране на индикативен списък с инфраструктурни проекти, предвидени за финансиране от програмата.

Оперативната програма се фокусира върху няколко стратегически приоритета, които ще допринесат за интегрирането на националната транспортна мрежа в тази на ЕС. Постигането им ще има основен принос за устойчивия и балансиран икономически растеж на страната в средносрочен и в дългосрочен план.

- Обща цел на ОПТ
 - Развитие на устойчива транспортна система.

Специфичните цели на програмата са:

- Интегриране на националната транспортна система в транспортната мрежа на Европейския съюз;
- Постигане на баланс между отделните видове транспорт.

Съгласно Регламент (ЕС) № 1083/2006 Оперативна програма "Транспорт" 2007 -2013 г. е дефинирана на ниво **приоритетни оси**, подчертавайки най-важните операции. ОПТ има пет приоритетни оси, четири от които се отнасят за отделни транспортни сектори, като за всяка една приоритетна ос **бенефициентите** са определени предварително.

В рамките на всяка приоритетна ос има определен индикативен списък с инфраструктурни проекти, които се предвижда да бъдат финансирани по програмата. В правомощията на Комитета за наблюдение на ОП „Транспорт” влиза разширението на обхвата на програмата – т.е. с решение на КН на ОПТ могат да бъдат включени нови проекти в рамките на приоритетната ос. Същевременно обаче бюджетът на самата приоритетна ос (т.е. размерът на помощта, която може да бъде получена от ЕС за тези проекти), не може да бъде променен.

1. Приоритетна ос I - Развитие на железопътната инфраструктура по Транс-европейските и основните национални транспортни оси:

Общ бюджет на оста- 580 000 000 евро

- **Бенефициент: Национална компания "Железопътна инфраструктура":**

- Проектиране на строителството на железопътната линия Видин-София
- Подновяване на участъци от железопътната инфраструктура по железопътната линия Пловдив-Бургас
- Електрификация и реконструкция на железопътната линия Свиленград - Турска граница
- Модернизация на жп линията София-Драгоман
- Модернизация на железопътната линия София-Пловдив
- Принципно решение на КН на ОП „Транспорт” част от дейностите на проект „Реконструкция и електрификация на железопътната линия Пловдив – Свиленград – турска/гръцка граница и оптимизиране на трасето за скорост 160 км/ч” да бъдат финансирани чрез ОП „Транспорт”

2. Приоритетна ос II - Развитие на пътната инфраструктура по Транс-европейските и основните национални транспортни оси

Общ бюджет на оста – 989 587 365 евро

- **Бенефициент: Агенция "Пътна инфраструктура":**

- Доизграждане на АМ "Тракия" Лот 2, 3 и 4
- Изграждане на АМ „Струма”
- Кърджали – Подкова
- Връзка на АМ „Хемус” с околновръстен път на гр. София
- АМ „Марица” - от км 5 до км 72
- Модернизация на участък от път I-1 (Е 79) Враца – Ботевград
- (Е 79) Видин – Монтана
- Автомагистрала „Калотина - София”

3. Приоритетна ос III - Подобряване на интермодалността при превозите на пътници и товари

Общ бюджет на оста – 211 093 801, 18 евро

- **Бенефициент: „Метрополитен“ ЕАД:**
 - Разширение на метрото по отсечките: пътен възел Надежда - Централна ж.п. гара - пл. "Св. Неделя" - бул. "Черни връх" ;
 - Разширение на метрото Етап 2: от жк Обеля – 2 до пътен възел „Надежда” и от Младост 1 – Младост 3 – Бул. „Цариградско шосе”
- **Бенефициент: Национална компания „Железопътна инфраструктура”:**
 - Изграждане на Интермодален терминал в София

4. Приоритетна ос IV- Подобряване на корабоплаването по морските и вътрешните водни пътища

Общ бюджет на оста: 156 850 000 евро

- **Бенефициент: Изпълнителна агенция „Проучване и поддържане на река Дунав”:**
 - Подобряване на корабоплаването в българо-румънския участък на река Дунав от км 530 до км 520 - Батин и от км 576 до км 560 – Белене
 - Подобряване на системите за навигация и топохидрографните измервания по р. Дунав”
- **Бенефициент: Държавно предприятие "Пристанищна инфраструктура":**
 - Информационна система за управление на трафика на плавателни съдове - фаза 3;
 - Създаване на речна информационна система в българската част на река Дунав.
 - Геоинформационна система за управление на пристанищната инфраструктура
 - Система за мониторинг на състоянието на акваторията на пристанищата по р- Дунав
 - Модернизация с цел обезопасяване и удълбочаване на лимана на Пристанище Русе – Запад
 - Подобряване на условията и повишаване на безопасността на корабоплаването в района на морските пристанища за обществен транспорт с национално значение на Р. България
 - Интегрирана и актуализирана комуникационна световна морска система за бедствия и безопасност (GMDSS)

5. Приоритетна ос - Техническа помощ

- Бенефициент: Управляващ орган на ОПТ – дирекция „Координация на програми и проекти”
- Всички останали бенефициенти.

Управляващ орган на ОП „Транспорт” 2007-2013 (дирекция „Координация на програми и проекти”, МТИТС)

Дирекция „Координация на програми и проекти” в Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията е **Управляващ орган на Оперативна програма „Транспорт”**. Дирекцията е отговорна за осигуряване ефикасността и коректността при изпълнението на операциите, съфинансирани от Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд. Управляващият орган също така носи отговорност за разпространението и промотирането на програмата сред широката общественост и целевите групи по най-подходящ начин, както и да изтъква приноса на Общността при реализацията на проектите и програмата като цяло. Управляващият орган трябва да гарантира, че помощта, предоставяна от Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд, се управлява и разходва прозрачно.

Глава 2

Нормативни документи, регламентиращи задълженията за информация и публичност на средствата от КФ и ЕФРР на бенефициентите на ОПТ 2007-2013

- ✓ Регламент на ЕС 1083/2006
- ✓ Регламент на ЕК 1828/2006
- ✓ Глава 3 от Общия процедурен наръчник за управление на структурните фондове и Кохезионния фонд в България
- ✓ Оперативни споразумения между УО и бенефициентите на Оперативна програма “Транспорт”
- ✓ Насоки за визуална идентичност

Част 1

Регламент на ЕС 1083/2006

Регламент на ЕК 1828/2006

РЕГЛАМЕНТ № 1083/2006 НА СЪВЕТА (ЕО)

от 11 юли 2006 година

относно определянето на общи разпоредби за Европейския регионален фонд и Кохезионния фонд и за отмяна на Регламент (ЕО) № 1260/1999

Глава III Информация и публичност, Чл. 69 Информация и публичност

Член 69

Информация и публичност

1. Държавата-членка и управляващият орган на оперативната програма предоставят информация и правят публично достояние операциите и съфинансираните програми. Информацията е предназначена за гражданите на Европейския съюз и бенефициентите, с цел да се подчертае ролята на Комисията и да се гарантира, че помощта от фондовете е прозрачна.

Член 69 от Регламент на Съвета 1083/2006 задължава държавите членки да предоставят информация и да правят публично достояние съфинансираните от ЕС програми и дейности. Информацията е предназначена за европейските граждани и бенефициентите. В Прилагащия Регламент на Комисията за изпълнението на Регламент на Съвета 1083/2006 се определят конкретните изисквания на Европейската комисия относно информацията и публичността.

Прилагането на мерките по информация и публичност означава също, че Управляващият орган и бенефициентите ще трябва да изпълняват строго определени задължения, касаещи публичността. Неспазването на разпоредбите за публичност, съобразно изискванията на регламентите би могло да доведе до финансови санкции. Изискванията за информация и публичност са ясно упоменати в договора за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ.

РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1828/2006 НА КОМИСИЯТА

от 8 декември 2006 година

относно реда и начина на изпълнение на Регламент (ЕО) № 1083/2006 на Съвета за определянето на общи разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд и на Регламент 1080/2006 на Европейския парламент и на Съвета относно Европейския фонд за регионално развитие

Екстракт

/Екстрактът обхваща само чл. 5, чл. 7, чл. 8 и чл. 9. от Прилагащия регламент, т.е. тези, които се отнасят до бенефициентите (чл. 8, 9), както и задълженията на Управляващия орган към бенефициентите (чл. 5, 7)./

Глава II

РАЗПОРЕДБИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1083/2006

Раздел 1

Информирание и публичност (Чл. 5, 7-9)

Член 5

Информационни мерки, предназначени за потенциалните бенефициенти

1. Управляващият орган гарантира, съгласно комуникационния план, че оперативната програма е обект на широко разпространение, като се посочва и финансовият принос на съответните фондове и се представя на разположение на всички заинтересовани страни.

Освен това, той гарантира възможно най-широкото разпространение на информацията относно предлаганите възможности за съвместно финансиране в рамките на оперативната програма на Общността и на държавите-членки.

2. Управляващият орган предоставя на потенциалните бенефициенти ясна и подробна информация, която включва най-малко:

- а) условията за допустимост, които трябва да бъдат изпълнени, за да е възможно използването на финансиране по линия на определена оперативна програма;
- б) описание на процедурите по разглеждане на заявленията за финансиране и свързаните с това срокове;
- в) критериите за подбор на операциите, които трябва да бъдат финансирани;
- г) лицата за контакт, които на национално, регионално или местно ниво могат да предоставят информация за оперативните програми.

Освен това, управляващият орган информира потенциалните бенефициенти за публикациите, предвидени в член 7, параграф 2, буква г).

3. Управляващият орган привлича за действията за информиране и публичност, в съответствие с националното законодателство и практики, най-малко едно от следните звена, което широко да разпространява изброените в параграф 2 данни:

- а) националните, регионални и местни органи, както и агенциите за развитие;
- б) търговските и професионални организации;
- в) социалните и икономически партньори;
- г) неправителствените организации;
- д) организациите, представляващи бизнеса;
- е) информационните центрове за Европа и представителствата на Комисията в държавите-членки;
- ж) учебните заведения.

Член 7

Отговорности на управляващия орган по отношение на мерките за информация и публичност, предназначени за широката общественост

1. Управляващият орган гарантира, че мерките за информация и публичност се изпълняват в съответствие с комуникационния план и цели да се осигури възможно най-широко медийно покритие, с помощта на различни форми и методи на комуникация на съответното териториално равнище.

2. Управляващият орган е отговорен за организирането най-малко на следните действия за информация и публичност:

- а) голяма информационна кампания, оповестяваща стартирането на оперативната програма, дори и когато окончателната редакция на комуникационния план все още не е налице;
- б) поне една голяма информационна кампания годишно, както е установено в комуникационния план, представяща изпълнението на оперативната/те програма/и, включително, когато е приложимо, на големите проекти;
- в) издигане на знамето на Европейския съюз за една седмица, считано от 9 май, пред помещенията на всеки управляващ орган;
- г) публикуване, в електронен или друг формат, на списъка на бенефициентите, на името на операциите и на размера на публичните средства, отпуснати за операциите.

Член 8

Отговорности на бенефициентите по отношение на мерките за информиране и публичност, предназначени за широката общественост

1. Бенефициентът е отговорен за информирането на широката общественост за финансовото подпомагане, което му е отпуснато от фондовете в приложение на мерките, предвидени в параграфи 2, 3 и 4.

2. Бенефициентът поставя постоянна обяснителна табела, която се вижда и е със значителни размери, най-късно шест месеца след приключването на всяка операция, отговаряща на следните условия:

- а) общото участие на публичните средства за операцията да е над EUR 500 000 ;
- б) операцията да се отнася до закупуване на материален обект или за финансиране на инфраструктурни или строителни работи;

В табелата се посочва видът и наименованието на операцията и елементите, изброени в член 9. Тези елементи следва да заемат минимум 25 % от табелата.

3. В хода на изпълнение на програмата бенефициентът издига информационно табло на площадката на всяка операция, отговаряща на следните условия:

- а) общото участие на публичните средства за операцията да е над EUR 500 000;

б) операцията да се отнася до закупуване на материален обект или за финансиране на инфраструктурни или строителни работи.

Елементите, посочени в член 9 заемат минимум 25 % от таблото.

Когато операцията бъде завършена, таблото се замества от постоянната обяснителна табела, посочена в параграф 2.

4. Когато определена операция се ползва от финансиране по линия на оперативна програма, съфинансирана от ЕСФ и там когато е приложимо, когато определена информация се ползва от финансиране по линия на ЕФРР и Кохезионния фонд, бенефициентът гарантира, че участниците в операцията са информирани за това финансиране.

Бенефициентът посочва ясно, че операцията, която изпълнява, е избрана в рамките на оперативната програма, съфинансирана ЕФРР или Кохезионния фонд.

Всеки документ, включително всяко уверение за участие или друг сертификат, свързани с операция от този тип включва отметка, сочеща, че оперативната програма е съфинансирана от ЕФРР или Кохезионния фонд.

Член 9

Технически характеристики на действията за информация и публичност по отношение на операцията

Всички действия за информация и публичност, предназначени за бенефициентите, потенциалните бенефициенти и широката общественост включват следните елементи:

а) емблемата на Европейския съюз, в съответствие с графичните стандарти, установени в приложение I и позоваване на Европейския съюз;

б) позоваване на съответния фонд:

i) за ЕФРР: „Европейски фонд за регионално развитие“;

ii) за Кохезионния фонд: „Кохезионен фонд“

в) изявлението, избрано от управляващия орган, подчертаващо получената добавена стойност от интервенцията на Общността, за предпочитане е: „Инвестираме във вашето бъдеще“.

Букви б) и в) не се прилагат за малки рекламни обекти.

Част 2

Глава 3 от Общия процедурен наръчник за управление на структурните фондове и Кохезионния фонд в България и оперативни споразумения между УО и бенефициентите на Оперативна програма “Транспорт”

Глава 3

ОБЩИ ПРИНЦИПИ

Партньорство и информация и публичност, за да се гарантира прозрачното и ефикасно използване на Фондовете

3. Информация и публичност

❗ **Неспазването на разпоредбите за публичност в регламентите ще води до финансови корекции.**

3.6. Задачи на бенефициентите

Публичността на ниво проект е основна отговорност на бенефициента, а правилата, които трябва да се следват, се упоменават в договорите, с които се предоставя безвъзмездната финансова помощ по проектите.

⚠ **Не по-късно от шест месеца след приключване на операцията бенефициентът поставя постоянен пояснителен плакет**, който е видим и със значителни размери и отговаря на следните условия:

- общата публична помощ за операцията **надвишава 500 000 евро**;
- операцията се състои в покупка на **физически обекти или финансиране на инфраструктура или строителни дейности**.

Плакетът указва **вида и наименованието на операцията**, освен упоменатата в член 9 от Регламент 1828/2006 информация. Тази информация заема **най-малко 25% от плакета**.

По време на изпълнението на операцията **бенефициентът поставя билборд** на мястото на всяка от операциите, който отговаря на следните изисквания:

- общата публична помощ за операцията **надвишава 500 000 евро**;
- операцията се състои във финансиране на **инфраструктура или строителни дейности**.

Упоменатата в член 9 от Регламент 1828/2006 информация заема **най-малко 25% от билборда**.

Когато операцията приключи, билбордът се заменя от **постоянен пояснителен плакет** ⚠ **най-късно 6 месеца след края на работите**. Бенефициентът ясно отбелязва, че изпълняваната операция е избрана по оперативна програма, съфинансирана от ЕФРР или Кохезионния фонд.

Във **всеки документ**, включително удостоверение за присъствие или друго удостоверение, относно такава операция се упоменава, че оперативната програма се съфинансира от ЕФРР или Кохезионния фонд.

Процедурите за спазване на правилата за публичност са обвързани с условията, заложи в формулярите за участие и писмата за предлагане/договорите за предоставяне на безвъзмездни средства, изготвянето на годишни доклади и окончателни доклади за изпълнение и т.н.

3.7. Неспазване

По принцип, когато се установи, че мерките за информация и публичност на даден бенефициент не са спазват или не са релевантни спрямо проекта, УО незабавно уведомява бенефициента, като изисква от него предприемането на спешни мерки за коригиране на изпълнението на мерките по информиране и публичност. В случай на по-нататъшно или умишлено неизпълнение на тези задължения от страна на бенефициента, Управляващият орган може едностранно да прекрати договора с бенефициента, който е длъжен да възстанови вече отпуснатите безвъзмездни средства по проекта.

3.8. Правила за техническите средства за информация и публичност

Всички мерки за информация и публичност, насочени към бенефициентите, заинтересованите страни и широката общественост включват следното:

- **европейската емблема** в съответствие с графичните стандарти и пълно изписване на наименованието **ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ**.
- **логото на НСРР** и съответното лого и слоган на ОП (в случая, **логото на ОП “Транспорт” и “По-близо, по-близки ...”**)
- посочване на съответния Фонд:

- за ЕФРР: „Европейски фонд за регионално развитие”;
- Кохезионния фонд: „Кохезионен фонд”;
- Избрано от управляващия орган изявление, в случая слоганът на Оперативна програма „Транспорт” – „По-близо, по-близки...”.

Официалните цветове на емблемата на Европейския съюз са **син Pantone Reflex** за фона и **жълт Pantone 2С** за звездите.

Като се следват определените принципи, емблемата може да се използва по следните различни начини:

Репродукция на цветен фон

Ако е възможно, логото трябва да се постави на бял фон. Трябва да се избягват други цветове, най-вече тези, които не допълват синия. Ако е невъзможно да се избегне цветният фон, правоъгълникът трябва да бъде ограден с бял кант, ширината на който трябва да е равна на една двадесет и пета от височината на правоъгълника.

Репродукция в бяло и синьо

За фон на звездите трябва да се използва рефлексно синьо.

Репродукция на документи в черно и бяло

В този случай знамето трябва да се представя като черни звезди на бял фон.

Емблемите могат да се свалят за употреба във формат .eps и .jpg от Интернет адрес:

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/graph/emblem_en.htm

а) Билбордове

Билбордовете се поставят на местата на съответните проекти за съфинансирани инфраструктурни инвестиции, чийто обем надвишава споменатите по-горе суми. Тези билбордове включват задължително място за посочване на приноса на Европейския съюз и на държавата. Те трябва да са с големина, която съответства на мащаба на проекта.

Частта от билборда за приноса на Европейския съюз и държавата трябва да отговаря на следните критерии:

- трябва да съдържа логото на Европейския съюз и на НСРР, както и логото на оперативна програма „Транспорт” (големината на логото на НСРР/ОП е равна на тази на емблемата на ЕС);
- емблемите се представят в съответствие със съществуващите спецификации и наръчника за идентичност;
- името на оперативна програма „Транспорт” 2007-2013
- името на проекта, датата на започване и датата на завършване;
- общата стойност на проекта и конкретната стойност на съфинансиране от страна на ЕК
- надписът за обозначаване на финансовия принос на Европейския съюз трябва да е със същия размер като този за националния принос;
- името на съфинансиращия фонд от страна на ЕС;
- частта от билборда за приноса на Европейския съюз заема най-малко 25% от общата площ на билборда;

Билбордовете се махат не по-късно от шест месеца след приключване на работата и се заменят от възпоменателни плакети.

б) Възпоменателни плакети

Постоянните възпоменателни плакети се поставят на подходящи и достъпни за широката общественост места, свързани с проекта (жп гари, връзки между жп път и автомагистрала, метростанции и т.н.) и предоставят информация за финансираните от Европейския съюз и от съответната оперативна програма проекти. Освен емблемите на ЕС и НСРР, тези плакети трябва

да отбелязват приноса на Европейския съюз, съответните фондове и националното съфинансиране.

в) Плакати

За да се информират участниците и широката общественост за ролята и приноса на Европейския съюз и националното съфинансиране за развитието на транспортната инфраструктура трябва да се разпространяват плакати, в които се посочва приносът на Европейския съюз и държавата, както с посочване на съответния съфинансиращ фонд.

г) Уведомление до бенефициентите

Във всички уведомления за помощи до бенефициентите, изпращани от компетентните органи, се споменава частичното финансиране от Европейския съюз и Република България и се упоменава размерът на процента от помощта, финансирана от съответния инструмент на Общността.

д) Информационни и комуникационни материали

Публикациите (като книжки, брошури, информационни писма) за регионална помощ, частично финансирана от Европейския съюз и националното съфинансиране, ясно посочват още на заглавната страница участието на Европейския съюз, националното съфинансиране и оперативната програма, когато е целесъобразно, заглавната страница на съответния съфинансиращ фонд, както и емблемите на Европейския съюз, на ОП „Транспорт” и националната НСРР (когато е възможно).

В случай че информацията се предоставя електронно (сайтове, мейлинг листи, електронни бюлетини и пр.) или като аудиовизуален материал, аналогично се прилагат гореспоменатите принципи.

В сайтовете на УО на ОПТ и на бенефициентите по програмата следва да:

- се спомене приносът на Европейския съюз и, ако е целесъобразно - този на съответния съфинансиращ фонд;
- се показва емблемата на ЕС и логото на ОП „Транспорт”;
- се помества актуална информация от напредъка в изпълнението на конкретните проекти, финансирани по ОП „Транспорт”

е) Информационни събития

Организаторите на информационни събития като конференции, семинари, във връзка с изпълнението на проекти, финансирани по ОП „Транспорт” ясно посочват приноса на Европейския съюз и на Оперативната програма, посредством поставяне на европейското знаме в заседателните зали и поставяне на емблемата на ЕС върху документите, с позоваването на съответния съфинансиращ фонд. При изработката на специални рекламни материали за събитията също се поставя емблемата на ЕС, логото и слоганът на ОП „Транспорт”.

ж) Доброволни дейности във връзка с публичността и информацията

Ако даден компетентен орган или бенефициент реши да постави билбордове или възпоменателни плакети, да извършва публикации или да предприеме други информационни действия за проекти, чийто размер на публичните средства е по-малък от 500 000 евро, то той трябва да посочи приноса на Общността по аналогичен начин.

Оперативно споразумение между Управляващия орган и бенефициент по Оперативна програма „Транспорт”

Член 9

Информация и публичност

1. Бенефициентът се задължава да изпълнява изисквания по отношение на информацията и публичността, заложили в глава II, чл. 6, чл. 8 и чл. 9 на Регламент (ЕО) № 1828/2006 на Комисията от 8 декември 2006 година относно реда и начина на изпълнение на Регламент (ЕО) № 1083/2006 на Съвета за определянето на общи разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд и на Регламент 1080/2006 на Европейския парламент

и на Съвета относно Европейския фонд за регионално развитие и в Ръководство за мерките за информация и публичност на ОПТ.

2. Бенефициентът е съгласен и приема Управляващият орган да публикува неговото наименование, предмета и сумата по Договора за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ.

3. Бенефициентът се задължава да информира изпълнителя на проекта за изискванията, касаещи мерките за информация и публичност на ОПТ.

4. Бенефициентът трябва да изпълнява следните минимални изисквания по отношение на проектите финансирани от ОПТ:

4.1. Бенефициентите трябва да поставят постоянна информационна паметна плоча на видимо място и с подходящ размер не по-късно от 6 месеца след приключване на работите по обекта в случаите, когато:

а) Общата стойност на публичното финансиране надхвърля 500 000 Евро;

б) Същността на операцията се състои в придобиване на физически обект, финансиране на инфраструктура или строителни дейности.

4.2. Паметната плоча трябва да информира за типа и името на операцията, както и да отговаря на изискванията на т. 4.1. Тази информация трябва да заема минимум 25% от площта на плочата.

4.3. По време на изпълнението на проекта, бенефициентът трябва да постави билборд с подходящ размер на строителната площадка на всеки обект, когато:

а) Общата стойност на публичното финансиране надхвърля 500 000 Евро;

б) Същността на проекта се състои във финансиране на строителни дейности.

4.4. Емблемата на ЕС, наименованието на фонда, чрез който се финансира проекта и слогана на ОПТ „По-близо, по-близки ...” трябва да заемат минимум 25% от площта на билборда.

4.5. Когато проектът е завършен, билбордът трябва да бъде заменен с постоянна паметна плоча, както е указано в т. 4.2.

4.6. По преценка на бенефициента отговорностите по т. 4.1, 4.2, 4.3, 4.4 и 4.5 могат да бъдат прехвърлени като задължение на изпълнителя или на инженера по проекта.

5. Когато за изпълнението на проекта е налице финансиране от Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) или Кохезионния фонд (КФ), бенефициентът трябва да гарантира, че тези които, участват в проекта, са информирани за това финансиране. Бенефициентът трябва да съобщи и изрично да укаже, че проектът се финансира от оперативна програма „Транспорт” и е съфинансиран съответно от ЕФРР или КФ.

6. Всеки документ, включително сертификат за участие или друг вид сертификат, касаещ проекта, трябва да съдържа информация или указание, чрез което да се подчертава, когато е подходящо, че операцията е съфинансирана съответно от ЕФРР или КФ.

7. Бенефициентът се задължава да спазва правила относно техническите характеристики, касаещи информацията и публичността, като всички материали за информация и публичност, насочени към различните целеви групи трябва да включват следното:

7.1. Европейският символ, съгласно графичните стандарти заложиени в Анекс I на Регламент (ЕО) № 1828/2006 на Комисията от 8 декември 2006 година относно реда и начина на изпълнение на Регламент (ЕО) № 1083/2006 на Съвета за определянето на общи разпоредби за Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд и на Регламент 1080/2006 на Европейския парламент и на Съвета относно Европейския фонд за регионално развитие и изписване на текста „Европейски съюз”;

7.2. Посочване на фонда, който финансира:

а) За ЕФРР: „Европейски фонд за регионално развитие”

б) За КФ: „Кохезионен фонд”

в) Логото и слогана, избрани от Управляващия орган

8. Техническите изисквания по отношение на Европейския символ могат да бъдат намерени на интернет адрес:

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/graph/emblem_en.htm

9. Техническите изисквания към изобразяването на логото и слогана на ОП „Транспорт” могат да бъдат намерени на www.optransport.bg
10. Бенефициентът определя със заповед минимум един експерт-титуляр и един експерт-заместник от структурите, отговорни за проектите, предвидени за финансиране от ОПТ, който ще отговаря за изпълнението на изискванията за мерките за информация и публичност.
11. Определените по т. 10 лица участват в координационните срещи на информационната мрежа, управлявана от Управляващия орган, които се провеждат на всеки 3 месеца.
12. Бенефициентът публикува съдържанието на проекта в най-подходяща форма и по най-подходящ начин, с цел популяризирането му и информирането на заинтересованите страни.
13. Бенефициентът съгласува с Управляващия орган предложения от изпълнителя комуникационния план на проекта, преди документът да бъде утвърден и да стартира изпълнението на комуникационните дейности.
14. Бенефициентът координира и контролира изпълнението на комуникационния план на изпълнителя на проекта.
15. Бенефициентът координира с Управляващия орган планираните от него и/или изпълнителя комуникационни дейности.
16. Бенефициентът гарантира, че представители на Управляващия орган ще участват в най-важните дейности за информация и публичност, свързани с проекта.
17. Бенефициентът отчита пред Управляващия орган на всеки шест месеца изпълнените от него и изпълнителя на проекта мерки за информация и публичност.
18. Бенефициентът публикува на първа страница на своя интернет сайт банер с линк към www.optransport.bg.
19. Бенефициентът изпраща на Управляващия орган по електронен път всички съобщения до средствата за масово осведомяване, анонси за стартиране на тръжни процедури и информация за приключените такива, касаещи проектите, които да бъдат публикувани на www.optransport.bg.
20. С цел ефективно и ефикасно планиране и изпълнение на мерките за информация и публичност от страна на бенефициента, Управляващият орган подготви Ръководство за мерките за информация и публичност на ОПТ, в което са разписани детайлните правила и изисквания, както и разпределението на отговорностите.

Част 3

ТУК ЩЕ БЪДЕ ПРИЛОЖЕН ФАЙЛЪТ „ГРАФИЧЕН И ЛОГО СТАНДАРТ”

Насоки за визуална идентичност

! При изпълнението на инвестиционните проекти, както и на мерките за информация и публичност по тях, Бенефициентите трябва да спазват стриктно европейската и националната нормативна рамка, в това число и разпоредбите на Закона за достъп до обществена информация.

Глава 3

Разпределяне на отговорностите между УО, бенефициенти и изпълнители в комуникационния процес

- ✓ Отговорности на УО в комуникационния процес
- ✓ Задължения на бенефициентите на ОП „Транспорт” 2007-2013
- ✓ Координационен механизъм и организационна структура на комуникационните дейности по Оперативна програма „Транспорт”

Част 1

Отговорности на УО в комуникационния процес

Роля на Управляващия орган на ОПТ
--

- разпространение и промотиране на ОП „Транспорт”
- предоставяне на релевантна и актуална информация към съответните целеви групи – широката общественост, бенефициенти, неправителствени организации, различни заинтересовани страни, представители на средствата за масово осведомяване и др.
- координация с Централния информационен офис
- отговорности на УО за организация на мониторинга и оценката на изпълнението на КП на ОПТ

УО на ОПТ носи отговорност за разпространението и промотирането на програмата.

При изпълнението на мерките за информация и публичност, съгласно европейското, националното законодателство и практики, Управляващият орган трябва да привлече минимум една от долупредставените структури за разпространение на информация:

- национални, регионални и местни власти и агенции за развитие;
- търговски и професионални организации;
- икономически и социални партньори;
- неправителствени организации;
- организации, представляващи бизнеса;
- европейските информационни центрове както и представителствата на ЕК в страните-членки;
- образователни институции

УО на ОП „Транспорт” има следните отговорности относно предоставянето на информация към бенефициенти, съгласно т.2 от чл.5 и чл. 6 на Прилагащия регламент:

- условията за допустимост, които трябва да бъдат изпълнени, за да е възможно използването на финансиране по линия на програмата;
- описание на процедурите по разглеждане на формулярите за кандидатстване, попълвани от бенефициентите и свързаните с това срокове;
- контакти на национално, регионално и местно ниво, от където може да се получи информация за ОП.
- УО трябва да информира бенефициентите, че предоставянето на безвъзмездна финансова помощ по проект по ОП „Транспорт” води до включване на бенефициента в публикувана информация (в интернет страницата на Управляващия орган) – в публичен списък с бенефициентите и размера на публичните средства, отпуснати по проекта.

Отговорности на УО за комуникациите спрямо широката общественост, съгласно т.1 на чл.7 от Прилагания регламент:

УО трябва да гарантира, че мерките за информация и публичност се изпълняват в съответствие с Комуникационния план на оперативната програма чрез осигуряване на възможно най-широко медийно покритие, при използване на най-удачните форми и методи на комуникация на подходящото териториално ниво.

Минималните изисквания по отношение на мерките за информация и публичност, които Управляващият орган на ОП „Транспорт” трябва да изпълни, насочени към широката общественост съгласно, [г.2, чл. 7 от Прилагания регламент 1828/2006 на ЕК](#) са:

- организиране на **машабна информационна кампания при стартирането на ОП**, дори без наличие на окончателно одобрен вариант на Комуникационен план;
- организиране на **поне едно машабно публично събитие ежегодно**, което е заложено в Комуникационния план, представящо постиженията на ОП, включително и големите инфраструктурни проекти;
- издигане на **знамето на ЕС пред сградите на УО**, в продължение на **една седмица от датата 9 май**;
- публикуване чрез интернет или по друг начин на **списъка с бенефициентите, имената на операциите и стойността на публичното финансиране**.

Координационни функции на УО:

- Управляващ орган и Централен информационен офис
- Управляващ орган и бенефициенти на ОП «Транспорт»;
- Управляващ орган, бенефициенти на ОП «Транспорт» и избраните изпълнители за изграждане на инвестиционни проекти;
- Сътрудничество с всички държавни, неправителствени и обществени институции на национално и регионално ниво, които имат участие и/или са заинтересовани от реализирането както на целите на Оперативната програма, така и от реализацията на конкретни проекти, финансирани по програмата;
- Сътрудничество с мрежата INFORM на експертите по информация и публичност, координирана с ГД «Регионална политика» на ЕК

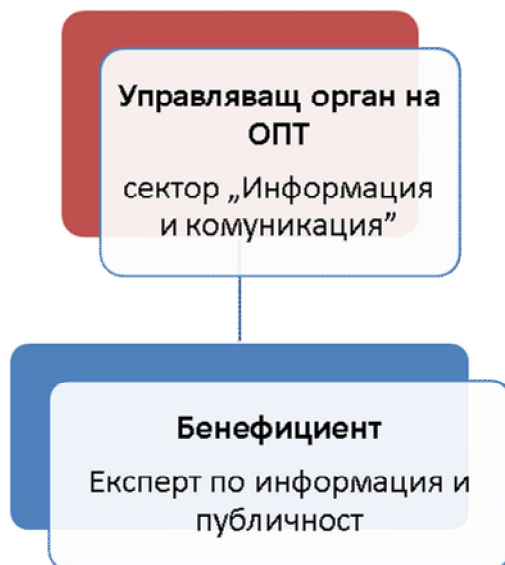
Част 2

Роля и задължения на Бенефициентите в комуникационния процес

▪ Общи положения:

Информацията и публичността на проектно ниво са основна отговорност на бенефициентите и това тяхно задължение е включено в текстовете на Оперативните споразумения с УО на ОП „Транспорт” и в текста на Договора за предоставяне на безвъзмездна помощ от ОПТ.

- ➔ Бенефициентите трябва да **изпълняват минимални изисквания** за осъществяване на мерките за информация и публичност по отношение на проектите, съфинансирани от КФ/ЕФРР на ЕС, съгласно представена в предната глава нормативната рамка;
- ➔ Задължение на всеки бенефициент е да определи **експерт по информация и публичност**, който да бъде пряко отговорен за изпълнението на комуникационните дейности, свързани с проектите, финансирани от ОПТ.
- ➔ Бенефициентите трябва да **координират** всички комуникационни дейности със сектор „Информация и комуникация”, УО на ОПТ.



- ➔ Когато една операция получава финансиране от ЕФРР и КФ, бенефициентът трябва да гарантира, че тези, които участват в операцията, са информирани за това финансиране. Бенефициентът трябва да съобщи и да подчертае, че **операцията е избрана за финансиране от оперативна програма „Транспорт”, съфинансирана от ЕФРР или КФ**.

- ✓ **Европейският символ**, съгласно графичните стандарти заложи в Анекс I на Прилагания регламент и **ЪПЪЛНО изписване на текста „Европейски съюз”**;
- ✓ Препратка към фонда, който финансира:

- За ЕФРР: „Европейски фонд за регионално развитие”
- За КФ: „Кохезионен фонд”
- ✓ Лого и слоган на ОПТ „По-близо, по-близки....”

- Постоянни разяснителни табели - ясно видими и достатъчно големи по размер;
- Поставяне на емблемата на Националната стратегическа референтна рамка /НСРР/ и логото на ОП „Транспорт” на всички материали по проекта;
- Всеки документ, включително всяко уверение за участие или друг сертификат, свързани с операция от този тип включва отметка, сочеща, че Оперативната програма е съфинансирана от ЕФРР и КФ;
- Осигуряване на публичност на съответните проекти в медиите – предоставя се информация за напредъка и събитията по отделните проекти, организират се публични представления и разяснения по обществено значими въпроси, свързани с дейностите.

 [ВИЖ Насоки за визуална идентичност при изпълнението на Оперативна програма “Транспорт” 2007-2013](#)

Техническите изисквания по отношение на Европейския символ и задължителните елементи на билбордовете могат да бъдат намерени на интернет адрес:

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/graph/graph_en.htm

- Бенефициентите трябва в указания срок да представят **3-месечни и годишни отчети за изпълнението на мерките за информация и публичност**
- Бенефициентите трябва да **съхраняват доказателства** и да **поддържат архив** на документи, свързани с изпълнението на мерките по информация и публичност на проекти, финансирани от ОП „Транспорт”.
- **Специални изисквания към Бенефициентите по проекти, предвидени за финансиране по Приоритетни оси 1, 2, 3, 4:**

Бенефициентът определя със заповед минимум един експерт-титуляр и един експерт – заместник от структурите, отговорни за проектите, предвидени за финансиране по ОПТ, който ще отговаря за изпълнението на изискванията за мерките по информация и публичност. Определените експерти по информация и публичност участват в координационните срещи на информационната мрежа, управлявана от сектор „Информация и комуникация”.

Сектор «Информация и комуникация» в Управляващия орган организира на всеки три месеца координационни срещи, на които присъстват задължително: представител(и) на сектор «Информация и комуникация» в УО, експертите по информация и публичност на бенефициентите; представител(и) на сектор «Наблюдение на проекти по КФ 11-64», а в случаите, когато дневният ред го изисква – и представители на изпълнителите.

Задължения на експертите по информация и публичност на бенефициентите:

- Публикуването съдържанието на проекта в най-подходяща форма и по най-подходящ начин, с цел популяризирането му сред широката общественост;
- Промотирането на проекта и приноса на Общността за неговото осъществяване;
- Работа с всички заинтересовани лица и структури на гражданското общество, имащи отношение от реализирането на проекта;

- Участие в координационните срещи на експертите, отговорни за изпълнението на мерките по информация и публичност;
- Информирането на сектор „Информация и комуникация” за откриването на тържни процедури по проекти, финансирани или предвидени за финансиране по ОП „Транспорт”;
- Предоставяне на сектор „Информация и комуникация” на релевантна и актуална информация за всеки един етап от провеждането на тържни процедури по проекти, финансирани или предвидени за финансиране по ОП „Транспорт”
- Изготвянето на прессъобщения и други материали, предназначени за представителите на средствата за масово осведомяване;
- Планиране и организиране на публични събития по проекта;
- Предоставяне на релевантна актуална информация по проекта на интернет страницата на бенефициента.
- Оценяване на КПИП на изпълнителите, в случаите, че мерките по информиране и публичност са възложени изцяло или частично на изпълнителите.
- Контрол и мониторинг на изпълнението на КПИП на изпълнителите, в случаите, когато мерките по информация и публичност са възложени изцяло или частично на изпълнителите.
- Изпълнение на мерките по информиране и публичност по проекта, съгласно одобрения КПИП.
- Отчетност пред УО на напредъка в изпълнението на мерките по информиране и публичност на КПИП.

Съгласувателни задължения на бенефициентите с УО:

Всяко публично събитие и планирани мерки по информация и публичност по проекта се съгласуват със сектор „Информация и комуникация” в Управляващия орган на ОП „Транспорт”;

Съгласно чл.8 на 1828/2006 на ЕК, бенефициентите трябва да изпълняват следните минимални изисквания по отношение на проектите, съфинансирани от Структурните инструменти:

➤ Бенефициентите трябва да поставят постоянна пояснителна паметна плоча на видимо място и с подходящ размер не по-късно от 6 месеца след приключване на работите по обекта в случаите, когато са изпълнени следните условия:

- Общата стойност на публичното финансиране надхвърля 500 000 Евро;
- Същността на операцията се състои в придобиване на физически обект, финансиране на инфраструктура или строителни дейности.

Паметната плоча трябва да информира за типа и името на операцията, както и да отговаря на изискванията на чл.9 от Прилагащия регламент. Тази информация трябва да заема минимум 25% от площта на плочата.

➤ По време на изпълнението на операцията, бенефициентът трябва да постави билборд на строителната площадка на всеки обект, когато са изпълнени следните условия:

- Общата стойност на публичното финансиране надхвърля 500 000 Евро;
- Същността на операцията се състои във финансиране на инфраструктура или строителни дейности.

Информацията отнасяща се до чл.9 от Прилагащия регламент трябва да заема минимум 25% от площта на билборда.

Когато операцията е завършена, билбордът трябва да бъде заменен с постоянна паметна плоча, както е указано в т.1.

- ☛ Когато една операция получава финансиране от ЕФРР и КФ, бенефициентът трябва да гарантира, че тези които участват в операцията са информирани за това финансиране. Бенефициентът трябва да съобщи и да подчертае, че операцията е избрана за финансиране от оперативна програма съфинансирана от ЕФРР или КФ.

Всеки документ, включително сертификат за участие или друг вид сертификат, касаещ операцията трябва да съдържа информация или послание, чрез което да се подчертава, когато е подходящо, че операцията е съфинансирана от ЕФРР или КФ.

- **Задължителни мерки по проекти, финансирани по Приоритетна ос „Техническа помощ“:**

Задължения на бенефициентите за изпълнение на мерки по информация и публичност на проекти, финансирани по приоритетна ос „Техническа помощ“ на ОП „Транспорт“

Бенефициентите са длъжни да предвидят и изпълнят релевантни спрямо проекта мерки за информиране и публичност.

Когато не е приложимо нищо друго, мерките по информиране и публичност се свеждат до изпълнение на мерки за визуална идентичност.

В случаите на закупена техника по проекта или друг материален обект, бенефициентите следва да поставят на видно място стикер или друг информационен обект, съдържащ логото и слогана на ОП „Транспорт“, знамето на ЕС и позоваването на Европейския фонд за регионално развитие.

При подготовката на тръжна документация за възлагане на договор по проектите, бенефициентите, в качеството си на възложители, са длъжни да информират изпълнителите, че договорът ще се финансира със средства по ОП „Транспорт“, както и всички произтичащи задължения по изпълнение на мерки по информиране и публичност.

Бенефициентите са отговорни за информирането на обществеността за помощта, получена от Структурните фондове чрез:

- ☛ Информирание на участниците в проекти, финансирани от ОП „Транспорт“ (напр. обучения), че проектите са съфинансирани от Структурните фондове;
- ☛ Поставяне на логото на ОП „Транспорт“ и/или логото на Националната стратегическа референтна рамка /НСРР/ на всички материали по проекта;
- ☛ Включване във всички документи по проекта (напр. сертификати за посетени курсове) на информация, че проектът е финансиран от ЕФРР;
- ☛ Осигуряване на публичност на съответните проекти в медиите (когато е приложимо).

Част 3

Координационен механизъм и организационна структура на комуникационните дейности по Оперативна програма „Транспорт“ 2007-2013

За успешното и ефикасно изпълнение на мерките за информация и публичност на ОПТ, е необходима координация и съгласуваност на информационната политика и на мерките за информация и публичност на следните нива:

- **Сътрудничество с мрежата INFORM на експертите по информация и публичност на Управляващия орган на ОП „Транспорт“, координирана с ГД «Регионална политика» на ЕК**

Формализирането на информационните мрежи е нов аспект на комуникационната политика на ЕК относно Структурните фондове и Кохезионния фонд. Всеки УО на ОП е задължен да посочи и уведоми ЕК за лице за контакти, което пряко отговаря за мерките за информация и публичност. Посоченото лице е и член на мрежата „ИНФОРМ“, координирана от ГД „Регионална политика“ на ЕК на ниво ЕС.

- **Управляващ орган и Централен информационен офис**

Управляващият орган координира планираните комуникационните дейности по отношение на изпълнението на Комуникационния план на програмата и публичните събития по ОПТ с Централния информационен офис /ЦИО/ в Министерски съвет, с цел избягване на прекриването на дейности с другите Управляващи органи и ефективното разходване на ограничени финансов ресурс.

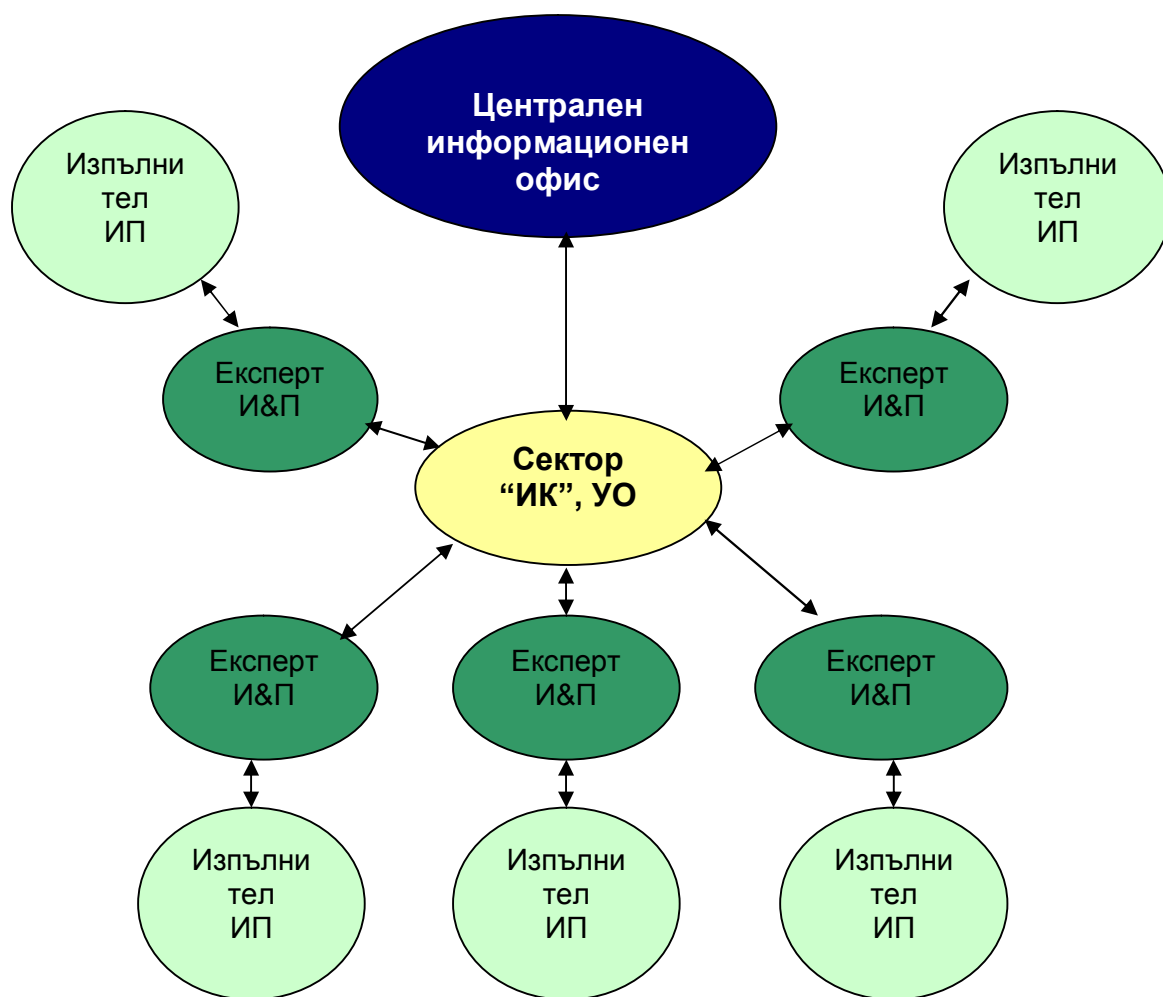
Информационна мрежа на национално ниво, по подобие на модела изграден от ЕК, е изградена от Централния информационен офис в Министерски съвет. Екипът на сектор „Информация и комуникации“ в рамките на УО на ОПТ активно участва в дейността на националната мрежа, в официалните заседания и срещи и регулярно обменя информация с нейните членове.

- **Управляващ орган и бенефициенти на ОП „Транспорт“;**

Неформална комуникационна мрежа на ОПТ. Членове на тази мрежа са експерти от УО на ОПТ и представители на бенефициентите на програмата. Основните цели на мрежата са да се информират и обучават членовете относно изискванията за информация и публичност на СКФ; да се повишава капацитетът им в областта на публичните комуникации; да се гарантира обмяната на добри практики и да се постигне висока степен на координираност по отношение на комуникационните дейности, касаещи ОПТ и проектите, финансирани чрез нея. Чрез мрежата УО на ОПТ ще подпомага бенефициентите при прилагането на изискванията на ЕК относно мерките за информация и публичност. Същевременно мрежата ще създаде по-добри условия за мониторинг и контрол на комуникационните дейности изпълнявани от бенефициентите.

- **Сътрудничество с всички държавни, неправителствени и обществени институции** на национално и регионално ниво, които имат участие и/или са заинтересовани от реализирането на целите на Оперативната програма;

Схема на координационния механизъм на комуникационните дейности



Глава 4

Изпълнение на мерките за информация и сигурност на ниво проект

- ✓ Прозрачност при провеждане на открити процедури съгласно ЗОП
- ✓ Комуникационен план на инвестиционен проект /КПИП/
- ✓ Правила за съставяне на бюджет на КПИП
- ✓ Работа с медиите при инвестиционен проект
- ✓ Официални церемонии
- ✓ Управление на кризи
- ✓ Публикуване на актуална информация за проекта
- ✓ Мерки за информация и публичност

Част 1

Прозрачност при провеждане на открити процедури, съгласно ЗОП

Отчитайки европейските и национални разпоредби, при провеждане на процедури по Закона за обществени поръчки (ЗОП), бенефициентите трябва да спазват следните минимални изисквания:

- Публикуване на обявлението в Държавен вестник и на сайта на Агенцията за обществени поръчки (АОП);
- Публикуване на обявлението в официалния печатен орган на ЕС (Official Journal), съгласно праговете, определени в ЗОП;
- Публикуване на обявлението и тръжната документация на интернет страницата на Бенефициента;
- Публикуване на информация относно датата, часа и мястото на отваряне на офертите на интернет страницата на Бенефициента;
- При избор на изпълнител и след изтичане на законоустановените срокове, публикуване на интернет страницата на Бенефициента на информация относно: предмета на поръчката, наименованието на избрания изпълнител, стойността на договора и срока на изпълнение. Ако избраният изпълнител е консорциум, се обявяват отделните членове в консорциума.
- За по-значими проекти се организира официално подписване на договора, което предварително се обявява на сайта на бенефициента и на сайта на Оперативна програма “Транспорт”. По време на събитието на присъстващите представители на медиите, а след приключване на събитието – на всички останали медии, се разпространява прес-съобщение с информация относно предмета на договора, избрания изпълнител, стойността и срока на договора. Всички споменати дейности се съгласуват и одобряват от сектор “Информация и комуникации” в УО.

- По време на изпълнението на договора Бенефициентът регулярно (на 3-месечие) публикува актуална информация относно дейностите и развитието на проекта на интернет страницата си.
- Когато е приложимо (в случаите, когато мерките по информиране и публичност са прехвърлени от бенефициентите към избраните изпълнители), Бенефициентът може да задължи и избраният изпълнител да публикува актуална информация за напредъка в развитието на проекта на своята интернет страница.
- След приключване на договора се публикува обобщена информация за извършените дейности и постигнати резултати, и размера на изплатеното финансиране по договора.

Прозрачност при изпълнение на проекта

- След подписване на Договора за безвъзмездна помощ бенефициентът е отговорен за осъществяване на мерките за информация и публичност на проектно ниво, като координира всички планирани комуникационни дейности със сектор „Информация и комуникация”, ситуиран в УО на ОПТ.
- Всички комуникационни инструменти се подготвят от експерт информация и публичност от структурата на бенефициента; съгласуват се със съответния линейен мениджър и с ръководител отдел „Връзки с обществеността и протокол” на бенефициента; след което се изпращат до сектор „Информация и комуникация” в УО за одобрение.
- Публикуване на одобрената от УО информация, свързана с проекти, финансирани по ОПТ. При публикуване във вестник, списание и др. се изисква съхраняване на 1 бр. от информационния носител за нуждите за отчет по чл. 9 от подписано Оперативно споразумение.
- Всички доказателствени материали, свързани с изпълнението на мерките за информация и публичност по проекти, финансирани по ОПТ, се съхраняват надлежно до приключване на определен проект.
- След приключване на проекта експертът по информация и публичност от структурата на бенефициента предава информационните материали по опис на отговорното лице за съхраняване то им в „Деловодство и архив”.

Комуникацията между административните структури по съответната дейност се извършва с писмена кореспонденция и по електронен път.

Част 2

Комуникационен план на инвестиционен проект /КПИП/

Отчитайки ключовата роля на комуникирането на европейските проекти и изискванията към мерките за информация и публичност на ниво проект, УО на ОПТ изисква от бенефициентите или избрания изпълнител да разработят Комуникационен план на ниво проект.

Общи положения

- Комуникационните планове на инвестиционни проекти /КПИП/, предвидени за финансиране от ОП «Транспорт» се подготвят от бенефициента. По преценка на бенефициента задължението за подготовка и изпълнение на КПИП може да бъде

прехвърлено частично или изцяло на избрания изпълнител, без това решение да освобождава бенефициента от отговорността за изпълнение на мерките за информация и публичност.

- КПИП обхваща целия период на изпълнение на проекта, считано от датата на сключване на договор с избрания изпълнител до края на третия месец след приключване на проекта.
- При подготовката на КПИП се отчитат всички изисквания по отношение на мерките за информация и публичност, заложи в Регламент 1828/2006, Комуникационната стратегия на НСРР, както и добрите практики в областта на връзките с обществеността.
- КПИП трябва да съдържа като минимум следните елементи: цели, целеви групи, план за действие, индикативен бюджет, комуникационни канали, количествени индикатори за изпълнение, наблюдение и отчетност, както и определеното административно звено/експерт, отговорно за изпълнението на КПИП.
- КПИП трябва да бъде подпечатан и подписан от отговорните лица от страна на изпълнителя.
- Липсата на одобрен КПИП от страна на УО на ОПТ не освобождава бенефициента, а когато е приложимо и избрания изпълнител, от задължението за изпълнение на мерките за информация и публичност за инвестиционни проекти, предвидени за съфинансиране от Европейския фонд за регионално развитие или Кохезионния фонд на ЕС.

Процедура за утвърждаване на КПИП, когато задължението за подготовка и изпълнение на КПИП е прехвърлено на контрактирания изпълнител

- Избраният изпълнител разработва КПИП в срок до един месец след сключване на договор с бенефициента.
- Разработеният КПИП се изпраща на електронен и хартиен носител за съгласуване с инженер-консултанта. В случай на постъпили препоръки от страна на инженер-консултанта, избраният изпълнител ги отстранява в срок от 5 дни от получаване на коментарите.
- Съгласуваният от инженер-консултанта КПИП се изпраща на електронен и хартиен носител за преглед на бенефициента. Срокът за съгласуване или изготвяне на препоръки, при констатиране на недостатъци в документа, е 5 дни от получаване на КПИП. В случай на постъпили коментари от страна на бенефициента, избраният изпълнител ги отстранява в срок от 5 дни от получаването им.
- Съгласуваният от бенефициента КПИП се изпраща на електронен и хартиен носител за преглед от УО на ОП «Транспорт». В срок от 10 дни от получаване на документа, сектор «Информация и комуникация» извършва преглед на КПИП с помощта на контролен лист за оценка. Първата контрола се извършва от експерт от сектор «Информация и комуникация». Втората контрола се извършва от началника на сектор «Информация и комуникация».
- В случай, че проверката на сектор «Информация и комуникация» установи, че КПИП не отговаря на изискванията, документът се връща чрез бенефициента на изпълнителя за отразяване на коментарите на УО на ОПТ. Изпълнителят актуализира КПИП в срок от 10 дни от получаване на забележките.
- В случай, че сектор «Информация и комуникация» оцени КПИП като приемлив, в тридневен срок се изготвя доклад до Ръководителя на УО на ОПТ с предложение за одобрение на КПИП, към който са приложени КПИП и попълнен Контролен лист за оценка на КПИП на инвестиционен проект. Формат на доклад за оценка на КПИП, финансиран от ОПТ, е представен в Приложение № 1.
- След одобрението на КПИП, пълната документация, включваща разменената кореспонденция, оригинала на одобрения КПИП, попълнения Контролен лист за оценка и

одобрения от Ръководителя на УО на ОПТ доклад, се съхранява от сектор «Информация и комуникация»

- УО на ОПТ уведомява в тридневен срок писмено бенефициента, че КПИП е одобрен от Ръководителя на УО на ОПТ.
- Бенефициентът в тридневен срок от получаване на уведомлението на УО на ОПТ, се задължава да информира писмено изпълнителя и инженер-консултанта, че КПИП е одобрен от УО на ОПТ и утвърден от бенефициента.

Процедура за утвърждаване на КПИП, изготвян от бенефициента

- Изработеният от бенефициента КПИП се изпраща на електронен и хартиен носител за преглед от УО на ОП «Транспорт». В срок от 10 дни от получаване на документа, сектор «Информация и комуникация» извършва преглед на КПИП. Първата контрола се извършва от експерт от сектор «Информация и комуникация». Втората контрола се извършва от началника на сектор «Информация и комуникация».
- В случай, че проверката на сектор «Информация и комуникация» установи, че КПИП не отговаря на изискванията, документът се връща на бенефициента за отразяване на коментарите. Бенефициентът актуализира КПИП в срок от 10 дни от получаване на забележките.
- В случай, че сектор «Информация и комуникация» оцени КПИП като приемлив, се изготвя в тридневен срок доклад до Ръководителя на УО на ОПТ с предложение за одобрение на КПИП, към който са приложени КПИП и попълнен Контролен лист за оценка на КПИП на инвестиционен проект.
- След одобрението на КПИП, пълната документация, включваща разменената кореспонденция, оригинала на одобрения КПИП, попълнения Контролен лист за оценка и одобрения от Ръководителя на УО на ОПТ доклад, се съхранява от сектор «Информация и комуникация»
- УО на ОПТ уведомява в тридневен срок писмено бенефициента, че КПИП е одобрен от Ръководителя на УО на ОПТ.

Процедура за утвърждаване на КПИП в случаите, когато се изготвя от бенефициента и от избраните изпълнители

- Във формуляра за кандидатстване по проекта се отбелязва задължително, че мерките по информация и публичност ще бъдат изпълнявани и от бенефициента, и от избраните изпълнители, като се посочва разпределението на основните дейности по информиране и публичност, както и тяхното разпределение между бенефициента и избраните изпълнители.
- В подготвената тръжна документация за възлагане на обществена поръчка за избор на изпълнител се посочват задълженията по информация и публичност, които изпълнителят ще извършва, като се изисква в представените ценови оферти отделно перо, предвидено за изпълнение на мерките по информация и публичност.
- Бюджетът по информация и публичност, посочен във формуляра за кандидатстване, не може да надвишава сумарно всички разходи (на изпълнителите и на бенефициентите), извършвани по отношение изпълнението на мерките по информиране и публичност.
- Процедурата за одобрение на КПИП на избрания изпълнител се осъществява по реда на процедурата за утвърждаване на КПИП, когато задължението за подготовка и изпълнение на КПИП е прехвърлено на контрактирания изпълнител

- Процедурата за одобрение на КПИП на бенефициента се осъществява по реда на процедурата за утвърждаване на КПИП, изготвян от бенефициента
- След одобрението на всеки КПИП по проекта, пълната документация, включваща разменената кореспонденция, оригинала на одобрения КПИП, попълнения Контролен лист за оценка и одобрения от Ръководителя на УО на ОПТ доклад, се съхранява от сектор «Информация и комуникация».
- УО на ОПТ уведомява в тридневен срок писмено бенефициента за всеки отделен КПИП по проекта, че КПИП е одобрен от Ръководителя на УО на ОПТ.

Матрица на комуникационен план

Комуникационният план се изготвя съгласно сключения договор за безвъзмездна помощ по Оперативна програма “Транспорт” 2007-2013 г., на база Наръчник за управление и изпълнение на програмата както и Ръководство за изпълнение на мерките за информация и публичност. Всички дейности по комуникационния план следва да бъдат съгласувани и утвърдени първо от Възложителя и след това предоставени за окончателно одобрение от УО на ОПТ. По-долу е приложено примерно съдържание на Комуникационен план на инвестиционен проект.

Дейностите, разписани в комуникационния план, трябва да покриват целия период на изпълнение на проекта, и/ или периода на действие на договора с избрания изпълнител.

Цели на Комуникационния план на инвестиционен проект:

Целите на проекта трябва да са съобразени с неговата специфика, както и с ролята му в развитието на даден регион. Целите на КПИП задължително трябва да включват като минимум следните цели:

- Подчертаване ролята на Общността за изпълнението на проекта
- Информирание за източника на европейско съфинансиране (наименованието на конкретния съфинансиращ фонд)
- Информирание, че проектът се финансира по ОП „Транспорт”
- Осигуряване на публичност и прозрачност на проекта и неговите дейности
- Специфичните цели на КПИП, свързани с реализирането на конкретния проект.

Целеви групи:

- Широка общественост
- Населението в района на изграждане на проекта
- Специализирани професионални групи (инженери, строители, специалисти по жп строителство, специалисти по строителство на мостове, групи, свързани с охрана на околната среда)
- Държавна и общинска администрация
- Представители на медиите
- Организации за опазване на околната среда
- Неправителствени организации
- Други организации

Комуникационни канали:

- информационни агенции
- национални медии (печатни, ТВ и радио)
- регионални медии (печатни, ТВ и радио)

- интернет медии
- специализирани издания

Комуникационни инструменти:

1. Изготвяне на информационни брошури

- за публични събития -официална церемония „Първа копка” или „Рязане на лента”
- за отделните етапи на проекта

2. Работа с медиите

- Разработване на медиен набор от материали (за медиите)
- Създаване на Медиен план
- Редовно актуализирани прессъобщения и доклади за състоянието на обекта и/или отделни изявления
- Избор на говорители
- Допълнителна информация
- Интервюта
- Въпроси и отговори
- Планове на послания (заедно с насоки как се планират посланията)
- Основни изображения
- Обяви и реклами (ако е необходимо)

Сред основните средства за предоставяне на информация в медиите са:

- Прес-съобщение (прес-рилийз)
- Прес-папка
- Интервю

Информацията в медиите е най-обективният начин за информиране на целевите групи, при който съществува най-малък риск от недоразумения или дори от съзнателно преиначаване на информацията. Информацията се подава периодично в общонационалния специализиран печат или в регионалния печат с цел информиране на обществеността.

Медиите трябва да бъдат информирани за състоянието на проекта при следните събития:

- Церемония по официалното подписване на договора
- Церемония „Старт на проекта”
- Представяне на Идейния проект
- Церемония „Първа копка”
- Публично отчитане на извършената работа през първата година
- Церемония „Рязане на лента”

Изпълнителят поема ангажимент, че всяко планирано интервю по теми, свързани с проекта, ще бъде предварително съгласувано с Възложителя и с УО на ОПТ.

- ##### **3. Избор на говорители:** говорители по проектите са представители на бенефициента, финансиращия орган, правителствени служители, експерти, представители на местната власт и др., извършващи дейност по проект.

4. Публични събития

Публични събития се организират в случай на значими поводи, с цел информиране на обществото, чрез използване на медиите. Основни публични събития по инвестиционен проект са:

- ☛ Церемония по официалното подписване на договора

- ☞ Церемония „Старт на проекта”
- ☞ Церемония „Първа копка”
- ☞ Церемония „Рязане на лента”

Дейностите по организирането на публични събития се осъществяват от Изпълнителя, в тясно сътрудничество и координация между Възложителя и УО на ОПТ.

5. Рекламни и информационни материали по проекта.

6. График на дейностите по КПИП

Дейност	Период	Отговорник	Комуникационни канали	Комуникационни инструменти	Целеви групи	Индикатори за оценка (брой)

Част 3

Правила за съставяне на бюджет на КПИП

Индикативен бюджет за изпълнение на КП

Комуникационният план трябва да бъде практичен и приложим документ. В него трябва да се поставят постижими цели и за да се постигне тяхната реализация трябва да се направят реални разчети за необходимите финансови и човешки ресурси за всяка заложена дейност.

Изготвянето на бюджета трябва да следва логическата последователност на предвидените в проекта дейности. Всяка дейност се ценообразува въз основа на цените, валидни в момента на изготвяне на бюджета, като се има предвид очакваната инфлация. Индикативен бюджет за изпълнение на КП на дългосрочни проекти може да бъде разделен на етапи или по финансови години.

Заявеният бюджет в КПИП не може да бъде изразходван за нищо друго, освен за изпълнението на мерките по информиране и публичност, съгласно одобрения КПИП. Индикативният бюджет трябва да отговаря на поставените цели в КПИП и да съответства на предвидените за изпълнение мерки по информиране и публичност.

Разходите в бюджета обикновено се разделят на:

- Консултанти** - Тази част предвижда средства за ползването на услуги на експерти и специалисти извън рамките на организацията. При изготвянето ѝ трябва да посочите какъв вид услуги и експертна работа са необходими и времето (часове, дни, месеци), което се предвижда за тях.
- Публични събития** - Разходи за организация на официални церемонии. За всяка проява определете вида на срещата, продължителността и мястото на провеждане, броя на участниците и други.
- Производство на рекламни и информационни материали и билборд** - Крайната цена за производство на всички информационните материали се образува на база дизайн, предпечат и печат на продукцията. Билборд кампаниите включват освен горните разходи и такива за производство на винил и наем на съображения.
- Други разходи**

Всички разходи, които касаят допълнителни дейности по проекта, като:

- * превоз и наем за оборудване и съоръжения на оборудване;
- * превод (цена на час);
- * наем за зали, наем на техника и т.н.

При индикативното определяне всички разходи трябва да бъдат разчетени съобразно съответните пазарни цени, без съзнателно да бъдат завишени.

Част 4

Работа с медиите при инвестиционен проект

Бенефициентът координира с Управляващия орган планираните от него и/или изпълнителя комуникационни дейности. Той е длъжен да координира с УО всички съобщения до средствата за масово осведомяване, анонси за стартиране на тръжни процедури и информация за приключените такива, касаещи проектите, които да бъдат публикувани на www.optransport.bg.

Медиите са основният комуникационен канал за ефективното информационно покритие и важно средство за изпълнение на мерките за информация и публичност на ОПТ. Официалното стартиране на проекти и важните етапи от тяхното изпълнение трябва да бъдат обект на планирани информационни мерки и събития, особено по отношение на регионалните медии (преса, радио и телевизия). **Цялостният процес на комуникация с медиите трябва да съдържа основните правила по отношение на технически характеристики, касаещи информацията и публичността. Съгласно чл.9 от Прилагащия регламент.**

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 системното им обучение, което да гарантира по-доброто разбиране и адекватното и представяне в публичното пространство. 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.

При работа с журналисти, трябва да се вземе под внимание вида на медиите, тяхната специфика и редакционната им политика.

Видове медии

- Информационни агенции

- Печатни медии (вестници и списания, всекидневници и седмичници, специализирани, национални и регионални)
- Електронни медии (радио и телевизия, национални, регионални, местни, кабелни оператори, частни и обществени)
- Интернет медии.

Специфика на отделните видове медии

<u>Вестници и списания</u> - <i>повече подробности, по-скоро аналитични, коментарни</i> - <i>могат да се запазят и препрочитат</i> - <i>широко са разпространени</i>	<u>Радио</u> - <i>гъвкавост, лесно достига до целеви аудитории</i> - <i>по-скоро за развлечение</i> - <i>въздействието на звука</i> - <i>ниски разходи</i>
<u>Телевизия</u> - <i>най – силен емоционален ефект – звук и образ</i> - <i>лесен и широк достъп</i> - <i>високи разходи</i>	<u>Интернет медии</u> - <i>четенето на екран v/s хартия</i> - <i>лесен достъп, но и проблеми с Интернет – скорост, компютър</i> - <i>липса на ограничения за размера и вида на текста</i> - <i>съчетава всички останали медии</i> - <i>ниски разходи.</i>

Преди да се започне работа с медиите:

- Съберете обща информация за спецификата на медиите във вашия регион
- Определете ясно целите и конкретните си целеви групи, до които искате да достигнете
- Формулирайте ясни и точни послания
- Определете говорители и съгласувайте с тях общия тон и послания.

Възможности за комуникация с медиите:

- Представяне на предварителна информация за събития и дейности, свързани с проекта;
- Предоставяне на материали, улесняващи разбирането на журналистите за дейността и целите на проекта;
- Предоставяне на списък с въпроси (проблеми) на медиите, които смятате за важни за вашата дейност/събитие
- Търсене на информация от медиите, за въпроси (проблеми), които са от особен интерес за тях.

Механизми за комуникация с медиите:

- Търсене, идентифициране и анализиране на проблемните въпроси, за които със сигурност ще ви питат
- Намиране на най-точния, верен и същевременно позитивен за посланието ви отговор
- Търсене на специалисти, които да доказват правотата на политиката и действията на вашата организация (трети говорители)

- Анализ на направеното до момента и начини за подобрене

Средства за комуникация с медиите:

- Прес-съобщения
- Информации (покани) за предстоящи събития
- Разширени съобщения (подробни материали)
- Нагледни материали-снимки, графики, таблици
- Материали от медии, показващи дейността на организацията-бенефициент
- Пакети-множество и различни материали по дадена тема
- Писма на граждани-с позитивни отзиви или конкретни въпроси, които ви помагат.
- Аудио и видео материали
- Пресконференции
- Присъствие в редакциите - срещи
- Лични контакти - индивидуални срещи.

Правила за подготовка на интервю

- Бъдете информиран
- Бъдете спокоен
- Бъдете кратък
- Само отговорите имат значение, въпросите – не
- Уважавайте своя опонент
- Не се опитвайте да кажете много неща наведнъж
- Завършвайте мисълта си

Винаги трябва да се посочва името на проекта, бенефициент и УО, както и частта на отпуснатата помощ от съфинансиращия фонд и финансовия принос, съответно на Европейския съюз и на Р България.

- ➞ Поискайте предварително въпросите или поне предварителен разговор по основните теми на интервюто (понякога, но относително рядко, журналистите се съобразяват с въпросите, които сте им подготвили).
- ➞ Уточнете дължината на интервюто, за да подготвите отговорите си. Определете основното послание и бъдете готови да го представите независимо какво ви питат. Подгответе факти и данни в негова подкрепа. Подредете посланието си по важност, а не хронологично - тръгнете от новината или от общозначимото към подробностите. Изключително добре би било да нахвърляте/научите определени ключови фрази (опорни точки), които могат да ви водят и подсещат с кратък поглед върху листа. Проблемът е телевизията, където не трябва да се взирате в листа пред себе си. Бъдете спокойни и уравновесени. Говорете учтиво и с доброжелателен тон, като постоянно мислите каква е целта на интервюто.
- ➞ Не се впускайте в подробна предистория, отговаряйки на конкретен въпрос. Избягвайте дългите, обстоятелствени изречения. Не включвайте в отговора си въпроса или подадени от журналиста фрази. Не оценявайте излишно въпроса (напр. "това е много интересен въпрос...").
- ➞ Ако не можете или не желаете да отговорите на даден въпрос, най-добре е да го кажете. Ако е подходящо, изразете готовност да се подготвите и отговорите друг път. Винаги можете да избягате от неудобно положение с фразата "Това е много точен въпрос, за който Ви благодаря, но позволете ми първо да довърша/ да Ви насоча към..." Така имате възможност да продължите по важните точки от вашето изложение.

- ☛ Помолете да видите текста или запис на интервюто преди да излезе. Предложете да сверите местата, където сте цитирани дословно, или някои важни имена, факти и други.

Част 5

Официални церемонии

Планирането на церемониите „Първа копка” и „Рязане на лента” изискват предварителна подготовка, съобразена със сезона, официалните гости и броя на участниците, логистиката и сътрудничеството на националните и регионални медии. По-долу са предложени модели за планиране на успешни церемонии за „Първа копка” и „Рязане на лента”.

Планиране на церемонията

1. Определете дата и час за церемонията. Имайте предвид на първо място графика на официалните лица и основните говорители на събитието.
2. Направете програма за събитието – списък със задачи (check-list).
3. Съставете списък с лицата, които ще поканите. Освен представители на вашата организация (домакин), поради значението на обектите по ОПТ, те трябва задължително да включват и представители на държавните институции: изисква се да бъдат поканени Ръководителят на постоянното представителство на ЕК в България, министър председателят на Република България, Комисията по европейските въпроси и контрол на европейските фондове в Народното събрание, Комисията по транспорт, информационни технологии и съобщения към Народното събрание, министърът на транспорта, информационните технологии и съобщенията, министърът по управление на средства от ЕС, областният управител на съответната област и кметът на общината, на чиято територия е обекта, както и медии – национални и регионални. Освен тях могат да бъдат включени и други представители на общината, местните браншови организации и групи за икономическо развитие, служители от компаниите, изпълнители на обекта и др.
4. Проверете поне седмица по-рано прогнозата за времето. Съставете си резервен план в случай на лошо време, като напр. кратък вариант на същинската церемония за официалните лица на открито, а след това продължете на закрито или под тента. Ако времето не позволява никаква церемония на открито, помислете за вариант да промените датата или да отмените събитието. Ако това е невъзможно, организирайте всичко на закрито.
5. Изпратете покани до участници по пощата, обадете се за потвърждение по телефона и изпратете електронна покана по имейл. Ако целите присъствието на повече хора, тогава може да публикувате кратка покана в местен вестник или да направите официално съобщение по радиото и телевизията.
6. Обадете се за потвърждение на всеки от поканените. Уверете се, че всеки, от когото се очаква да говори или прави нещо на събитието, разбира ролята си в програмата и знае колко време ще му бъде нужно. При нужда, съдействайте при подготовката на официалните изказвания.
7. Осигурете свещеник за освещаване на обекта.
8. Организиране на забавна програма *(ако е необходимо)*.
9. Направете подробен работен сценарий на събитието и го изпратете на всички, които ще вземат участие в него.
10. Пазете архив от всички потвърждения за участие за логистични цели. Ако отпадне участието на програмен говорител в последния момент, имайте алтернативен говорител, който да заеме неговото място.

Подготвяне на церемонията

1. Набавете комплект за правене на „Първа копка” и „Рязане на лента”.
2. Направете табелки с имената на всички официални лица, които ще присъстват на събитието, за да могат лесно да бъдат идентифицирани. Осигурете им придружител.
3. Осигурете въже или панделка за маркиране на обекта и предпазни каски за церемонията.
4. Декорирайте и украсете пространството поне един час преди началото на събитието.
5. Осигурете освежаващи напитки, ако събитието ги изисква. Ако ли не, се уверете, че поне има прясна вода за говорителите.
6. Наемете тента, ако е необходимо. Уверете се, че е издигната няколко часа преди началото на събитието.
7. Уверете се, че на мястото има работещ агрегат за осигуряване на необходимото захранване.
8. Доставете звукова уредба. Уверете се, че е настроена и тествана преди старта на церемонията.
9. Поставете кошчета за боклук, ако това е приложимо. Проверете дали те са на видно място преди започването на събитието.
10. Ако планирате церемонията да продължи повече от час и се провежда в извъннаселено място, осигурете химическа тоалетна.
11. Маркирайте мястото на копката с въже или флагчета, за да бъде лесно различимо. Поставете пластмасово или дървено покритие за пътека, за да предпазите участниците, ако мястото е кално.
12. Уверете се, че всички участници в събитието имат каски, ако обектът го изисква.

Контролен лист (check-list) за организация и провеждане на публично събитие

Задача	Отговорник	Срок	Забележка
ОБЩА ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДИ СЪБИТИЕ			
Определяне на целите на събитието /информационни, официални, образователни или др./			
Формулиране на съобщенията и посланията, които трябва да бъдат комуникирани чрез събитието			
Определяне на участниците в събитието /представители на делегацията на ЕК, на Изпълнителната агенция, на крайния бенефициент, на социално-икономически партньори, неправителствени организации и др./			
Определяне на мястото и дата за провеждане на събитието			
Изготвяне на списък на гостите и представителите на медиите, които ще присъстват			
Подготовка на работен сценарий: определяне на участниците и кореспонденция с тях			

Подготовка и изпращане на покани до участниците			
Определяне на водещ на събитието			
ПОДГОТОВКА			
Планиране на разположението на присъстващите на мястото на събитието ▪ Осигуряване на транспорт и места за паркиране ▪ Осигуряване на фото и видео заснемане на събитието ▪ Осигуряване на озвучаване и осветление на мястото за провеждане на събитието ▪ Осигуряване на презентационна техника			
Музикално оформление на събитието			
Осигуряване на нужните консумативи (<i>лента, комплект за Първа копка, шампанско, питка с мед и др. по избор</i>)			
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			
Подготовка на указателни табели			
Сцена (подиум)			
Кетъринг			
Тренинг на основните говорители			
Свещеник			
Осигуряване на посрещане на гостите			
PR И ВРЪЗКИ С МЕДИИТЕ			
Покана до журналисти			
Подготовка на пресkit, съдържащ съобщение за медиите, печатни информационни материали и др			
Организация на интервюта по заявка			
Регистрация на присъстващи журналисти			
СЛЕД СЪБИТИЕТО			
Пълен медиен мониторинг и контент анализ			

Отчет (заедно със снимков или видеоматериал)			
--	--	--	--

Работен сценарий за „Първа копка”

Провеждане на церемонията

1. Обадете се на участниците за проверка преди церемонията.
2. Проверете дали всички участници са на определените за тях места преди началото на церемонията.
3. Направете снимки от събитието, включително обща снимка на участниците (за архив и за медиите).
4. Следете хода на програмата от началото до края.
5. Погрижете се за почистване на пространството след края на събитието.

Протокол

1. Официални слова
 - Първо говори домакинят, след това министър председателят и след това другите официални лица по йерархичен принцип.
2. Първа копка
 - Извършва се от домакина, заедно с представител на държавните институции (министър, кмет и пр.)

Контролен лист „Първа копка”

Дейност	Времеви график	Отговорник	Бележки
Начало			
Посрещане на гостите			
Уточняване на сценария			
Комплект за Първа копка			
Украса на пространството			
Проверка на микрофоните (Sound check)			
Репетиция (забавна програма)			
Същинска част			
Приветствия и официални слова			
Извършване на Първа копка			
Церемония по освещаване на обекта-свещеник <i>(всички</i>			

<i>присъстващи трябва да бъдат обърнати на изток)</i>			
Разбиване на бутилка шампанско в основите на строежа или върху борда на копаещата машина - фадрома (заедно със свещеника – всички, <i>обърнати на изток</i>)			
Официално обявяване на името на проекта, целите и финансиращите институции			
Чупене на чапите с шампанско в основата на обекта			
Финал			
Забавна/Музикална програма (<i>по избор</i>)			Вокална или инструментална
Фотосесия на участниците (обща снимка)			
Коктейл			

Работен сценарий за „Рязане на лента”

Провеждане на церемонията

1. Отпечатайте плакати и листовки и ги поставете на видни места в града или общината: в училища, магазини, поща и др.
2. Поканата до участниците трябва да включва името на събитието, дата и час, място и името на високопоставеното лице, което ще пререже лентата.
3. Голяма ножица и менче с вода и здравец.
4. Купете подходяща лента за церемонията – български трибагреник.
5. Обадете се на участниците за проверка преди церемонията.
6. Проверете дали всички участници са на определените им места преди началото на церемонията.
7. Направете снимки от събитието, включително обща снимка на участниците (за архив и за медиите).
8. Следете хода на програмата от началото до края.
9. Погрижете се за почистване на пространството след края на събитието.

Протокол

1. Официални слова
 - Първо говори домакинът, след това министър председателят и след това другите официални лица по йерархичен принцип.
2. Рязане на лента
 - Обикновено се извършва от домакина, заедно с официален гост – представител на държавните институции (министър, кмет и пр.)

- Поради значимостта на обектите, финансирани по ОПТ, трябва да се осигури лентата с българския трибагреник .
- Най-много трима души могат да отрязват лентата. Това става или едновременно или лентата се разделя на 3 равни части. Всеки участник да разполага със собствен чифт, които срязва едновременно с другите двама.

Контролен лист „Рязане на лента”

Дейност	Времеви график	Отговорник	Бележки
Начало			
Посрещане на гостите			
Уточняване на сценария			
Комплект за Рязане на лента			
Украса на пространството			
Проверка на микрофоните (Sound check)			
Репетиция (забавна програма)			
Същинска част			
Приветствия и официални слова			
Официално обявяване на името на проекта, целите и финансиращите институции			
Церемония по освещаване на обекта-свещеник <i>(всички присъстващи трябва да бъдат обърнати на изток)</i>			
Разрязване на лентата			
Плискане на менче с вода			
Финал			
Забавна/Музикална програма <i>(по избор)</i>			Вокална или инструментална
Фотосесия на участниците (обща снимка)			

Коктейл			
---------	--	--	--

Подготовка на прессъобщение за публично събитие

Общоприетата практика изисква прес-съобщенията да се изпращат до всички журналисти по предварително подготвен медиен лист, включващ национални и регионални медии, (печатни, електронни и Интернет) по едно и също време, съобразено с работата на редакциите (обикновено до 14.00 ч.). Съобщението е добре да бъде изпратено в деня на събитието или рано на другия ден.

Елементи на прессъобщението:

Заглавие

Всяко прессъобщение трябва да има заглавие – то е синтез на основната информация и поради това е един от най-важните негови елементи. То трябва да е стегнато и силно, добре е в него да има глагол и да показва ползата за читателя. Заглавието на Вашето прессъобщение трябва да бъде точно това, което самите Вие очаквате да видите в медиите.

Населено място, дата, първи параграф

В началото на прессъобщението трябва да става ясно в кое населено място се случва това, за което пишете и на коя дата. Първият параграф трябва да бъде написан ясно, с кратки изречения, без използването на много обяснителни елементи. В него повторете информацията от заглавието. Избягвайте прилагателни и епитети, използвайте повече съществителни и глаголи. Този параграф не трябва да бъде повече от 25-30 думи. За да грабнете вниманието, трябва да казвате нещо ново, нещо интересно, да използвате повече факти, а не обяснения. Например, подчертайте ако нещо се случва за първи път, за колко хора се отнася, от колко години се прави и т.н. Обективната информация, лишена от емоции, е най-верният път към медиите.

Втори параграф

Отговорете на 6-те основни въпроса – кой, какво, кога, къде, защо и как. Например ако пишете за събитие, напишете датата, на която то се случва, мястото, кого очаквате там, защо го правите. Добре е да включите цитат на конкретен човек – известна личност, директора на Вашата организация, представител на институцията, която Ви подкрепя и/или друг човек в зависимост от повода, по който пишете прессъобщението. Напишете точното му име и длъжност. Ако информирате медиите за събитие, първа копка, рязане на лента и др. напишете точните имена и длъжности на основните говорители, като ги представите йерархично. Така спазвате протокола (при присъствието на представители от управлението, финансиращите програми и експерти) и същевременно помагате на медиите да се ориентират за важността на събитието, както и за да бъдат максимално коректни, когато предават информация, предоставена от Вас.

Придържайте се към кратки изречения и параграфи. Един параграф не трябва да бъде повече от 3-4 изречения. Доброто прессъобщение трябва да бъде не повече от 500 до 800 думи. Задължително проверявайте преди да го разпространите за правописни и граматически грешки и за правилното изписване на имената. Най-важните неща подчертайте с почернен шрифт (bold).

Последен параграф

В края на прессъобщението, поставете хипервръзка към информацията за Вашата организация или проект. Това е необходимо, за да получат медиите по-добра представа за източника на информация, неговата достоверност, авторитет, основна дейност, органи на управление и начини на финансиране.

Отдолу напишете към кого да се обърнат медиите за допълнителна информация – име, длъжност, телефон, електронна поща, интернет страница.

Част 6

PR управление на кризи

Публикуване на актуална информация за проекта, Бенефициента, изпълнителя (сайта на проекта)

Мерки за информация и публичност

PR управление на кризи

В рамките на големи проекти от национална значимост, често е възможно да се стигне и до непланирани ситуации, изискващи информирането на обществеността. Най-често това са:

- Негативни новини или недоволство на общественото мнение (евентуално неизплатени отчуждения, промяна на достъп до собствени имоти и др.)
- Негативни събития в процеса на строителство: сериозни инциденти, закъснение при изпълнението на работите и под. (затруднено движение, активни действия на екологични организации и др.)

В такива ситуации Изпълнителят е длъжен да информира Възложителя при първи прояви на негативни информации, с оглед организиране на адекватен план за реакция. При кризисния PR е добре да се следват следните принципи:

- Избира се официален говорител и се следва принципа “Един глас” – т.е. представителите на организацията поддържат една и съща версия за случилото се, като не допускат противоречиви данни, създаващи условия за слухове.
- Пълни разкрития, без поемане на вината. Особено важно е да не се закъснява с даването на информация за случилото се, защото това може да се окаже фатално за организацията. Затова максимално бързо се дава цялата възможно информация, касаеща ситуацията, без обаче да се поема вина за нея.
- Уточняване на подготвените материали с помощта на експерти и юристи
- Подготовка на основни информации, не по-късно от един час след кризисното събитие. Цялата информация да бъде точна и потвърдена от няколко източника.
- Да не се дават имена на засегнати и/или пострадали от събитието, ако няма доказателства и докато не са уведомени за това свързаните с тях близки хора и организации.
- Изготвяне на бюлетин за развитието на кризата по часове и дни
- Да се отговаря на всички телефонни запитвания с точна информация
- Да се снабдяват с информация тези групи, при които могат да възникнат слухове
- Указания за служителите на организацията да не правят несъгласувани изявления пред представители на медиите
- Определя се едно място, където да се съберат всички медии.

Публикуване на актуална информация за проекта, Бенефициента, изпълнителя (сайта на проекта)

- Бенефициентът публикува на своя интернет сайт, актуална информация, свързана с дейностите по информация и публичност, осъществявани в рамките на проекта, включваща всички страни, участващи в реализацията на проекта и линкове към интернет страницата на

ЕС и интернет страницата на оперативна програма “Транспорт”. Същата трябва да бъде предоставена за съгласуване и одобрение от сектор “Информация и комуникация”. При всяко по-значимо ново събитие (начало на изпълнение на нова фаза от проекта, приключване на значим подобект, начало на работите по електрификация и под.) Бенефициентът трябва да извършва актуализация на информацията за проекта на интернет страницата си.

Мерки за информация и публичност

Дейностите, които се изпълняват, с цел постигане на идентифицираните цели в КП могат да бъдат групирани в мерки за информация и публичност. Те се изпълняват чрез различни комуникационни инструменти и целят достигане до различните целеви групи, идентифицирани в плана. Мерките за информация и публичност са следните:

- Кампании и публикации в печатни и електронни медии
- Печатни и аудиовизуални материали
- Информационни събития – пресконференции, официални събития, семинари, дискусии и

Архив на документи, свързани с изпълнението на мерките по информация и публичност на проекти, финансирани от ОП „Транспорт”

Документите се съхраняват в папка тип „Класъор”, отделна за всеки бенефициент. Когато бенефициентът има повече от един инфраструктурен проект, финансиран от ОП Транспорт, документите се съхраняват в отделни папки за всеки един проект.

- Разменена кореспонденция по електронен път за съгласуване на всяка комуникационна дейност по проекта
- Разменена кореспонденция по електронен път за съгласуване на рекламни и/или информационни материали по проекта, преди тяхното изработване (брошури, дипляни, информационни табели, билбордове, упоменателни табели и др.)
- Комуникационен план на инвестиционен проект- оригинал
- Разменена кореспонденция при одобрение и/или коментари върху Проекта на Комуникационен план на инвестиционен проект
- Доклад от сектор „ИК” за одобрение на комуникационния план на инвестиционен проект – оригинал
- Отчет за изпълнението на мерките за информация и публичност на инвестиционен проект, финансиран от ОП „Транспорт” 2007-2013 г. и Контролен лист към Отчета
- Снимков материал, доказващ провеждането на публичните събития – на оптичен носител;
- Ежедневен медиен мониторинг на публикациите и излъчванията в печатните и електронните медии – на оптичен носител;
- Контент анализ на месечна база на медийния мониторинг – на оптичен носител;
- Доклади, анализи препоръки от проведени социологически проучвания;
- Мостри (по 1 бр.) на изнесени презентации, изработени рекламno-информационни материали по ОП Транспорт;

Глава 5

Отчитане и мониторинг на мерките за информация и публичност

- ✓ Регулярност и минимални изисквания към съдържанието на отчетите/докладите за изпълнението на мерките за информация и публичност
- ✓ Количествени индикатори за изпълнение на комуникационните дейности
- ✓ Доказателствени материали

Мониторингът на изпълнението на мерките за информация и публичност е задължително изискване за Оперативна програма Транспорт, Структурните фондове и Кохезионния фонд. Чрез него ОУ на ОПТ се отчита пред ЕК изпълнението на мерките за информация и публичност.

Мониторингът и оценката на дейностите за информация и публичност са изискване на ЕК, заложено в регулациите за информация и публичност. Бенефициентите трябва да координират всички отчети на комуникационни дейности със сектор „Информация и комуникация”, ситуиран в УО на ОПТ.

Мониторингът по своята същност представлява наблюдение на развитието на проекта, основано на систематично и регулярно анализиране и използване на информация за целите на оперативния контрол. Той е управленска дейност, която сравнява осъществения напредък с първоначалния план, за да бъдат дейностите релевантни на резултатите и да бъдат идентифицирани препятствията и трудностите при изпълнение на проекта.

Мониторинг се осъществява на база на редовни отчети, които следва да бъдат насочени към ресурсите, дейностите и резултатите, определени в проектното предложение. Той е инструмент за контрол, чрез който ЕС проверява дали даден проект се движи в правилната посока и отговаря на заложените мерки от Европейската комисия.

За постигане на оптимален резултат от комуникационните дейности на проекта е нужно експертите, отговарящи за тях, да имат регулярен контакт, да работят ефективно със заинтересованите страни и целеви групи на проекта както и да ги включват в отделните инициативи. Вътрешният мониторинг трябва да е ежедневна дейност на експертите по комуникация на бенефициента, а външният се осъществява от експертите на Управляващия орган на програмата.

Регулярност и минимални изисквания към съдържанието на отчетите/докладите за изпълнението на мерките за информация и публичност

Отчетите/докладите за изпълнението на мерките за информация и публичност измерват напредъка, постигнатите резултати, оценката на разхода, посоката на движение на проекта и нуждата от евентуални промени при работа в риск. Ефективното наблюдение, чиято неизменна част е подготовката на отчет на всички фази по комуникация и публичност на проекта, е основна гаранция на оптималното изпълнение на всяка една от дейностите.

При съставянето на отчети по проекта предварително се изиска поддържане на пълна база данни за документирани на проектните дейности; спазване на времевите графици; непрекъсната проверка на съответствието между планирани и реализирани дейности; съответствие между целите и дейностите; спазване на правилата за информация и публичност и прозрачност и пр.

PR експертите докладват за извършените дейности по комуникация и публичност по проекта чрез регулярни доклади. Препоръчително е да се изготвят кратки отчети всеки месец, касаещи напр. проведено събитие или извършени PR и рекламни кампании от заложените дейности по проекта. Основни доклади трябва да се изготвят в периоди от три и шест месеца, до финализиране на проекта, когато се подготвя финален отчет.

Отчетните доклади следва да бъдат предоставени от бенефициентите на Управляващия орган са: **тримесечни, годишни и окончателни**. Докладите се публикуват в съответния срок на интранет страницата на ОПТ www.optransport.bg в рубриката „Отчети”.

Тримесечни отчети

За целите на текущата и финалната отчетност, бенефициентите трябва да представят на Управляващия орган **тримесечни отчети за изпълнението на мерките за информация и публичност на инвестиционни проекти**, предвидени за финансиране от ОП „Транспорт”. Отчетите трябва да постъпват в УО на ОПТ както следва:

- за периода **януари-март** – до 10 април на текущата година;
- за периода **април-юни** – до 10 юли на текущата година;
- за периода **юли – септември** – до 10 октомври на текущата година;
- за периода **октомври – декември** – до 10 януари на следващата година..

Тримесечните отчети трябва да **включват информация за напредъка в изпълнението на КПИП**, както и за извършените дейности в областта на информацията и публичността от страна на инженер-консултанта и на бенефициента. Отчетите трябва да бъдат придружени с **контролен лист**, като първата контрола се погълва от бенефициента. Първият тримесечен отчет трябва да включва и периода от датата на сключване на договор с избрания изпълнител.

УО извършва проверка на съдържанието на тримесечните отчети с помощта на контролния лист, който е погълнат от бенефициента. При констатирани несъответствия или недостатъчна информация в тримесечния отчет, УО на ОПТ връща с коментари документа на бенефициента. В **срок от 5 дни** от получаване на коментарите от УО на ОПТ, **бенефициентът актуализира тримесечния отчет**.

Оригиналите на тримесечните отчети и погълнените контролни листа се съхраняват от УО.

Примерен формат за обобщен отчет на ниво проект от бенефициента към Управляващия орган на Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013 г.

Наименование на проекта:

Име на бенефициента:

Име на строителя/инженера, управляващ бюджета за информация и публичност:

Отчетен период:				
Планиран бюджет за комуникационни дейности през отчетния период:				
Извършени разходи за комуникационни дейности през отчетния период:				
Продукт/Услуга	Непосредствен резултат	Резултат	Източник на информация	Забележки и допълнения
Печатни рекламни - информационни материали по проект 1				
Аудио-визуални материали по проект 1				
Съобщения до медиите и инициирани от бенефициента публикации и интервюта				
Съобщения до медиите и инициирани от изпълнителя/строителния надзор публикации и интервюта				
Общо				
Организиран публичен събития от бенефициента				
Организиран публичен събития от изпълнителя				
Общо				
Изработени и монтирани билбордове				
Други				

Отчетните данни на ниво проект следва да бъдат предоставяни от бенефициентите на Управляващия орган на тримесечна база, четири пъти годишно както следва: 10 януари, 10 април,

10 юли и 10 октомври. Докладите трябва да се публикуват в указания срок на интранет страницата на ОПТ www.optransport.bg в рубриката „Отчети”.

Примерен формат за обобщен отчет от бенефициента към Управляващия орган на Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013 г.

1. НАИМЕНОВАНИЕ НА ПРОЕКТА –

2. ИНФОРМАЦИЯ ЗА БЕНЕФИЦИЕНТА И ИЗБРАНИЯ /ТЕ ИЗПЪЛНИТЕЛ/И

Наименование на Бенефициента	
Адрес	

Лице за контакти на Бенефициента, отговорно за мерките за информация и публичност	
Адрес	
Тел.	
Факс	
E-mail	

Наименование на изпълнителя	
Лице за контакти, отговорно за мерките за информация и публичност¹	
Адрес	
Тел.	
Факс	
E-mail	

¹ Попълва се поотделно за всеки избран изпълнител, в случаите, когато мерките за информация и публичност са прехвърлени на изпълнителя/те

Наименование на инженер-консултанта	
Лице за контакти, отговорно за мерките за информация и публичност ²	
Адрес	
Тел.	
Факс	
E-mail	

ОБЩ БЮДЖЕТ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН НА ИНВЕСТИЦИОННИЯ ПРОЕКТ (КПИП)

Източници на финансиране	Стойност в лева	%
ЕФРР/КФ		
Национално съ-финансиране към отпусната безвъзмездна помощ		
Други (собствени за избрания изпълнител средства и др.)		
Общо		

2. ОПИСАНИЕ НА НАПРЕДЪКА ПО ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН НА ИНВЕСТИЦИОННИЯ ПРОЕКТ

2. 1. Извършени дейности преди отчетния период

(отбелязват се на кратко най-важните дейности в изпълнение на КПИП план преди отчетния период)

2. 2. Напредък в изпълнението на КПИП през отчетния период

(подробно се описват извършените дейности през отчетния период)

2. 3 Планирани дейности в изпълнение на КПИП през следващия отчетен период

² Попълва се в случаите, когато мерките за информация и публичност са прехвърлени на изпълнителя/те

(подробно се описват предстоящите дейности с индикативни срокове)

3. КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ, ИЗВЪРШЕНИ ОТ ИНЖЕНЕР-КОНСУЛТАНТА ПРЕЗ ОТЧЕТНИЯ ПЕРИОД³

(подробно се описват извършените дейности през отчетния период)

4. КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ, ИЗВЪРШЕНИ ОТ БЕНЕФИЦИЕНТА ПРЕЗ ОТЧЕТНИЯ ПЕРИОД⁴

(подробно се описват извършените дейности през отчетния период)

5. ФИНАНСОВО ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КПИП

/стойност в лева/

		Индикатив ен бюджет на КПИП*	Изплатени през предходните периоди средства	Изплатен и през отчетния период средства	Обща стойност на изплатенит е средства	Степен на усвояване на бюджета спрямо бюджета за съответната година	Степен на усвояване на бюджета спрямо общия бюджет на КПИП
		1	2	3	4= 2+3	5 = 4/N %	6 = 4/Y %
	Първо тримесечи е						
	Второ тримесечи е						
	Трето тримесечи е						
	Четвърто тримесечи е						
N1	Общо за 20..... г.						
	Първо тримесечи е						

³ Попълва се в случаите, когато задълженията за мерките за информация и публичност са прехвърлени на изпълнителя/те

⁴ Попълва се в случаите, когато задълженията за мерките за информация и публичност са прехвърлени на изпълнителя/те

N2	Общо за 20..... г.						
Y	Общо за КПИП						

* Съгласно представения в одобрения Комуникационен план бюджет

6. ИЗМЕРИМИ ИНДИКАТОРИ

6.1. Индикатори за изпълнение на КПИП

Индикатор	Мерна единица	Целева стойност*	Предходна стойност	Настояща стойност	Изменение
1	2	3	4	5	6=5-4

* Съгласно одобрения КПИП

6.2. Индикатори за изпълнение на мерките за информация и публичност на проекти, финансирани от ОПТ, изпълнени от Бенефициента⁵

Индикатор	Мерна единица	Предходна стойност	Настояща стойност	Изменение
1	2	3	4	5=4-3

⁵ Попълва се в случаите, когато задълженията за мерките за информация и публичност са прехвърлени на изпълнителя/те

6.3. Обобщена информация за изпълнените комуникационни дейности по проекта⁶ (отразяват се всички комуникационни дейности, изпълнени от бенефициента, инженер-консултанта и изпълнителя/те/ през отчетния период)

Дейност	Мерна единица	Предходна стойност	Настояща стойност	Изменение
1	2	3	4	5=4-3

7. ТЕХНИЧЕСКИ, ФИНАНСОВИ И ПРАВНИ ПРОБЛЕМИ ПРИ ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА МЕРКИТЕ ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ

7.1. Извършени проверки на място от УО, включващи проверка на изпълнението на мерките за информация и публичност на проекти, финансирани от ОПТ

Препоръки	Стъпки за изпълнение на направените препоръки	Срок за изпълнение на отделните стъпки	Отговорно/и лице/а	Отчет на изпълнението на предприетите стъпки

7.2. Извършени проверки на място от други институции, включващи проверка на изпълнението на мерките за информация и публичност на проекти, финансирани от ОПТ

Препоръки	Стъпки за изпълнение на направените препоръки	Срок за изпълнение на отделните стъпки	Отговорно/и лице/а	Отчет на изпълнението на предприетите стъпки

⁶ Попълва се в случаите, когато задълженията за мерките за информация и публичност са прехвърлени на изпълнителя/те

7.3. Извършени одити, включващи проверка на изпълнение на мерките за информация и публичност на проекти, финансирани от ОПТ

(описват се одите в частта за направените предписания по отношение на мерките за информация и публичност, предприетите дейности за тяхното изпълнение)

	Име/длъжност	Дата	Подпис
Изготвил отчета			
Одобрил отчета			

Бенефициентите подават обобщен годишен отчет за изпълнените мерки за информация и публичност до 10 февруари на следващата отчетна година. Докладът се публикува от бенефициента на интранет страницата на ОПТ www.optransport.bg в рубриката „Отчети”. При необходимост обобщен доклад за изпълнението на мерките за информация и публичност от страна на бенефициентите може да бъде изискван от УО на ОПТ и през периода на отчетната година.

Окончателен отчет

- В срок **до 4 месеца след приключване на изпълнението на проекта**, бенефициентът предоставя на УО **окончателен доклад** за изпълнението на мерките за информация и публичност в процеса на изпълнение на инфраструктурния проект.
- Окончателният отчет трябва да покрива периода от датата на сключване на договор с избрания изпълнител до края на третия месец след приключване на проекта. Оригиналет на окончателния отчет се съхраняват от УО.

Минимални изисквания към съдържанието на доклад:

Докладът за междинния напредък може да бъде подготвен по следния начин:

- за всяка дейност:
 - общ прогрес по дейността;
 - постигнати проектни резултати;
 - информация за заложените и постигнатите индикатори за изпълнение;
 - срещнати проблеми (вкл. забавяния или отлагане на изпълнението на дейности), причини (вкл. и външни фактори) и мерки, предприети за преодоляването им;
 - рискове за изпълнение на свързани дейности и на проекта като цяло и предприети мерки;
- по какъв начин се осигурява публичността и информирането на обществеността относно финансовия принос на ЕС за реализацията на проекта;
- препоръки за текущо състояние на проекта;
- актуализиран план за изпълнение на проекта, ако има такъв.

Към докладите трябва да са приложени анкетните карти, присъствените листа и снимков материал, доказващ спазване на изискванията за публичност и информация.

За информацията, разпространявана по електронен път (съобщения, публикувани на интернет страници, презентации, включително използвани в обучението, електронни съобщения и др.) или чрез аудио-визуални материали, описаните принципи се прилагат аналогично.

Примерна структура и съдържание на доклад на изпълнителя към Управляващия орган

В изпълнение на изискванията по договора изпълнителят представя краен отчетен доклад.

Докладът за изпълнение на мерките за информация и публичност трябва да бъде структуриран по следния начин:

Увод

Уводната част от доклада включва представяне в резюме на основните данни за Комуникационния план, цели и ключови резултати, етап на изпълнение към датата на подготовка на доклада, кога и от кого е изготвен документът.

Представяне на напредъка по изпълнението на Комуникационния план

Тази част от доклада касае изпълнението на заложените в Комуникационния план цели, постигнатите резултати, извършените дейности, използваните финансови ресурси, предприетите управленски и координационни мерки.

Изводи и препоръки

В третата глава от доклада се правят изводи и препоръки въз основа на извършените дейности, отчита се придобитият положителен опит, регистрираните и преодолените слабости в процеса на изпълнение на Комуникационния план.

Работен план за следващия отчетен период

Последната част от доклада ще съдържа преглед на резултатите, които трябва да бъдат постигнати през следващия отчетен период, препоръки към планираните дейности и разпределението им във времето, както и разпределение на отговорностите и бюджета.

Анекси

В приложения към доклада трябва да бъдат представени доказателства за произведените продукти и извършените дейности.

Докладът се изготвя от изпълнителя и одобрява от Управляващия орган на ОПТ. Финалната одобрена версия на доклада се предоставя на Управляващия орган на ОПТ в електронен формат и на хартия, на български и английски език, като водеща е българската версия.

Пример за доклад:

Доклад за отчитане на събития

Изготвя се не по-късно от пет работни дни след приключване на събитието. Докладът съдържа подробно описание на всички предоставени услуги и на количеството, и качеството на извършената работа по организирането на събитието. Той включва техническа и финансова част както следва:

1. Техническа част на доклада:

1. резюме на всички предоставени услуги и извършена работа,
2. име/тема, дата и място на провеждане на събитието,
3. цел на събитието,
4. основни говорители по време на събитието,
5. брой на участниците в събитието,
6. доказателство за изпълнение на услугата:
 - a. снимки и/или видеоматериали от събитието
 - b. резюме за уебсайта на проекта
 - c. списък на участниците

- d. програмата
 - e. сценарий
 - f. копие на всички необходими разрешения/позволения/одобрения, получени от компетентните органи на публичната власт за организирането на събитието (ако има такива)
 - g. копия от всички информационни материали
 - h. анкетни карти
 - i. присъствените листа
 - j. снимков материал, доказващ спазване на изискванията за публичност и информация.
7. постигнати резултати,
 8. информация за заложените и постигнатите индикатори за изпълнение;
 9. срещнати проблеми – причини и мерки, предприети за преодоляването им;
 10. изводи и базирани на тях препоръки за следващи събития

2. Финансовата част включва всички изискани първични финансови документи, заложен в техническото задание и съгласно договорите по проекта

Финален доклад. Той съдържа следните аспекти на анализ (1) подробно описание на извършените дейности с включен времеви график; (2) Лична оценка на Изпълнителя за проведената кампания и ефекта от нея, включително по цели и целеви групи; (3) Препоръки към Възложителя относно бъдещи кампании. Той се предоставя най-късно 15 дни след изтичане на договора. Окончателният доклад съдържа:

- резюме на изпълнението на договора
- описание на всички предоставени услуги (PR и реклама)
- общ брой организирани събития
- вид на всяка една дейност
- дата и мястото на провеждане
- брой участници в събитията
- описание на логистиката и техническата част на проекта
- цялата извършена работа и общата цена на дейностите
- всички изготвени медийни мониторинги и доказателствени материали
- получени резултати
- анализ на обратната връзка от представителите на медиите по проекта
- самооценка на общото изпълнение на договора
- научени уроци за бъдеща устойчивост
- препоръки за последващите действия

Всички бенефициенти съхраняват доказателства за изпълнение на мерките за информация и публичност по проектите:

- При проведени публични събития – списък с поканени / списък с присъствали; дневен ред на събитието; разпространени прессъобщения за събитието; копия от изнесени презентации; снимков материал от събитието; архив на целеви медия мониторинг;
- Информационни и рекламни материали – бенефициентите се задължават да съхраняват по 1 брой от всеки рекламен и информационен материал, изготвен по проекта.

Окончателните и междинните доклади трябва да имат заглавна страница, която трябва да включва: име на проекта, заглавие на доклада, дата на издаване и период на изпълнение и името и адреса на Изпълнителя.

Изисква се докладите да са написани на български език.

Количествени индикатори за изпълнение на комуникационните дейности

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

- Брой посещения на Интернет страница
- Брой участници в събитие, сравнен с броя на поканените
- 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

Индикатори за качество при отчета на комуникационни дейности

КОМУНИКАЦИОННИ ЦЕЛИ	PR ДЕЙНОСТ	МЯРКА 1	МЯРКА 2	ВЪЗВРЪЩАНЕ НА ИНВЕСТИЦИЯТА
Ефективна връзка с медиите	Пресконференции, Изпращане на прессъобщения	Брой присъствали журналисти	Брой на публикации	% от увеличаване на публикациите в съотношение на една година
Увеличаване на разпознаваемостта на проектите по програмата ОП „Транспорт” и увеличаване броя на хората, информирани за програмата	Гласност пред медиите	Медиен анализ, които проследява основните послания в ключовите медии	Средно дневна аудитория в таргетираните медии	% прочели основните послания в медиите

Индикатори за качество при отчета на събития

Качество на организацията (спазване на времеви график, функционалност на услугите и др.)

Ниво на активност на участниците в дебата.

Професионализъм, яснота и продължителност на речите и изказванията

Качество на разпространените документи

Индикатори за качество при отчета на информационни материали

Ясен и разбираем език

Баланс между текст и визуален материал

Удобство за ползване

Атрактивност

Лесен достъп

Индикатори за качество при отчета на PR дейности

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

Доказателствени материали

Това са всички материали, които са използвани и произведени за нуждите на проекта. Те се прилагат като доказателство за извършена услуга или проведено събитие. Те могат да бъдат:

- снимков материал на задължителните билбордове или табели,
- снимки от събитие
- списък с участници,
- програма на събитието,
- сценарий на събитието,
- мостри на рекламнo-информационни материали, аудио или видео записи,

пресклипинг, контент анализ и др.

Глава 6

Организация на комуникационния план на ОП „Транспорт” с външни изпълнители

- ✓ Основни правила за подготовка на технически задания за външни изпълнители
- ✓ Доставки и услуги в областта на публичните комуникации
- ✓ Основни правила за съставяне на бюджет

Основни правила за подготовка на технически задания за външни изпълнители

При подготовка на технически задания за външни изпълнители трябва да се имат предвид следните задължителни изисквания:

- Точно формулиране на комуникационните цели, за да се прецизират ролята на изпълнителя, обхвата и бюджета;
- Определяне на точни и реалистични времеви рамки за изпълнение на посочените дейности;
- Ясен обхват на задачите – трябва точно да се разпишат ангажиментите на изпълнителя в зависимост от целите на конкретния проект, които могат да бъдат:
 - Консултантски PR услуги – консултантски услуги, връзки с медиите – осигуряване на публичност на съответния проект в медиите чрез предоставяне на информация за напредъка и събитията по отделните проекти, създаване и разпространение на прессъобщение, организация на пресконференция, организация и медийно оповестяване на специално събитие - първа копка, организация и медийно оповестяване на специално събитие -прерязване на лента;
 - Реклама – консултантски рекламни услуги – медия-планиране, медия-купуване, създаване на концепция и изработка на аудио или видео-материал; графичен дизайн, предпечат и тиражиране на рекламни/промоционни материали;
 - Изработка и тиражиране на информационни материали – брошури, дипломи, информационни табели, билбордове, упоменателни табели и др;
 - Социологически изследвания за познаваемостта на ОП „Транспорт”
 - Комбинации от елементите, посочени по-горе;
- Ясни индикатори за изпълнението на набелязаните задачи (виж критерии за качество и оценка);
- При подготовка на техническото задание, изрично трябва да се посочи, че всички материали, които следва да се изработят в рамките на проекта, включително и съобщенията до медиите, трябва да отговарят на разписаните правила за визуализация на ОПТ.

- Изискване за график на изпълнение на описаните дейности;
- При формирането на критерии за комплексната оценка на заданието, когато се изисква специфична консултантска експертиза, е препоръчително съотношението цена/качество да бъде поне 70/30 в полза на качеството/оригиналността и професионализма на предложението, за сметка на цената. Обикновено практиката е тежестта на цената да е равна на това на качеството на офертата, тъй като консултантските услуги не са стандартни като например печатане на дипляни или наем на билбордове, където съотношение 50/50 би било наистина адекватно.
- При формиране на индикативния бюджет, е препоръчително да се наберат индикативни цени за заложените дейности от най-малко две рекламни и/или PR агенции. Ефективно би било да се поискат вариращи цени – от – до.
- При необходимост, елементи от техническото задание могат да се консултират с професионални организации.

Препоръчително е техническото задание да не се публикува само на интернет страницата на ОПТ, но и да се изпрати до професионални организации, като например (АРА и БАПРА).

Реклама

При подготовка на техническото задание, изрично трябва да се посочи, че всички рекламни материали трябва да отговарят на разписаните правила за визуализация на ОПТ. В техническото задание трябва да има ясна информация, че всеки рекламен материал, следва задължително да се представи и съгласува с Възложителя. С цел оптимална ефективност на работния процес, е препоръчително в заданието да се посочи, че изпълнителят предлага два варианта на изисквания рекламен материал за одобрение. Тиражирането на материалите става само след писмено одобрение от страна на контактното лице на Възложителя.

При изготвянето на техническо задание за мерки за информация и публичност по проекти по ОПТ, рекламните услуги и материали, които следва да се залагат, в зависимост от конкретиката на проекта са:

- Медия-планиране и медия-купуване – в случаите, в които се налага медийното позициониране на платено съобщение;
- Изготвяне на концепция, производство и тиражиране на видео-материал;
- Изготвяне на концепция, производство и тиражиране на аудио-материал;
- Изготвяне на концепция, графичен дизайн, предпечат и печат на брошури, дипляни, информационни табели, билбордове, упоменателни табели, банери и др.
- Рекламни/промоционни материали – бележници, листове, папки, химикалки, USB флаш памет устройства, чаши, тениски и др.

Връзки с обществеността (PR)

За целите на създаване на техническо задание за мерки по информация и публичност, е необходимо да заложат следните видове услуги:

- **PR консултации** – текущи и при поискване от страна на възложителя, включващи:
 - **Информация до медиите (прессъобщение)** - за да се осигури оптимална ефективност на информацията за медиите, е добре предварително да бъде

изготвена база данни с ресорни журналисти. Изпращането на информацията до таргетираните журналисти е предпоставка, на съобщението да бъде обърнато внимание.

Прессъобщението се разпространява до журналистите, посетили събитието. След приключването му се изпраща по електронна поща до всички ресорни журналисти от базата данни. Идеята е тези медии, които не са успели да изпратят репортер/екип да имат базисна информация и по преценка да я използват в медиата.

В заданието изрично трябва да е разписано, че всяка информация до медиите се разпространява само след съгласуване и писмено одобрение от страна на контактното лице на възложителя.

- **Организиране на информационно събитие** (пресконференция, публично представяне на проект);
- **Организиране на специално събитие** (първа копка, прерязване на лента на обект);

При организиране на информационни/специални събития PR консултирането включва формулиране на основно послание, на ключови послания, подготовка на говорителите, сценарий и др.)

- **Връзки с медиите** – Връзките с медиите са процес, който обхваща целия период на проекта – от създаването на база данни с ресорни журналисти, през прозвъняването на журналисти преди информационно или специално събитие, до мониторинг и анализ на отразяването на осъществяваните публични комуникационни дейности.
- **Управление на риска:** Често управлението на риска е дейност, която се подценява при подготовката и реализиране на мерки за информация и публичност. Същевременно правилното планиране и управление на тази дейност е гаранция за постигането на оптимално добри резултати и минимизиране на възможните чисто технически и човешки грешки. Необходимо е да се вземат предвид, както възможни рискови моменти в рамките на самия проект, така и такива, които са обект на външни фактори.

Доставки и услуги в областта на публичните комуникации

Основна услуга в областта на публичните комуникации са PR и рекламните консултантски услуги. PR услугите включват консултации от страна на висшия мениджмънт от фирмата изпълнител, както и account експерт, осъществяващ оперативните дейности, посочени от PR мениджъра с цел изпълнението на мерките по информация и публичност, разписани в заданието. Този тип услуги, както и рекламните, трябва да се остойностяват като отделно основно перо във всяко техническо задание за информация и публичност по ОПТ.

Други услуги, които се изпълняват от PR агенция, различни от консултантските, обичайно се възлагат на подизпълнители от избора за изпълнител, като:

- **Предоставяне на преводачески услуги** (консекутивен или симултанен превод според спецификата на ситуацията);
- **Предоставяне на куриерски услуги:**
 - Документни и др. пратки за София и страната;
- **Предоставяне на фотографски услуги** (обичайно успоредно с прессъобщението се изпращат няколко подбрани снимки от информационното събитие);

Предоставяне на видеоператорски услуги;

- Предоставяне на транспортни услуги – организиран превоз на:

- Лектори;
- ВИП гости;
- Участници;
- Журналисти

- Предоставяне на кетъринг услуги:

Доставки при изпълнение на дейности, свързани с публични комуникации, могат да бъдат:

- Предоставяне на техническо оборудване:

- Озвучаване (стационарни микрофони и озвучителен пулт – за пресконференция, кръгла маса, семинар; дискуссионни микрофони); техническо оборудване за симултанен превод – кабинка и индивидуални приемници;
- Мултимедия, екран, лаптоп;
- Доставка на аудио запис от пресконференция, събитие, публично представяне на проект;

- Изготвяне на аудио и видео материали;

- Доставки в областта на кетъринг услугите – храна, напитки, аранжировка

- Други технически доставки - в зависимост от спецификата на събитието могат да бъдат поръчани още:

- Сцена, подиум;
- Гръб на сцената, подиума и др.;

Медиен мониторинг и контент-анализ

В техническото задание, ясно трябва да се посочат изисквания за изготвяне на медиен мониторинг и на контент-анализ на материалите в мониторинга. Според спецификата на конкретния проект и мястото на реализирането му, възложителят определя минимален списък от медии, които трябва задължително да се включат в мониторинга от изброените по-долу в този раздел.

Правила за изготвяне

Схемата за контент анализ на материалите, свързани с ОПТ в медиите трябва да съдържа минимум следните раздели:

- Име на медията;
- Заглавие на публикацията/излъчения материал;
- Автор;
- Отбелязване на номера на страницата, на която е публикуван материалът/отбелязване на часа/емисията, когато е излъчен материалът;
- Тон на публикацията – неутрален, положителен или отрицателен;

- Маркиране на отразени ключови послания в материала;
- При изготвянето на контент-анализа, под всеки материал от финалния целеви мониторинг се разполага таблица, в която се описват изброените по-горе спецификации:

Медия	Заглавие	Автор	Страница/или емисия, в която е излъчен	Тон на материала	Ключови послания

- След обработване на представените параметри, се изготвя обобщение, представящо количествените характеристики и качествен анализ на съдържанието, обхващащ представените ключови послания, тенденции при отразяването, отношение на медиите към темата.

Минималните изисквания за това са:

Прегледът на печата, аудио и визуалните материали, публикувани или излъчени в медиите се осъществява на базата на следния минимален набор от ключови думи:

- Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013 г., ОП Транспорт, програма Транспорт, ОПТ, програма и всички възможни съкращения и съкратени наименования на програмата; проекти и бенефициенти по програмата; европейски фондове; фондове на ЕС; евро пари; еврофондове; структурни инструменти; Кохезионен фонд (КФ); Европейски фонд за регионално развитие (ЕФРР); Структурни и Кохезионен фондове;

В КОМБИНАЦИЯ С:

- жп транспорт и жп инфраструктура; пътища; магистрали; първокласна пътна мрежа; интермодалност при превози на пътници и товари; метро; Агенция Пътна инфраструктура (АПИ); Метрополитен ЕАД; Национална компания „Железопътна инфраструктура”; Държавно предприятие „Пристанищна инфраструктура”; Агенция „Проучване и поддържане на река Дунав”, както и всички възможни съкратени наименования на бенефициентите, както и Министерството и министъра на транспорта, информационните технологии и съобщенията

Медийният клипинг обхваща националните телевизии, националните новинарски радиостанции, националните ежедневници и седмичници, както и водещите регионални печатни издания, периодичните издания с бизнес тематика, основните новинарски интернет сайтове и специализираните издания по темата. Предвид интензивното развитие на медийния пазар, при необходимост, този списък следва да бъде актуализиран и /или допълван и/или съкращаван.

По-долу е представен примерен списък с медии, актуализиран към месец март 2010 г.:

Телевизии: Българска национална телевизия, bTV, Нова телевизия, ТВ7, PRO.BG, ТВ Европа, Евроком, BBT, M-CAT, EBF Business TV .

Новинарски радиостанции: Дарик радио, Българско национално радио – Програма Хоризонт, програма Христо Ботев, радио Фокус, радио FM+, радио PRO FM, радио Jazz FM, БГ Радио.

Национални печатни издания: в. 168 часа, в. 24 часа, в. Труд, в. Дневник, в. Капитал, в. Банкеръ в. Класа, в. Пари, в. Монитор, в. Телеграф, в. Политика, в. Новинар, в. Сега, в. Стандарт, в. Дума, в. Република, в. Земя, в. Седмичен труд, в. Гласове, в. Седем

Национални специализирани печатни издания: в. Строителство Градът, в. Железничар

Водещи регионални печатни издания: в. Твоят ден - Бургас, Ямбол, Сливен, в. Твоят ден - Варна, Добрич, в. Твоят ден - Пловдив, Пазарджик, Смолян, в. Твоят ден - Стара Загора, Хасково, Кърджали, в. Твоят ден - Благоевград, Перник, Кюстендил, в. Твоят ден - Шумен, Търговище, Разград, в. Твоят ден - Велико Търново, Габрово, в. Твоят ден - Враца, Монтана, Видин, в. Твоят ден - Плевен, Ловеч, в. Струма, Благоевград, в. Черноморски фар, Бургас, в. Черно море, Варна, в. Борба, Велико Търново, в. Конкурент, Враца, в. 100 Вестн, Габрово, в. Добруджанска трибуна, Добрич, в. Марица днес, Пловдив, в. Бряг, Русе, в. Утро, Русе, в. Сливенски новини, Сливен, в. Старозагорски новини, Стара Загора, в. Новинар – Юг, Хасково, в. Шуменска зоря, Шумен, в. Посредник, Плевен

Периодични издания: сп. Мениджър, сп. Тема

Новинарски интернет сайтове: www.actualno.com, www.dir.bg, www.dnes.bg, www.econ.bg, www.focus-news.net, www.investor.bg, www.mediapool.bg, www.netinfo.bg, www.news.bg, www.novinite.com, www.vsekiden.com, www.banker.bg.

Формат на медийния мониторинг

В техническото задание трябва да присъства информация за начина, по който трябва да се форматира медийния мониторинг - прегледът на информацията в медиите се организира в MS Word (.doc) формат, размер на страницата А4. При реализацията на отделни проекти, медийният мониторинг се извършва целево – при конкретни публични дейности и публични събития, инициирани или организирани от изпълнителя.

Изготвяне на целеви медиен мониторинг:

Целевият клипинг обхваща период от минимум 7 календарни дни от датата на провеждане на събитието (включително съответния ден).

Мониторингът представлява файл с текстове, в комбинация със сканирано цветно изображение на цялата страница, на която е поместен материалът в медията. Файлът е подреден по типове медии, както следва – телевизии и радиостанции, национални печатни издания, включително специализирани, регионални печатни издания, периодични печатни издания, интернет издания.

Файлът трябва да съдържа минимум:

- Заглавна страница, включваща символа на ЕС, лого и слоган на Оперативна програма „Транспорт”, заглавие на документа, дата на клипинга
- Таблично представяне на материалите по типове медии във формата на таблица.
- Съдържание по типове медии с връзка (линк) към съответния материал, като линкът съдържа минимум име на медията, заглавие на материала и номер на страница във файла
- Преглед на информацията в медиите в указания формат

Във всеки файл, над всеки текст се изписва минимум следната информация - наименование на медията; дата на публикуване/ излъчване; заглавие (в случаите, в които има заглавие); за

печатните издания - номер на страницата; размер на материала в брой думи; за интернет изданията - линк към интернет страницата, на която е публикуван материалът; размер на материала в брой думи; за електронните медии - пореден номер на обекта в емисията; номер на анонса (ако е анонсирана); продължителност в секунди и размер на материала в брой думи.

Информацията от различните типове медии трябва да бъде представена, както следва: за телевизиите и радиостанциите – форматиран текст, без снимки; за печатните медии – форматиран текст и сканирани цветни изображения; за интернет сайтовете – форматиран текст с линк към страницата.

Контент анализ

„Контент анализът по своята същност е ръчно или автоматизирано кодиране (присвояване на числова стойност на дума, фраза, характеристика) на документи, стенограми, вестници и аудио/видео материали с цел регистриране на броя на думите, фразите или групите от думи и фрази за целите на статистически анализ” (Берелсон, 1952 г.)

Контент анализът се използва за описание на тенденции в съдържанието, за отсяване на информационни акценти сред широк набор от теми, за оценка на различията в тематичното представяне и стила при отделни групи (например по типове медии, по автори и т.н.) и други. Той дава възможност за тестване на зависимости между различни теми, между теми и автори, между теми и характеристики на материалите и т.н.

Тъй като класическият контент-анализ представлява изключително сериозен и дълбинен метод на анализ, изискващ специализирани познания и сериозен времеви и човешки ресурс, в техническото задание трябва да фигурират само основни изисквания и правила за изготвянето му, които да не затрудняват изпълнителя при осъществяването им.

Основни правила за съставяне на бюджет

За реклама

В класическата реклама бюджетът се определя като се съобрази нивото на очаквани продажби, типа и броя на потребители, конкуренция и др. В оперативните програми рекламата се използва за подсилване на публичността на даден проект, за по-голяма прозрачност, както за популяризиране на извършена дейност. Най-често се използват рекламни сувенири (химикали, тефтери, чаши, USB, чанти и др.), плакати, брошури, листовки, картички. Външната реклама – най-често билбордове – също трябва да залегне в рекламния бюджет. В редки случаи се използват аудио- и видео- клипове в електронните медии, както и Интернет реклама.

Преди да се пристъпи към отделяне на бюджет за реклама следва внимателно да се прецизира необходимостта от рекламни инструменти и кои точно, както и да се анализира възможния ефект от тях.

Добра практика е да се потърсят вече изпълнени и отчетени поръчки, като стойностите в тях следва да се използват по-скоро като ориентир. Съществува практика на запитване за индикативни оферти от компании, като в този случай трябва да се представят индикативни параметри на поръчката без да се разкриват детайли от предстояща конкурсна процедура. Съществува и практика на изпраща не на запитване за индикативна цена до професионалните организации – в случая Асоциация на рекламните агенции (www.arabulgaria.org)

Следва да се има предвид при планирането на рекламни материали, че по-високия тираж или брой, определя и по-ниска единична цена и обратно, по-ниския тираж или брой води до по-висока единична цена.

В случаите на поръчка на рекламни материали (химикали, тефтери, чаши, USB, чанти и др.) следва да се дефинират предварително основни параметри гарантиращи базово ниво на качество и срокове за изпълнение. В този случай предложената от оферента най-ниска цена следва да бъде водеща в определянето на крайния изпълнител.

В ценообразуването на външната реклама се включва дизайн, предпечатна подготовка и печат на рекламната визия, както и наем на рекламните съоръжения за определен период от време.

В ценообразуването на печатни рекламни материали следва да се предвиди цена за дизайн, предпечатна подготовка, печат и разпространение.

При оценка на печатни материали и външна реклама обикновено практиката е тежестта на цената да е равна на това на качеството на офертата (съотношение 50/50).

В ценообразуването на аудио- и видео- клипове или платени съобщения в електронните медии следва да се предвиди цена за креатив, производство, медия планиране и медия купуване.

В ценообразуването на Интернет реклама следва да се предвиди цена за дизайн, изработка на рекламен банер, Интернет медия планиране и Интернет медия купуване.

При използването на рекламна агенция следва да се предвиди и агентска комисионна.

При оценяването на предложените оферти в областта на аудио-визуална и Интернет реклама следва да се прилага комплексната оценка в съотношение 80/20 в полза на качеството/оригиналността на предложението за сметка на цената.

За връзки с обществеността (PR)

При формиране на бюджет в областта на връзките с обществеността (PR) следва първо да се определи внимателно точният обхват на заданието. В рамките на заданието могат да се включват организация на специални събития (първа копка, рязане на лента), организация на пресконференция, както и връзки с медиите (в т.ч. изготвяне и разпространение на прессъобщения, медиен мониторинг и контент анализ, както и абонаментно обслужване за хода на проекта, в което влиза постоянен контакт с медиите, разпространяване на информация и подготовка на отговори за техни запитвания).

Ценообразуването на този тип услуги включва преки разходи по организацията на събития в т.ч. озвучаване, украса, кейтъринг, транспарант, преводачески услуги (при необходимост) и др. в зависимост от спецификата.

Услугите на PR агенцията се калкулират като консултантски, като в случая с организацията на специални събития обикновено те са обща сума – хонорар на агенцията, в който влизат всички разходи по организация, логистика и административни.

В случаите при формиране на бюджет за връзки с медиите отново трябва да се предвиди хонорар за агенцията както и бюджет за платени публикации и/или репортажи, в случаите, в които това е част от техническото задание.

Цената на медийния мониторинг зависи от броя на ключовите думи, които ще бъдат наблюдавани, както и от обхвата на наблюдаваните медии – национални и регионални, информационни агенции, печатни, електронни (радио и ТВ) и Интернет.

Контент анализът е консултантска услуга и се формира в зависимост от броя на анализиранияте медии, времеви обхват, сложността на темата.

Добра практика е да се потърсят вече изпълнени и отчетени поръчки, като стойностите в тях следва да се използват по-скоро като ориентир. Съществува практика на запитване за индикативни оферти от компании, като в този случай трябва да се представят индикативни параметри на поръчката без да се разкриват детайли от предстояща конкурсна процедура. Съществува и практика на изпращане на запитване за индикативна цена до професионалните организации – в случая Българска асоциация на ПР агенциите (www.bapra.bg).

При оценяването на предложените оферти следва да се прилага комплексната оценка в съотношение 80/20 в полза на качеството/оригиналността на предложението за сметка на цената.

Приложения

Полезни връзки

Държавен вестник на Република България - <http://dv.parliament.bg>

Структурни фондове на ЕС - www.eufunds.bg

Представителство на Европейската комисия в Република България - <http://ec.europa.eu/>

Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията - <http://www.mtict.government.bg/>

Национална компания "Железопътна инфраструктура" - <http://www.rail-infra.bg/cms/opencms/menu/bg/>

Агенция "Пътна инфраструктура" - <http://www.napi.government.bg/>

Държавно предприятие „Пристанищна инфраструктура" - <http://www.bgports.bg/>

Изпълнителна агенция "Проучване и поддържане на река Дунав" - <http://www.appd-bg.org/site/page.php?2>

Агенция по обществени поръчки на Република България - http://rop3-app1.aop.bg:7778/portal/page?_pageid=93,1&_dad=portal&_schema=PORTAL

ОП "Конкурентноспособност" - <http://www.opcompetitiveness.bg/bg/index.html>

ОП "Административен капацитет" - <http://www.opac.government.bg>

ОП "Околна среда" - <http://www.opc.moew.government.bg/>

ОП "Регионално развитие" - <http://www.bgregio.eu/>

ОП "Развитие на човешките ресурси" - <http://www.ophrd.government.bg/>

ОП "Техническа помощ" - <http://www.minfin.bg/bg/page/365>

Програма за развитие на селските райони - <http://www.mzh.government.bg/Article.aspx?lang=1&rmid=363&id=363&lmid=0>

Изпълнителна агенция по рибарство и аквакултури - <http://www.nafa-bg.org/BG/BG.php>

ГД "Регионално развитие" на ЕС - http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.htm

ГД "Енергия и транспорт" на ЕС - http://ec.europa.eu/dgs/energy_transport/index_en.htm

ГД "Околна среда" на ЕС - http://ec.europa.eu/dgs/environment/index_en.htm

Полезни документи

Regional Policy – Inforegio Information & Communication Platform -

http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_en.cfm?nmenu=1

Общ процедурен наръчник за управление на Структурните фондове и Кохезионния фонд в България - http://www.eufunds.bg/docs/SFGeneral_Manual.pdf

Процедурен наръчник за управление и изпълнение на Оперативна програма "Транспорт" 2007-2013г., версия 5, одобрен ноември 2009 г. - <http://optransport.bg/page.php?c=87&d=315>

Структурните фондове: Възможности и предизвикателства/Информация за потенциалните бенефициенти - http://www.eufunds.bg/docs/beneficiary_manual.pdf

Project Cycle Management Guidelines (Release 2004) -

http://ec.europa.eu/europeaid/multimedia/publications/publications/manuals-tools/t101_en.htm

Good practice for implementing Structural Funds Programmes and Projects -

http://www.eipa.eu/files/repository/eipascope/20080313162154_RSM_SCOPE2007-3_Internet-2.pdf

Getting the Message: Structural Funds Publicity & Communication -

[http://www.eprc.strath.ac.uk/ignnet/downloads/IQ-Net_Reports\(Public\)/12.2Getting_the_Message.pdf](http://www.eprc.strath.ac.uk/ignnet/downloads/IQ-Net_Reports(Public)/12.2Getting_the_Message.pdf)

Tips for communicating with the media - <http://www.pressoffice.cornell.edu/pressoffice/tips.cfm>

Information & Publicity Guidelines 2007-2013 -

<http://wales.gov.uk/docs/wefo/publications/publicity/091204publicityguidelines20072013en.pdf>

Welsh Assembly Government -

<http://wales.gov.uk/docs/drah/publications/091203publicityguidelinesen.pdf>

(Scottish Government) - <http://www.scotland.gov.uk/Resource/Doc/917/0080034.pdf>

Publicity & Promotion Handbook -

<http://toastmasters.org/Members/MembershipBuilding/LettheWorldKnow.aspx>

Използвани съкращения

ЕК- Европейска комисия

ЕС -Европейски съюз

ЕФРР -Европейски фонд за регионално развитие

КП(ИП)-Комуникационен план (на инвестиционен проект)

МТИТС - Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията

НПО -Неправителствена организация

НСРР- Национална стратегическа референтна рамка

ОПТ - Оперативна програма “Транспорт”

СКФ- Структурни и Кохезионен фондове

СФ -Структурни фондове

УО- Управляващ орган

ЦИО - Централния информационен офис

ЗОП – Закона за обществени поръчки

PR - Public relations (бг. Връзки с обществеността)

НАПИ - Национална агенция Пътна инфраструктура

АРА - Асоциация на рекламните агенции - България

БАПРА - Българска асоциация на PR агенциите

Ръководството за изпълнение на мерките за информация и публичност е разработено в изпълнение на Комуникационния план на Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013

от

PR агенция Intelday Solutions

© Студио за графичен дизайн Poster House- www.posterhouse.org

