



Кохезионен фонд  
Европейски фонд  
за регионално развитие



**КОМУНИКАЦИОНЕН ПЛАН  
НА ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ТРАНСПОРТ  
2007-2013**

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

### **I. ВЪВЕДЕНИЕ**

### **II. КРАТКО ОПИСАНИЕ НА ОП „ТРАНСПОРТ“**

### **III. АНАЛИЗ НА ТЕКУЩОТО СЪСТОЯНИЕ**

#### **3.1. ЗАКОНОДАТЕЛНА РАМКА**

#### **3.2 АНАЛИЗ НА НАГЛАСАТА НА ОБЩЕСТВЕННОСТТА И НИВОТО НА ИНФОРМАЦИЯ**

#### **3.3 АНАЛИЗ НА БЪЛГАРСКОТО МЕДИЙНО ПРОСТРАНСТВО И ПРЕДСТАВЯНЕТО НА ОП „ТРАНСПОРТ“ ПРЕЗ ПЕРИОДА ЮНИ-ДЕКЕМВРИ 2007**

#### **3.4 АНАЛИЗ НА СИЛНИТЕ И СЛАБИТЕ СТРАНИ, БЛАГОПРИЯТНИТЕ ВЪЗМОЖНОСТИ И ЗАПЛАХИТЕ (SWOT АНАЛИЗ)**

### **IV. СТРАТЕГИЯ И КОМУНИКАЦИОННИ МЕРКИ ЗА ПОСТИГАНЕ НА ЦЕЛИТЕ**

#### **4.1 ОБЩА ЦЕЛ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН**

#### **4.2 СПЕЦИФИЧНИ ЦЕЛИ**

#### **4.3 ЕТАПИ И ПРИОРИТЕТИ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН**

#### **4.4 ПРИМЕРНИ МЕРКИ**

### **V. ЦЕЛЕВИ ГРУПИ**

#### **5.1 ВЪТРЕШНИ ЦЕЛЕВИ ГРУПИ**

#### **5.2 ВЪНШНИ ЦЕЛЕВИ ГРУПИ**

#### **5.3 ПОСРЕДНИЧЕСКИ ЦЕЛЕВИ ГРУПИ**

### **VI. КОМУНИКАЦИОННИ КАНАЛИ**

### **VII. АДМИНИСТРАТИВНИ ИНСТИТУЦИИ, ОТГОВОРНИ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕТО НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН НА ОП „ТРАНСПОРТ“**

#### **7.1 СЕКТОР „ИНФОРМАЦИЯ И КОМУНИКАЦИЯ“**

#### **7.2 БЕНЕФИЦИЕНТИ**

### **VIII. ПАРТНЬОРСТВА**

#### **8.1 ПАРТНЬОРСТВО И КОМУНИКАЦИЯ С ПРЕДСТАВИТЕЛИТЕ НА СРЕДСТВАТА ЗА МАСОВА ИНФОРМАЦИЯ**

#### **8.2 ПОТЕНЦИАЛНИ ПАРТНЬОРСКИ ОРГАНИЗАЦИИ**

#### **8.3 ИЗГРАЖДАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННА МРЕЖА**

### **IX. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ИНДИКАТИВНИЯ БЮДЖЕТ**

### **X. НАБЛЮДЕНИЕ И ОЦЕНКА**

## I. ВЪВЕДЕНИЕ

От 1 януари 2007 г. България е пълноправен член на Европейския съюз. България разработи седем оперативни програми за усвояване на помощта от Структурните и Кохезионния фондове на ЕС за различни икономически сектори. Министерството на транспорта ще бъде отговорно за осъществяването на Оперативната програма „Транспорт“ 2007-2013 г., която има най-големия бюджет от всички седем оперативни програми на България – повече от 2,003 милиарда евро.

Оперативната програма „Транспорт“ 2007-2013 г. беше одобрена от Европейската комисия на 7 ноември 2007 г. Документът беше подписан на 27 ноември 2007 г. от министъра на транспорта – г-н Петър Мутафчиев, и от еврокомисаря по регионална политика – г-жа Данута Хубнер.

Управляващият орган на Оперативната програма „Транспорт“ 2007-2013 г. (УО на ОПТ) – Дирекцията „Координация на програми и проекти“ в Министерството на транспорта, имайки предвид информационните нужди на целевите групи и изискванията на Европейските регламенти, изготви този седемгодишен Комуникационен план.

Комуникационният план на Оперативната програма „Транспорт“ (КП на ОПТ) за периода 2007-2013 г. беше изготвен в съгласие с Регламент на Съвета (ЕС) № 1083/2006 и Регламент на Комисията (ЕС) № 1828/2006, относно изискванията за информацията и обществените мерки, които страните членки трябва да изпълнят през съответния програмен период.

При съставянето на КП бяха взети предвид приоритетите, установени в Бялата книга на комуникацията на ЕС за 2006 г., Европейската инициатива за прозрачност от 2007 г., както и добрите практики в областта на връзките с обществеността.

Комуникационният план на ОП „Транспорт“ е в съответствие и хармония с напътствията, осигурени от Комуникационната стратегия на Националната стратегическа референтна рамка (НСРР) – национален стратегически документ, осигуряващ рамката на усилията да се постигнат целите и приоритетите, определени в НСРР и ОП и да се осигури координирана комуникационна политика по отношение на структурните фондове на ЕС. Стратегията определя основните цели и приоритети на комуникацията на национално ниво с цел да се постигне оптимална публичност и информационен синергизъм на всички нива.

Основните цели на Стратегията са формулирани в този Комуникационен план – посредством проактивна комуникация и прозрачност да се насърчи увеличаването на информацията и мотивацията на обществото и на целевите групи за ефикасно и ползотворно усвояване на ресурсите от Структурните и Кохезионния фондове, организирането на публично признаване на ролята на ЕС за развитието на регионите и в частност – за осъществяването на целите на НСРР. Имайки предвид факта, че Комуникационните планове на отделните ОП са инструментът за осъществяване на целите на Националната комуникационна стратегия на НСРР, Комуникационният план на ОП „Транспорт“ е основан на главните принципи на Националната комуникационна стратегия на НСРР – информативност, позитивност, гъвкавост, адаптивност, координиране с националните и европейски политика и изисквания.

Задачата на КП е да създаде ясна рамка за работата, която трябва да бъде извършена относно популяризирането в публичното пространство на приоритетите и целите,

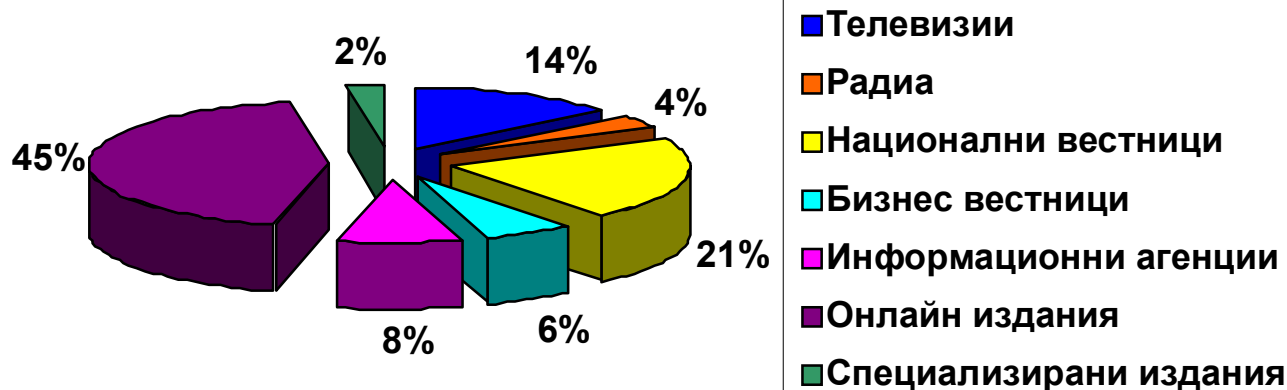
постановени в ОПТ, курсът на осъществяване на програмата, да осигури прозрачност при усвояването на ресурсите от Структурните и Кохезионния фондове, и да подчертае ролята на Общността за реализирането на големите инфраструктурни проекти в транспортния сектор.

С оглед на дългосрочното планиране на комуникационните цели и мерки за седемгодишния период, документът съдържа елементи, които са в хармония с Комуникационната стратегия, както и основните необходими елементи на един Комуникационен план, разделени на индикативни етапи.

През 2007 Управляващият орган предприе редица комуникационни мерки за популяризирането на ОП „Транспорт” и за запознаването на бенефициентите с възможностите и регламентите за кандидатстване за финансиране от Регионалния фонд и Кохезионния фонд на ЕС. Финансиране от различни източници беше осигурено за провеждане на два семинара за регионалните медии и за местните власти в градовете Пловдив и Сандански, шест информационни и обучителни семинара за бенефициенти и дискуссионен форум за представянето на проектите на ОП „Транспорт” на национално равнище с участието на социално-икономически партньори, представители на браншовите организации, националните медии и други заинтересувани страни.

На 9 декември 2007 г. в София беше организиран специален форум за официалното представяне на одобрената от ЕК ОП „Транспорт”. Събитието беше открито от министъра на транспорта, а ръководителят на Постоянното представителство на ЕК в София и министърът на финансите произнесоха поздравителни речи. Пред повече от 120 участници лектори от управляващия орган и бенефициентите представиха подробно програмата, проектите, за които се планира финансиране, и очакваните положителни резултати за транспортната система и за икономическото развитие на страната, произтичащи от тяхното осъществяване. Официалното представяне на одобрената от ЕК ОП „Транспорт” беше изключително добре отразено от всички видове медии – телевизии, радиа, национални и бизнес ежедневници и седмичници, информационни агенции и онлайн издания. Бяха публикувани 84 материала относно ОП „Транспорт”. Повечето от материалите бяха положителни – 70 %. Представянето на главните събития постигна отлични резултати в областта на обхващането на медиите с ключови съобщения. 70 от медийните материали бяха съсредоточени изключително върху ОП „Транспорт”. Печатните материали, издадени за форума, бяха разработени според изискванията на ЕК за мерки за информация и публичност, включително и визията на символа на ЕС и слогана „Инвестираме във Вашето бъдеще” в хармония с Регламент (ЕК) 1828/2006. Преди събитието до медиите беше изпратено съобщение, което също така беше публикувано на уебсайта на Министерството на транспорта.

## Отразяване на основното събитие на ОП „Транспорт” в медиите



## II. КРАТКО ОПИСАНИЕ НА ОПТ

ОП „Транспорт” е финансирана от Европейски фонд за регионално развитие (ЕФРР), Кохезионния фонд на ЕС и държавния бюджет на Република България. Общата цел е **развитие на устойчива транспортна система**. Специфичните цели са интегрирането на националната транспортна система в транспортната мрежа на Европейския съюз и постигането на баланс между видовете транспорт. Общият ѝ бюджет е над 2,003 милиарда евро.

- Интегриране на националната транспортна система в транспортната мрежа на Европейския съюз

Един от най-съществените аспекти на транспортните национална и европейска политики е да се завърши Транс-европейската транспортна мрежа. Имайки предвид, че от 2007 г. Република България е външна граница на Европейския съюз, тази програма се съсредоточава върху: подобряването на навигацията по река Дунав, завършването на приоритетни пътища и железопътни трасета с цел поемане на потоците на движение; подобряване на качеството на главните пътни и железопътни артерии, насърчаване на комбинирания транспорт и транспорта по море и по вътрешните водни пътища; развиване на висококачествен интермодален пътнически транспорт.

С постепенното завършване на интероперативната Транс-европейска транспортна мрежа и очакваното нарастване на трафика, от осъществяването на тази програма се очаква да донесе по-добра интеграция на националната транспортната мрежа с тези на ЕС и на съседните страни.

- Постигане на баланс между видовете транспорт

По-голямата част от трафика на пътници и товари в България се извършва чрез автомобилен транспорт. Пренасищането е сериозен проблем за главните пътни артерии и основните булеварди в столицата. Едновременно с това най-голямото конкурентоспособно предимство на железопътния транспорт е неговият капацитет да

пренася стоки из цялата страна гъвкаво и на ниски цени. Непълната и ниско скоростна железопътна инфраструктура, липсата на изградена инфраструктура за комбиниран транспорт и малкият капацитет на трафика в терминалите на морските и дунавските пристанища са пречка за развиването на алтернативни видове транспорт.

Реализирането на възможностите на комбинирания транспорт, съживяването на железопътния сектор, насърчаването на морския и вътрешно водния транспорт, развиването на подземния транспорт в столицата могат да осигурят инструментите за справяне със задръстванията в инфраструктурата на главната пътна мрежа и ще подкрепят постигането на по-добър баланс между видовете транспорт.

Конкретното съдържание на ОПТ е свързано с факта, че програмата точно идентифицира бенефициентите и съдържа предварително обсъден с ЕК списък на приоритетни проекти, които ще бъдат финансирани от Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд на ЕС. Проектите са разделени в четири главни приоритетни оси, както следва:

- **Развитие на железопътна инфраструктура по Транс-европейските и основните национални транспортни оси, с бюджет от 580 млн. евро**
- **Развитие на пътна инфраструктура по Транс-европейските и основните национални транспортни оси, с бюджет от 989,59 млн. евро**
- **Подобряване на интермодалността при превозите на пътници и товари, с бюджет от 211,09 млн. евро**
- **Подобряване на корабоплаването по морските и вътрешните водни пътища с бюджет от 156,85 млн. евро**

### **III. АНАЛИЗ НА ТЕКУЩОТО СЪСТОЯНИЕ**

#### **3.1. Законодателна рамка**

В съгласие с Регламента на Съвета (ЕС) № 1083/2006, Член 69, определящ основните постановления относно Европейския фонд за регионално развитие, Европейския социален фонд и Кохезионния фонд, България е задължена да осигури и публикува информация относно съфинансираните програми и операции. По време на новия програмен период 2007-2013 г. правилата за приемането на мерки за информация и публичност са включени в Регламента на Комисията (ЕС) № 1828/2006 (Прилагащ регламент), определящ подробните правила за прилагането на Регламента на Съвета (ЕС) № 1083/2006. В съгласие с правилата за прилагане УО на ОПТ ще е отговорен за публичността и прилагането на изискванията, посочени в регламента.

Информацията трябва да бъде адресирана до европейските граждани и до бенефициентите. Тя ще има за цел да подчертае ролята на Общността и да осигури прозрачност относно финансирането от фондовете.

В съгласие с Член 2 на Прилагащия регламент, УО на ОПТ ще разработи подробен комуникационен план, за да осигури стратегическата рамка на предвижданите публичност и комуникационни действия. Комуникационният план ще обхване целия програмен период 2007-2013 г. УО ще предостави подробния Комуникационен план на

Европейската комисия в рамките на четири месеца от датата на приемането на ОПТ. Като минимум, Комуникационният план ще включва следните неща:

- Цели и целеви групи;
- Стратегия и съдържание на мерките за публичност, които УО ще предприеме по отношение на потенциалните бенефициенти и обществеността, вземайки предвид приноса на Общността относно финансирането на национално, регионално и местно ниво;
- Индикативния бюджет за прилагането на КП;
- Административните отдели, отговарящи за управлението на Комуникационния план;
- Представянето на метод за оценка на мерките за информация и публичност, и техния пример за видимостта и популяризирането на Оперативната програма и ролята на Общността.

По отношение на изискванията на Прилагания регламент, УО на ОПТ ще осигури мерките за информация и публичност да бъдат приложени в съгласие с Комуникационния план (КП), с цел максимално възможното отражение в медиите при използването на всички уместни форми и методи на комуникация на подходящо национално или регионално равнище.

Управляващият орган ще е отговорен за организирането като минимум на следните мерки за информация и публичност, в съгласие с Точка 2, Член 7 на Прилагания регламент:

- Организиране на обширна информационна дейност при стартирането на ОП, дори и преди наличието на окончателна версия на КП;
- Организиране на най-малко едно основно публично събитие годишно, представящо постиженията на ОП, включително и големите инфраструктурни проекти;
- Публикуване на списъка на бенефициентите, имената на операциите и сумата на публичното финансиране;
- Поставяне на знамето на Европа пред сградата на управляващия орган в продължение на една седмица, започваща от 9 май;
- Публикуване (електронно или другояче) на списъка на бенефициентите, имената на операциите и сумата на публичното финансиране.

Като минимум, Управляващият орган ще осигури потенциалните бенефициенти с ясна и подробна информация за следното, в съгласие с Точка 2, Член 5 на Прилагания регламент:

- Възможността за финансиране, предложено съвместно от Общността и Страната членка чрез ОП;
- Критериите за подбор и изискванията, които трябва да бъдат изпълнени, за да бъде получено финансиране по ОП;

- Процедурите за проучване на кандидатски молби за финансиране и тяхната продължителност;
- Критериите за подбор на операциите, които ще бъдат финансирани;
- Контактите на национално, регионално и местно ниво, които могат да осигурят информация за ОП.

Освен това Комуникационният план взема предвид и изискванията на правната основа на Република България: Чл. 41, Глава II на Конституцията на Република България; Закона за достъп до публична информация; Комуникационната стратегия на Република България за Европейския съюз, по отношение на мерките за информация и публичност, правото на гражданите на информация и достъпа до публична информация.

### 3.2 Анализ на нагласата на обществеността и нивото на информация

Този част представя кратък анализ на нагласата на обществеността спрямо членството на България в Европейския съюз, европейската регионална и транспортна политика, предстоящото усвояване на средства от европейските фондове с фокусиране върху транспортния сектор. Представен е анализ на силните и слабите страни, благоприятните възможности и заплахите (SWOT анализ).

По време на целия период на предприемаческа подготовка на България анкети относно публичното мнение показваха, че мнозинството български граждани одобряват членството на България в ЕС. Като цяло, нивото на одобрение е високо; макар че в последните години преди присъединяването на страната се наблюдаваше лек спад. Нивото е най-високо през 2001 г. (91%), и най-ниско през 2006 г. (69%).

В края на март и началото на април 2007 г. относно нивото на информираност за ОПТ беше направено едно представително количествено проучване на населението, възложено от УО на ОПТ, относно нивото на информираност за ОПТ.

Общо 1016 граждани, на възраст от 15 години и нагоре, бяха интервюирани в цялата страна. За целите на проучването анкетирани бяха разделени на две групи:

- Анкетирани, живеещи в близост до пътищата, обхванати от проектите, финансирани по ОП „Транспорт” – целева група;
- Анкетирани, живеещи извън териториите в близост до пътищата обхванати от проектите, финансирани по ОП „Транспорт” – нецелева група.

Резултатите показват, че голяма част от анкетирани са запознати с транспортната инфраструктура в техния регион, особено в контекста на свързаността и нейното значение като част от Транс-европейските транспортни коридори. 90% от анкетирани живеят в непосредствена близост до важен път или железопътна линия.

Една пета от анкетирани от целевата група заявяват, че „не са запознати с изграждането на транспортни пътища в близост до техния град/село”. В нецелевата група съответният дял е 25% (всеки четвърти).

Познаването в подробности или отчасти (според мнението на самите анкетирани) на ОПТ е значително по-високо в целевата група (*диаграма 1*). Основният извод от резултатите, получени от социологическото проучване, е че нивото на информираност за ОПТ е много ниско. Три четвърти от всички анкетирани дори не са чували за



Оперативната програма. По-малко от 1% имат някаква, макар и неясна или твърде неточна представа за сумата на средствата, които трябва да бъдат усвоени.

Много малко от анкетиранияте посочиха, че са запознати с конкретните проекти в рамките на ОПТ. Предвид техния малък брой и системната липса на база за статистически проучвания, не могат да бъдат направени никакви изводи относно информираността за конкретните проекти. Самото им изброяване е достатъчен показател за много слабото запознаване с приоритетните проекти и оси на ОПТ. Анкетиранияте посочиха следните проекти като приоритетни проекти за финансиране от ОПТ:

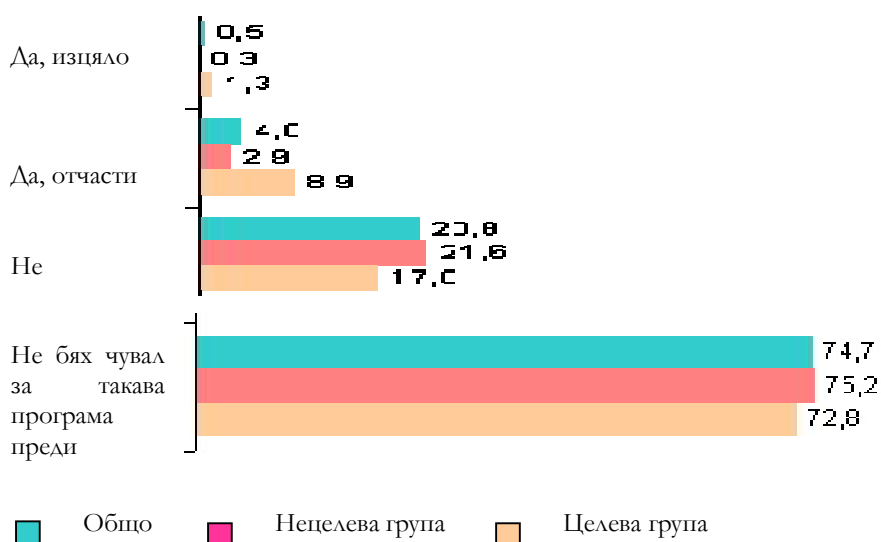
- Автомагистрала Тракия;
- Автомагистрала Струма;
- Дунав мост 2;
- Пътят Батак – Доспат – Гоце Делчев;
- Коридор VIII;
- Пътят София – Русе и др.

Изброените проекти водят до извода, че като цяло обществеността има информация и очаквания относно проекти, свързани с пътната инфраструктура. Във връзка с проектите, планирани по другите приоритетни оси, всякаква информация относно тяхната връзка с ОПТ липсва. Смятането на проекти като Магистрала Тракия и Дунав Мост 2, които ще бъдат финансирани от съответното публично-частно партньорство и предприемаческия инструмент ИСПА, за част от ОПТ, показва, че обществеността не различава проектите, финансирани от различните оперативни програми, и проектите, финансирани от други източници на финансиране.

Във връзка с това е необходимо да се работи за идентифицирането на ОПТ и нейното изтъкване на фона на другите оперативни програми, както и популяризирането на отделните проекти с наблягане на източниците на финансиране – Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд на ЕС.

## Диаграма 1

### Ниво на познаване на ОПТ 2007-2013 г. (субективна оценка)



- 65% от всички анкетирани смятат, че средствата от фондовете за проектите по ОПТ са недостатъчни;
- 77% се съмняват, че средствата се използват ефективно и по подходящ начин;
- 83% определят механизмите по усвояването като непрозрачни.

Проучването показва, че като цяло обществеността предпочита да получава информация чрез следните информационни канали:

- Телевизия – посочено от 43%;
- Медии – 13%;
- Вестници – 12%;
- Интернет – 8%;
- Радио – 6%;
- Местни медии – 4%;
- Други – 4%;

Телевизията се отличава като безспорен фаворит измежду информационните източници. От друга страна, забелязваме известна разлика в определянето на телевизията като основен и като предпочитан източник на информация. Няма съмнение, че тя е най-достъпният източник, но развитието на предпочитанията относно други информационни източници може да показва едно единствено нещо – че хората търсят последователност, цялостност и разбираемост на информацията. В този смисъл най-заинтересуваните едва ли ще се задоволят само с телевизията.

Друг важен извод, който можем да направим, е, че е абсолютно задължително да се предприемат инициативи и мерки по отношение на информацията и публичността на ОПТ. Сериозен и професионален подход е необходим за целия процес на комуникация, както за ОПТ като цяло, така и за отделните приоритетни оси и проекти на програмата.

**Комуникацията ще бъде целенасочена, както по отношение на нивото на информираност на отделните целеви групи и по отношение на нивото на доверие в секторите, отговорни за усвояването на средствата от Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд на ЕС.**

### **3.3. Анализ на българското медийно пространство и представянето на ОП „Транспорт” през периода юни-декември 2007 г.**

Българското медийно пространство се характеризира със значителен брой аудио-визуални медии, но от тях само 4 телевизионни станции (от общо 18) и 18 радиостанции имат емисии в цялата страна. Само 6 от гореспоменатите радиостанции излъчват новини и публицистични програми.

Пазарът на печатните медии също предлага богат избор. 17 национални и регионални ежедневника биват издавани, а също и 7 национални и 27 регионални седмичника.

През последните 3 години интернет базираните медии също се развиха значително, като най-популярни са информационните агенции, следвани от традиционните, които използват световната мрежа като допълнителен комуникационен канал. Основните национални печатни и аудио-визуални медии поддържат свои собствени уебпортали или уебстраници.

Наблюдава се задълбочаване на една негативна тенденция регионалните медии да следват основните теми, публикувани в централните медии, без да вземат предвид или без да поставят регионално ударение върху конкретната информация.

Анализът на медийното представяне на ОП „Транспорт” през периода юни-декември 2007 г. показва добро и уравновесено отразяване на темата от националните печатни и електронни медии, но трябва да се отбележи, че липсва задълбоченост. Организираните публични събития са отразени от различни медии веднъж, но в повечето случаи това не води до подробното разглеждане на определени подтеми и до следващи обширни материали, насочени към конкретните целеви групи.

Трябва да се отбележи, че публичните събития по инициатива на УО на ОП се радват на голям журналистически интерес. Двете регионални (в Пловдив и Сандански) и двете национални публични събития бяха отразени в 153 журналистически материала, 9 от които бяха телевизионни репортажи, 13 материала бяха излъчени по радиото, 60 публикации в интернет базираните медии и 59 в печатните. Сред отделните приоритетни оси на програмата най-много внимание се отделя на Проектите по приоритетната ос за подобряване на пътната инфраструктура, следвани от проектите, свързани с железопътната инфраструктура. Всички национални електронни и печатни медии отразиха форума за официалното представяне на одобрената от ЕС ОП „Транспорт”, проведено на 9 декември 2007 г.

Тонът на материалите свързани с ОП „Транспорт” като цяло е положителен. Почти 60% от публикациите са положителни, докато над 1/3 са неутрални. В случаите, когато материалите съдържат негативни нотки, те не са директно свързани с ОП или с действията на Управляващия орган, но са свързани с проблеми в транспортния сектор, които са възникнали в деня на публикуване на материалите.

Трябва да се отбележи, че липсата на дълбочина в материалите и преобладаващо положителният тон се дължат на големите очаквания от страна на представителите на медиите по отношение на ОП „Транспорт”, прозрачността в работата на УО и бързината, с която се осигурява информация, както и липсата на познание от страна на журналистите в областта на структурните фондове. Необходимо е също така да се вземе предвид фактът, че действителното изграждане на инфраструктурните проекти още не е започнало и че при тяхното стартиране в бъдеще ще възникне по-задълбочен интерес.

#### 3.4. Анализ на силните и слабите страни, благоприятните възможности и заплахите (SWOT анализ)

SWOT АНАЛИЗ	
СИЛНИ СТРАНИ	БЛАГОПРИЯТНИ ВЪЗМОЖНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>Изграждане на традиционни връзки с националните медии;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Обучение на висшите управленски служители за работа с медиите;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Изграждане на стабилни институционални връзки с бенефициентите;</li> <li>• Екип от опитни специалисти в Сектор „Информация и Комуникация”, които са обучени относно професионалната терминология и са запознати в дълбочина с правилата на Структурните фондове и Кохезионния фонд на ЕС;</li> <li>• Съгласуване на действията с институциите, пряко свързани с усвояването на фондовете на ЕС;</li> <li>• Възможност за планиране и координиране на публичните събития;</li> <li>• Политическата стабилност на страната;</li> <li>• Натрупаният опит от комуникацията на предприемаческите инструменти на ЕС;</li> <li>• Положителна нагласа на обществеността относно ЕС по принцип;</li> <li>• Значителна финансова помощ от ЕС за развитие и модернизация на транспортната инфраструктура след присъединяването на България;</li> <li>• Наличието на обединен национален уебсайт, съсредоточаващ общата информация за европейските фондове;</li> <li>• Положителна нагласа на обществеността относно изграждането на нова инфраструктура и подобряването на съществуващите инфраструктурни проекти.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обучение на Сектор „Информация и Комуникация” на УО;</li> <li>• Изграждане на информационна мрежа от експерти, отговарящи за информацията и публичността в структурите на бенефициентите по ОПТ;</li> <li>• Обучение на експертите, отговарящи за информацията и публичността в структурите на бенефициентите по ОПТ;</li> <li>• Разработване на Ръководство за мерките за информация и публичност на ОПТ и проектите, финансирани от програмата;</li> <li>• Изграждане на трайни и ефикасни медийни партньорства;</li> <li>• Работа отблизо с медиите под формата на работни срещи и обучения;</li> <li>• Създаване на обществен интерес към темата;</li> <li>• Развитие на специализирана уебстраница на ОПТ, в която може да се влезе и чрез линкове от други свързани портали и сайтове;</li> <li>• Привличане на висококвалифициран персонал в УО и увеличаване на административния капацитет на служителите;</li> <li>• Осигуряване на необходимото оборудване и материали с цел подобряване на работните условия;</li> <li>• Осигуряване на съответно възнаграждение за експертите в УО и бенефициентите, работещи по ОПТ и проектите, финансирани от програмата.</li> </ul>
<p><b>СЛАБИ СТРАНИ</b></p>	<p><b>ЗАПАХИ</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Общи приказки” от страна на всички държавни институции по въпросите на Структурните фондове и Кохезионния фонд на ЕС, без осигуряване на необходимата конкретна и практическа информация на отделните целеви групи;</li> <li>• Недостатъчно използване на експерти и „говорители” за медийните събития по въпросите на европейските фондове;</li> <li>• Липса на подготовка на бенефициентите относно въпросите, свързани с информацията и публичността;</li> <li>• Липса на опит от страна на висшите управленски служители на ОПТ в публичните и медийните събития;</li> <li>• Трудни за разбиране и прекалено специализирани теми и за журналистите;</li> <li>• Необходимост да се „разшифрира” специализираната информация;</li> <li>• Липса на специализирана уебстраница на ОПТ;</li> <li>• Липса на добри връзки с представителите на регионалните медии;</li> <li>• Липса на информация и познание по отношение на същността и целите на Структурните фондове и Кохезионния фонд от страна на външните целеви групи;</li> <li>• Липса на опит за работа с европейските фондове от страна на УО и бенефициентите;</li> <li>• Значителна брой новоназначени служители в структурите, отговарящи за управлението и прилагането на Комуникационния план на ОПТ, които се нуждаят от допълнително</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Загуба на интерес към темата, поради пренасищането на общественото медийно пространство с обща информация;</li> <li>• Недоверие от страна на обществеността към информацията, осигурена от управляващия орган и бенефициентите;</li> <li>• Липса на чувство за общата правителствена политика по отношение на Структурните фондове и Кохезионния фонд;</li> <li>• Използване на специализирана терминология, неразбираема за широката публика;</li> <li>• Неясни и некомпетентни външни изказвания по темата;</li> <li>• Липса на разбиране на целите и задачите на Комуникационния план от страна на Министерството на транспорта и бенефициентите;</li> <li>• Изпращане на разнопосочни сигнали и съобщения (Противоречива информация) от страна на УО, бенефициентите и други страни, участващи в управлението и прилагането на ОПТ;</li> <li>• Късно прилагане на приоритетни инфраструктурни проекти;</li> <li>• Липса на опит на българските агенции за връзка с обществеността във внедряването на кампании, които са в съгласие с изискванията на Регламентите на ЕС;</li> <li>• Недостиг на човешки ресурси за управление и прилагане на Комуникационния план на ОПТ;</li> <li>• Риск от текучество на квалифициран персонал;</li> <li>• Проблеми с природозащитните неправителствени организации;</li> <li>• Недостатъчно прозрачност при</li> </ul>
---	---

<p>обучение;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Недоверие от страна на обществеността към бъдещото ефективно и резултатно изразходване на средствата от европейските фондове.</li> </ul>	<p>реализирането на тръжните процедури;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Установяване на нередности по време на прилагането;</li> <li>• Загуба на европейските ресурси поради неспазване на правилото n+2 и n+3.</li> </ul>
--	---

## IV. СТРАТЕГИЯ И КОМУНИКАЦИОННИ МЕРКИ ЗА ПОСТИГАНЕ НА ЦЕЛИТЕ

### 4.1. Обща цел на Комуникационния план

Въз основа на анализа на съществуващото състояние, предприсъединителния опит и с оглед на конкретните параметри на Оперативната програма „Транспорт“, стратегията на КП постановява общата цел:

**Да се популяризира и представя Оперативната програма относно транспорта, а също и приносът на Общността в развиването на транспортната инфраструктура в България.**

**Първо**, това означава осигуряване на необходимата конкретна и практическа информация на бенефициентите и широката публика, включително в печатна форма и онлайн. Преобладаващите „общии приказки“ постепенно ще бъдат заменени от конкретна информация, идваща от надеждни експертни източници. Фактичката информация относно развитието на проектите ще бъде представена. Конкретността ще бъде интерпретирана по два начина: а) относно видовете транспорт в ОПТ; б) относно самите проекти.

**Второ**, това означава, че не само бенефициентите ще получат адекватна информация, но и те самите ще бъдат ръководени и обучавани по въпросите, свързани с информацията и публичността, така че да служат като по-нататъшни комуникатори за ОПТ. Специално внимание ще се обърне на новоназначените служители без опит по темата или в областта на комуникацията. Обучението по въпросите относно информацията и публичността ще бъдат използвани като инструмент за преодоляване на идентифицираните слабости относно липсата на подготовка у бенефициентите в областта на информацията и публичността и заплахата относно недостатъчна прозрачност при осъществяване на тръжните процедури.

**Трето**, ще бъде търсено и насърчавано участието на висшите управляващи служители посредством тяхното участие в публичните и медийните събития, като дори ще се предлага обучение в тази област. Те често са начело при формирането на мнение и трябва да бъдат запознати не само с въпросите на ОП „Транспорт“, но и по-общо с целите и постиженията на кохезионната политика на ЕС. Обученията на управленските кадри на ОПТ и бенефициентите в областта на публичната комуникация, тяхното активно участие в публични събития и редовните връзки с представителите на медиите, ще имат значителен принос за минимизирането на следните заплахи: използване на специализирана терминология, неразбираема за широката публика; липса на разбиране

на целите и задачите на Комуникационния план от страна на Министерството на транспорта и бенефициентите; изпращане на разнопосочни сигнали и съобщения (противоречива информация) от страна на УО, бенефициентите и други страни, участващи в управлението и прилагането на ОПТ.

И накрая, за да достигнат до обществеността, комуникаторите ще бъдат насърчени да използват по-несложен и технически език, докато представителите на медиите ще бъдат обучени по темите на ОПТ. Логиката на това е, че двете страни трябва да направят усилия да се сбlijат – администрацията да се научи да използва по-малко технически и специализиран език и терминология, докато медиите ще се опитат да навлязат в областта на транспортната политика и кохезионното финансиране. Процесът може да бъде подобрен още и от съвместни прояви и други начини за сбlijаване и установяване на добри връзки между администрацията и медиите, като се набляга на регионалните медии, които имат по-ограничен достъп и ресурси, но са по-близо до населението и проблемите на място ниво.

Като се има предвид, че ОПТ ще подкрепи основни инфраструктурни проекти за различни видове транспорт, ще има индивидуален подход към всеки проект, съответстващ на вида транспорт, географското местоположение, характеристиките на региона, обществения интерес и не на последно място техническата специфика на всеки проект и етапа на неговото прилагане.

Пътните проекти са от общ интерес, но автомагистралните проекти са най-важни за по-широката общественост във всички части на България. Проектите за първокласни пътища като Кърджали – Подкова са по-важни и интересни за населението в съответния регион и за транспортните и логистичните фирми. Общият извод е, че обществеността като цяло и бизнесът са заинтересувани от развитието на националната транспортната мрежа. Нивото на кампаниите за Приоритетна ос 1 ще бъде смес от национална и регионална информационни кампании по протежение на отделните проекти. Уебсайтът на ОПТ, националните и регионални медии и публичните събития, като семинари, информационни дни и дискусийни форуми, ще бъдат най-често използваните комуникационни канали. Отличните медийни отношения ще бъдат един от успешните ключове за осигуряване на дългосрочна обществена подкрепа. По време на строителните работи ще бъде обърнато специално внимание на целевата група на транспортните и логистични фирми и на частните шофьори. Актуализирана ежедневно информация за алтернативни пътища ще бъде публикувана на уебсайтовете на ОПТ и Министерството на транспорта, и ще бъде изпращана до националните и съответните регионални медии. Специални табла ще информират шофьорите, че на този път се извършват ремонти и ще показват алтернативен път.

На този етап железопътните проекти не са толкова популярни в сравнение с пътната инфраструктура, но те също представляват интерес за обществеността. Използващите железопътен транспорт са заинтересувани на първо място от качеството на железопътния състав и на услугите, и след това от безопасността и скоростта на влаковете. Целевата група от пътници включва най-вече студенти, пенсионери и хора с нисък доход. Относно това общите комуникационни кампании за железницата ще бъдат на национално равнище и конкретните кампании ще бъдат насочени към потребителите. Ще бъдат използвани табла на железопътните гари по проектната ос, стикери във влаковете, сред пътниците ще се разпространяват диглазки и ще се използват и други подходящи комуникационни канали и инструменти. В регионите, в които ще бъдат прилагани проектите, ще бъдат организирани информационни дни за медийните, регионалните и местните власти и други заинтересувани страни.

Развитието на интермодалността е представено в ОПТ чрез изграждането на два проекта в региона на столицата София. Комуникацията относно разширяването на Софийското метро ще наблегне на подобряването на условията на движението и околната среда в града, спестяването на време и удобството на пътниците. Основната целева група за кампанията ще бъдат гражданите на София, гостите на София и общината. Дейностите ще включват метро медийна реклама, публични събития, медийни връзки и разработване на информация и маркетингови материали. Поради смяната на маршрутите по време на строителните работи ще бъде приложен същият подход както при пътните проекти. Изграждането на интермодален терминал в София е проект, който се нуждае от национална комуникация, но основните усилия ще се съсредоточат върху основните акционери – транспортните и логистични фирми и социално-икономическите партньори. Най-подходящите комуникационни канали за достигане на тази група са специализираните медии, кръглите маси и интернет.

Проектите, свързани с подобряването на морското и вътрешно речно корабоплаване, са най-трудните за комуникация до широката общественост. Стратегията включва елементи на национална комуникация за обществеността, но като част от общите комуникационни кампании за ОПТ. Заинтересуваните целеви групи са граждани на Русе и Варна поради географското местоположение за прилагането на проектите. Основните целеви групи са фирмите, които осигуряват речни и/или морски транспортни услуги и българските администрации „Пристанища” и „Корабоплаване” по течението на река Дунав и Черноморското крайбрежие. Местните медии, специализираните медии, семинари и интернет ще бъдат най-ефективните комуникационни канали за привличане на основните целеви групи. Относно проекта за подобряване на навигацията по река Дунав в общите българо-румънски участъци, ОУ на ОПТ ще започне комуникационни кампании с румънската страна.

В съгласие с изискванията, постановени в Регламента на Съвета (ЕС) № 1083/2006 и Регламента на Комисията (ЕС) № 1828/2006, този процес ще подчертава ролята на Общността и ще гарантира, че осигуряването на финансиране от фондовете ще е напълно прозрачно.

До голяма степен общите цели на КП са предварително определени от изискванията, посочени в Регламента на Съвета (ЕС) № 1083/2006 и Регламента на Комисията (ЕС) № 1828/2006. Те са:

- Страната членка и Управляващият орган ще осигурят информация и ще популяризират операциите и съфинансираните програми;
- Информацията ще бъде адресирана до европейските граждани и до бенефициентите, като ще цели да подчертае ролята на Общността и да гарантира, че осигуряването на финансиране от фондовете е прозрачно;
- Потенциалните изпълнители на проекти ще бъдат информирани за възможностите за кандидатстване, правилата и процедурите;
- Фактичката информация относно развитието на проектите ще бъде популяризирана.

## 4.2. Конкретни цели



Общата цел на Комуникационния план може да бъде постигната посредством реализирането на няколко конкретни цели, които обхващат всички комуникационни нива.

- **Конкретна цел 1** – да се комуникират помощта от Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд на ЕС, осигурени чрез ОПТ, възможностите за кандидатстване, дадени от програмата, и обществената полза от неговото прилагане.
- **Конкретна цел 2** – да се улесни успешното прилагане на ОПТ посредством ефикасна вътрешна и външна комуникация.
- **Конкретна цел 3** – да се осигури успешното реализиране на проектите чрез запознаване на бенефициентите с техните отговорности в процеса на усвояване на европейските фондове и чрез навременна, разбираема и качествена комуникация с бенефициентите, изпълнителите на проектите и основните акционери.
- **Конкретна цел 4** – да се съобщят ползите от отделните проекти, финансирани от ОПТ, а също и подобрените видове транспорт, като се подчертае конкретният принос за развитието на националната инфраструктура и за икономиката и обществото като цяло.
- **Конкретна цел 5** – да се осигури прозрачност в усвояването на ресурсите от Европейския фонд за регионално развитие и Кохезионния фонд на ЕС и да се разпространи информацията относно резултатите от наблюдението на програмата и оценката на напредъка, постигнат чрез прилагането на ОПТ.

#### 4.3. Етапи и приоритети на Комуникационния план

Предвид дългосрочния период, обхванат от КП, седемгодишният период беше разделен на три основни етапа с конкретни приоритети:

а) Етап I

- Подготовка и въвеждане – 2007-2009 г.

**Приоритети:**

- Подготовка и разпространяване на информацията относно приоритетите, целите и мерките на ОПТ.
- Активна обяснителна работа с бенефициентите и изпълнителите на проектите по Структурните фондове и Кохезионния фонд на ЕС.

б) Етап II

- Комуникация на междинните резултати и ускоряване на отделните мерки – 2010- 2012 г.

**Приоритети:**

- Прозрачност в изразходването на средствата от европейските фондове, разпространяване на информация относно напредъка по приоритетите и проектите, определени в ОПТ.
- Насърчаване на дейността на бенефициентите и изпълнителите за реализирането на проектите.
  - с) Етап III
    - Представяне на постиженията – 2012-2013/2015 г.

#### Приоритети:

- Представяне на постигнатите резултати и постижения от използването на европейските фондове при осъществяването на приоритетите и проектите, посочени в ОПТ, а също и влиянието, което те ще окажат в бъдеще.
- Започване на дискусии относно приоритетите и целите на ОПТ по време на следващия програмен период.

В добавка на графика на комуникационния процес, предвид курса на усвояване на средствата, Стратегията посочва още две паралелни комуникационни нива.

**Първото ниво** е свързано с работата на бенефициентите и тържните процедури, които те изпълняват. В допълнение към общата стратегическа цел, която трябва да бъде следвана в комуникационния процес, а също и конкретните цели, това комуникационно ниво ще бъде насочено най-вече към активното сътрудничество и комуникацията през периода на подготовка на проекта и прозрачността на процедурите.

**Второто ниво** е свързано с отделните сектори на икономиката и обществения живот, които ще извлекат полза от проектите за финансиране – пътната инфраструктура, железопътната инфраструктура, интермодалния транспорт на пътници и товари, морския и вътрешно воден транспорт.

По време на целия седемгодишен период на Оперативната програма съобщенията и визията в комуникационния процес ще бъдат унифицирани. Необходимо е да се разработи основно съобщение, основано на отговорите на няколко въпроса:

- Към кого е насочено то?
- Кой се нуждае от информация?

Изборът на основното съобщение е важен въпрос. Съобщението ще бъде кратко и ясно формулирано, положително, лесно за помнене и съответстващо на нивото на целевата публика. Разработването на лого и слоган на ОПТ е важен въпрос за прилагането на Комуникационния план. За да се постигне двоен ефект чрез събирането на възможно най-широк кръг от идеи и предложения за лого и слоган, и едновременно с това да се популяризира ОПТ, методът, с който ще се постигне най-високо качество и резултатност, е организирането на национален конкурс. Допълнителен ефект от организирането на конкурс ще бъде постигнат от отразяването му в медиите, което е един непряк начин за популяризиране на самата Оперативна програма.

От голямо значение е прилагането на гъвкав и активен подход при разработването на комуникационните мерки, като се има предвид възможността за промени, които ще бъдат необходими в процеса на работата и ще бъдат основани на натрупания опит.

#### **4.4. Индикативни мерки**

Мерките, които ще бъдат предприети по време на седемгодишния период, ще бъдат насочени към постигането на общата и конкретните цели на Комуникационния план. С оглед на качествено наблюдение и оценка на изпълнението те трябва да бъдат измерими.

- Развитие на лого и слоган на ОПТ
- Информационни и рекламни кампании според видове транспорт или конкретни проекти

Всяка година УО на ОПТ ще организира информационни и рекламни кампании за широката публика на национално равнище, за да популяризира ОПТ и европейските фондове. Ударението ще бъде върху ползата от прилагането на програмата за населението на България и за икономическото развитие на страната, както и върху факта, че европейските фондове подпомагат тези важни национални инфраструктурни проекти. По време на тези кампании отношенията с националните медии ще бъдат приоритет.

- Успоредно с това ще има такива кампании на регионално и местно ниво с ударение върху проекта, който ще бъде или вече е изпълняван в региона. Целта е да се стимулира подкрепата на обществеността за проекта, да се обясни ползата за местната общност и да се популяризира европейската помощ; тясното сътрудничество с представителите на местните и регионалните медии и власти е ключов фактор за успешното прилагане; разработване на информационни и маркетингови материали

- Изграждане и поддържане на информационна мрежа сред заинтересуваните организации и сектори; Ръководство за УО, бенефициентите и организаторите на проекта относно прилагането на мерките за информация и публичност

Ръководството ще бъде наръчник относно това как да се комуникира с различните целеви групи, да се даде съвет за най-резултатните инструменти и канали. Това ще бъде информация относно документите на ЕС за публичността и комуникациите и принципите на връзките с обществеността. Ще има списъци с необходимите неща за подготовка на прессъобщения, организиране на пресконференции и публични събития. Ще бъдат включени практически съвети за разработване на комуникационни планове. Като приложение ще бъде включено визуално ръководство, което е много важен инструмент за бенефициентите и за организаторите на проекта. Както е посочено в Националната комуникационна стратегия на НСРР, логото на НСРР, представящо всички проекти на ЕС в областта на структурната политика в България, ще бъде използвано съвместно с логото на ОПТ. Като цяло Ръководството ще съдържа три основни части за трите основни участници в КП на ОПТ: УО на ОПТ, бенефициентите по ОПТ и организаторите на проекта.

- Разработване на документални филми за основните проекти, финансирани от ОПТ

УО на ОПТ ще подкрепи разработването на документални филми за основните проекти, финансирани от Европейските фондове. Бенефициентите и организаторите на проекта ще бъдат ангажирани в този процес. Документалните филми ще бъдат представени пред широката общественост по национален телевизионен канал. Те ще бъдат качени на уебсайта на ОПТ, така че всеки, който има интерес, ще може по всяко време да види историята на строежа на основните проекти в България.

- Публични събития

УО на ОПТ ще организира най-малко едно основно информационно събитие, представящо постиженията на програмата, включително основните проекти и подкрепата на Общността за развитието на националната транспортна инфраструктура. Годишното основно събитие ще бъде организирано като дискуссионен форум с участието на акционерите, представителите на медиите и членовете на Представителството на Европейската комисия в България.

Този тип събития могат да бъдат приспособени за различните видове целеви групи. Широк кръг участници могат да бъдат поканени: експерти от УО на ОПТ и бенефициентите, организаторите на проекта, социално-икономически партньори, политици, представителите на медиите и други. Всички публични събития, организирани от УО на ОПТ, ще бъдат съобщени чрез медиите, интернет сайта на ОПТ и лични покани. По време на събитията ще бъдат разпространени информационни и маркетингови материали.

Експерти от УО на ОПТ ще вземат участие в публични събития, организирани най-вече от бенефициентите, но също и от други институции или организации, с цел да представят програмата и проектите, съфинансирани от Европейските фондове. Те ще направят представянния или ще участват в сесии с въпроси и отговори и дискусии и ще разпространят информационни материали.

Специално внимание ще бъде отделено на събития на тема различните видове транспорт. За този тип събития ще бъдат подготвени конференции със специални представяния, подчертаващи основната тема на събитието (например, пътища, железопътен транспорт, интермодалност). Ако е уместно, експерти от различните бенефициенти ще направят представянията.

- Връзки с медиите

Медиите са ключовият информационен канал за достигане на широката публика. Те изискват специално внимание и подход, специализирано обучение и редовни контакти с отговарящите за транспортните въпроси. Затова представителите на медиите ще бъдат ръководени и с тях ще се комуникира като отделна целева група. Учебни посещения на представителите на медиите в Европейската комисия и страните членки на ЕС. Пресконференции и брифинги ще бъдат организирани, ще бъдат разпространявани прессъобщения. Представителите на медиите ще бъдат подпомагани чрез разработването на документални филми или публикации относно ОПТ и проектите, финансирани от ОПТ.

- Интернет и уебсайт

Относно изискванията от Член 7, абз. 2, т. г) на Прилагащия регламент, УО на ОПТ публикува електронно списъка на бенефициентите, имената на операциите и сумата на публичното финансиране, опуснатата за операциите. Информацията е на разположение

на уебсайта на ОПТ [www.optransport.bg](http://www.optransport.bg), на уебсайта на Министерството на транспорта [www.mt.government.bg](http://www.mt.government.bg) и на националния уебсайт за Структурните и Кохезионния фондове [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg). На уебсайта на ОПТ е публикувана допълнителна информация за проектите, например обема на проектите и основните дейности.

Публикуваните данни за бенефициентите по ОПТ са представени в Приложение 1 и могат да бъдат намерени на следния линк:

[http://www.optransport.bg/upload/docs/table\\_list\\_beneficiaries\\_\\_OPT\\_may\\_2008.pdf](http://www.optransport.bg/upload/docs/table_list_beneficiaries__OPT_may_2008.pdf)

Списъкът на бенефициентите ще бъде актуализиран всеки шест месеца – преди 1 юни и след 1 октомври всяка година. След завършването на всеки проект и след окончателното плащане, първоначалните цифри на задълженията ще бъдат заменени със сумите, платени в действителност.

УО на ОПТ публикува информацията за бенефициентите в една брошура, приготвена за основните събития за популяризиране на началото на програмата през декември 2007 г.

Относно Решение на Министерския съвет № 121/31.05.2007 г. УО на ОПТ се задължава да публикува електронно индикативна работна програма на ОПТ за текущата година до 31 януари. УО на ОПТ реши да актуализира информацията най-малко два пъти годишно, ако е необходимо. Форматът и съдържанието на индикативната работна програма на ОПТ са представени в Приложение 1. Индикативна работна програма за годината е публикувана на уебсайта [www.optransport.bg](http://www.optransport.bg) със следния линк <http://www.optransport.bg/page.php?c=126&d=120>

Информацията и комуникационните мерки, реализирани от УО на ОПТ, с активното участие на бенефициентите, ще гарантира прозрачност и откритост по отношение на фондовете от ЕФРР и КФ, а също и обществената подкрепа за проектите, финансирани от ОПТ.

## V. ЦЕЛЕВИ ГРУПИ

За целите на Комуникационния план и въз основа на националното представително социологическо проучване, проведено през периода април-май 2007 г., бяха идентифицирани следните основни целеви групи, които представят конкретна публика:

- Вътрешни целеви групи;
- Външни целеви групи;
- Посреднически целеви групи.

Това разделение е основано на конкретната роля на всяка група по отношение на ОПТ, както и на различията в нивото на информация, нивото на интерес, и предпочитаните комуникационни канали.

### 5.1. Вътрешни целеви групи:

- Управляващият орган на ОПТ – Дирекция „Координация на програми и проекти” в Министерството на транспорта;
- Бенефициентите – Национална компания „Железопътна инфраструктура”; Фонд „Национална пътна инфраструктура”; Изпълнителна агенция „Морска администрация”; Изпълнителна агенция „Проучване и поддържане на река Дунав”; „Метрополитен” ЕАД;
- Централно координиращо звено – Дирекция „Управление на средствата от Европейския съюз”, Министерство на финансите;
- Дирекция „Одит на средствата от Европейския съюз”, Министерство на финансите;
- Сертифициращ орган – Дирекция „Национален фонд”, Министерство на финансите;
- Членове на Комитета за наблюдение на ОПТ;
- Управляващите органи на оперативни програми в Министерството на регионалното развитие и благоустройството, Министерството на икономиката и енергетиката, Министерството на околната среда и водите, Министерството на труда и социалната политика, Министерството на държавната администрация и административната реформа и Министерство на финансите;
- Служители на Министерството на транспорта.

По отношение на вътрешните целеви групи, специално внимание трябва да се отдели на групата на бенефициентите. Според традиционния подход тази група трябва да бъде поставена заедно с външните целеви групи. Като се вземе предвид броят на бенефициентите по ОПТ – пет, а също и характерът и честотата на неофициалната размяна на информация между тях и управляващия орган, трябва да имаме предвид, че той се различава значително от начина, по който информацията ще бъде обменяна с другите групи, посочени като външни. Работата с бенефициентите ще изисква сериозна дейност в областта на вътрешната комуникация на всички нива.

## **5.2. Външни целеви групи:**

- Потенциални изпълнители на проектите;
- Изпълнителите на проектите;
- Европейската комисия;
- Социално-икономически партньори;
- Неправителствени организации;
- Академичните среди;
- Широката публика – разнообразна група, състояща се от населението на страната;

- Основни акционери – национални и международни транспортни организации, транспортни оператори, строителни и консултантски фирми от сектора и др.

### 5.3. Посредническа целева група:

- Представителите на медиите;
- Политици;
- Водачи на публичното мнение;
- Сектор „Информация и Комуникация” в УО на ОПТ;
- Централен информационен офис за Структурните фондове, Министерство на финансите;
- 28 регионални информационни центъра на Централния информационен офис;
- Експерти или сектори в управляващите органи на оперативните програми, отговарящи за мерките за информация и публичност;
- Информационен център на Представителството на Европейската комисия в България;
- Информационни центрове на обществените институции – бенефициенти по ОПТ.

## VI. КОМУНИКАЦИОННИ КАНАЛИ

Изборът на комуникационни канали беше съобразен главно със специфичните характеристики на целевите групи, а също и с вида и темата на съобщението, което трябва да бъде предадено. Резултатите от социологическото проучване, поръчано от УО на ОПТ, посочващи най-предпочитаните от целевите групи комуникационни канали, също бяха взети предвид. Най-важно е да се използват активно каналите, които гарантират най-добре, че съобщението ще стигне до желаната аудитория. При планирането на комуникационни кампании и дейности, особено в областта на смесването на медиите, е много важно да се вземат предвид предпочитанията на отделните групи да бъдат информирани посредством съответните канали, както и развитието в приоритизирането на комуникационните канали. Тази информация ще бъде актуализирана годишно посредством провеждането на социологически проучвания, за да могат навреме да се вземат предвид промените в предпочитанията на целевите аудитории.

**Основните комуникационни канали, които ще бъдат използвани за външните целеви групи, са като следва:**

- Телевизионни станции;
- Радиостанции;
- Ежедневници;
- Седмични вестници;
- Списания;
- Специализирани публикации;
- Външни реклами (табла, постери, реклами на превозни средства);
- Информационни брошури (листовки, диплянки);
- Интернет;
- Участие в панаири и специализирани изложби;
- 28 областни информационни пункта, управлявани от Централния информационен офис в Министерството на финансите;
- Пунктове за директна европейска информация;
- Външни комуникационни инструменти.

Въз основа на проведеното проучване на нивото на информация и информационните нужди на целевите групи на Оперативната програма „Транспорт” 2007-2013 г., използването на комуникационните канали беше приоритизирано съгласно вътрешните и външни целеви групи.

### **Външни целеви групи**

<b>Подгрупи</b>	<b>Комуникационни канали (подредени по приоритет)</b>
Потенциални изпълнители на проектите и избрани изпълнители на проектите	Уебсайт Е-портали Срещи Семинари Електронна поща Печатни материали Телевизия Радио Други медии Дискусии



Европейска комисия	Срещи Официална кореспонденция Електронна поща Уебсайт Медии Пунктове за директна европейска информация
Социално-икономически партньори	Срещи Дискусии Семинари Официална кореспонденция Уебсайт Печатни материали Електронна поща Телевизия Радио Други медии
Неправителствени организации	Срещи Семинари Дискусии Електронна поща Уебсайт Печатни материали Е-портали 28 областни информационни центъра Пунктове за директна европейска информация  Телевизия Радио Други медии
Широката публика - разнородна група, състояща се от населението на страната	Телевизия Национални вестници Интернет Регионални електронни медии Регионални печатни медии Публични събития Печатни материали 28 областни информационни центъра Пунктове за директна европейска информация  Общински структури
Основни акционери – национални и международни транспортни организации, транспортни оператори, строителни и консултантски фирми от сектора	Уебсайт Срещи Семинари Официална кореспонденция Електронна поща Печатни материали Е-портали 28 областни информационни центъра

	Телевизията Радио Други медии
--	-------------------------------------

### Вътрешни целеви групи

Подгрупи	Комуникационни канали (подредени по приоритет)
Управляващ орган	Уебсайт / Интранет сайт Среци Семинари Електронна поща Изграждане на екипи
Централно координационно звено	Среци Електронна поща Официална кореспонденция Семинари
Бенефициенти	Среци Електронна поща Официална кореспонденция Уебсайт/ Интранет сайт Семинари Дискусии Информационни материали
Дирекция „Национален фонд” - Сертифициращ орган	Официална кореспонденция Среци Уебсайт/ Интранет сайт Семинари
Управляващите органи на оперативни програми	Среци Официална кореспонденция Уебсайт/ Интранет сайт Електронна поща
Обществени служители и управители, директно ангажирани в управлението на ОПТ	Среци Официална кореспонденция Електронна поща Уебсайт/ Интранет сайт
Членове на Комитета за наблюдение на ОПТ	Електронна поща Сесии на Комитета за наблюдение Семинари Рекламни и информационни материали Дискусии Официална кореспонденция

Служители на Министерството на транспорта	Уебсайт / Интранет сайт Интранет сайт на Министерството на транспорта Електронна поща Рекламни и информационни материали
Дирекция „Одит на средствата от Европейския съюз” – Одитиращ орган	Официална кореспонденция Срещи Електронна поща

## VII. АДМИНИСТРАТИВНИ ИНСТИТУЦИИ ОТГОВАРЯЩИ ЗА ПРИЛАГАНЕТО НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН

Отговорността за изготвянето и прилагането на КП е на УО на ОПТ. За да бъдат постигнати целите на Комуникационния план, е необходима активна съвместна работа на отговорните институции и организации, както и изграждането на информационна мрежа, което е изискване и на Регламента на Комисията (ЕК) № 1828/2006. Лицето за контакти, отговорно за мерките за информация и публичност, е г-жа Магдалена Димитрова, директор на Сектор „Информация и комуникация” в Дирекция „Координация на програми и проекти” към Министерството на транспорта. Данни за връзка: телефон: ++3592 9409 610; факс: 3592 9409 795; e-mail: [mtdimitrova@mt.government.bg](mailto:mtdimitrova@mt.government.bg); адрес: ул. Дякон Игнатий 9, 1000 София, България.

Както е постановено в Националната комуникационна стратегия на НСРР, *секторите за информация и публичност на УО на ОП* са отговорни за въвеждането на мерките за информация и публичност в следните области:

- Съдържание на Оперативните програми и връзката им с НСРР
- Осведомяване на потенциалните бенефициенти за възможностите и изискванията за финансиране от съответната Оперативна програма
- Дейности на Междинните звена
- Подготовка и въвеждане на Оперативните програми
- Представяне на постиженията на Оперативните програми
- Популяризиране на Европейската кохезионна политика и европейските политики, които са въведени чрез съответната Оперативна програма.

УО на ОП имат водеща роля в координирането на мерките за информация и публичност на МО към съответните ОП. Всеки УО на ОП ще поддържа специализиран уебсайт с информация относно дейностите на съответната ОП, което ще включва информация относно дейностите на съответните МО и линкове към техните уебсайтове, унифицирания уебсайт относно СКФ, подкрепян от ЦИО и уебсайта на Комисията. Всеки УО трябва да идентифицира своите конкретни целеви групи, най-ефективните си комуникационни канали и съобщения. КП на ОП ще осигурят възможности за актуализиране на информацията, съобщенията и инструментите, съответстващи на

разнообразието от информационни нива на целевите групи и подкрепата на обществеността относно различните приоритети и теми.

## 7.2. Сектор „Информация и комуникация” към УО на ОПТ

Сектор „Информация и комуникация” е основна част от УО. Основната функция на този сектор е въвеждането на Комуникационния план на ОПТ и постигането на целите, изложени в него. Задачите на този сектор се състоят главно в:

- Разработване на КП на ОПТ;
- Подпомагане на управата на УО на ОПТ в преговори относно КП с ЕС;
- Координиране на КП на ОПТ с Комуникационната стратегия на НСРР;
- Управление и прилагане на КП на ОПТ;
- Изготвяне на доклади относно прилагането на мерките за информация и публичност;
- Разработване на маркетингова информация и материали;
- Разпространяване на информация относно финансовите възможности, осигурени от ЕС и националното съфинансиране посредством ОПТ;
- Мониторинг и контрол на изпълняването на изискванията за информация и публичност на ЕС от страна на бенефициентите и изпълнителите на проектите;
- Осигуряване на информация относно правилата за разрешени разходи;
- Проверка на проектодоговорите на бенефициентите с изпълнителите относно съществуването на уредба за прилагане на мерките за информация и публичност според регламентите на ЕС;
- Подготовка на доклади за Комитета за наблюдение относно напредъка в прилагането на Комуникационния план на ОПТ;
- Разпространяване на информационни материали относно ОПТ и Политиката на сближаване на Общността
- Организиране на социологични проучвания;
- Организиране на създаване и поддържане на уебсайт на ОПТ;
- Изграждане на и координиране на информационна мрежа, състояща се от експерти по информацията и публичността от структурите на бенефициентите;
- Координиране на планирани от ОПТ комуникационни мерки с комуникационни дейности, планирани от други управляващи органи.

Сектор “Информация и комуникация” (ИК) ще се състои от най-малко трима цивилни служители, пряко участващи в комуникациите, със следните функции и отговорности:

➤ Директор на сектора и Отговорник по пресата: ръководи сектор ИК; комуникира пряко с медиите; поддържа отношенията и координира дейностите със съответните сектори в други УО; разработва, прилага и оценява КП на ОПТ за периода 2007-2013 г.; Започва и подготвя тръжни процедури за избор на изпълнител за дейностите в КП; представя УО на ОПТ в структурите на ИНФОРМ в ГД „Регионална политика” на Европейската комисия и в Националната мрежа на експертите по информация и публичност в Оперативните програми.

➤ Отговорник по управлението на информация, публикации и събития: отговаря за връзката с бенефициентите по отношение на мерките за информация и публичност, както и за мониторинга и контрола на тяхното прилагане от страна на

бенефициентите и изпълнителите; подготвя и разпространява информационни материали; подготвя и осъществява публични събития.

➤ Служител по вътрешни комуникации и уебсайта: актуализира съдържанието на уебсайта на ОПТ; ръководи дейностите, прехвърлени на външни изпълнители; отговаря за дейностите, свързани с мониторинга на КП 2007-2013 г.; координира вътрешните събития и обучения на УО.

Конкретните параметри на някои от мерките за информация и публичност изискват те да бъдат прехвърлени на външни изпълнители (дизайн, предпечатна подготовка, социологични проучвания, оценка и др.) Сектор „Информация и комуникация” е отговорен за управлението на тези договори, за контролиране на високото качество и навременната доставка на услуги и стоки, както и ще следи договорите да бъдат сключвани според Закона за обществените поръчки.

## 7.2. Бенефициенти

Бенефициентите ще отговарят за комуникацията на проектите, за които са отговорни. Те трябва да гарантират прозрачността и да подчертаят ролята на Общността на проектно ниво. Те трябва да подкрепят, координират и контролират прилагането на комуникационните планове на проектно ниво, което ще бъде отговорност на организаторите на проекта.

УО отговаря за прилагането на КП на ОПТ, но с оглед на конкретните параметри на Оперативната програма, успешното прилагане на комуникационните дейности е рисковано без активното и отговорно участие от страна на бенефициентите.

С цел да се намали този риск, всеки бенефициент трябва да назначи най-малко един експерт, който да е пряко отговорен за прилагането на мерките за информация и публичност, което е отговорност на бенефициентите. От своя страна, УО ще осигури обучението и постоянното увеличение на квалификацията на тези експерти и ще състави Ръководство за мерките за информация и публичност за ОПТ. С цел координиране, обмяна на опит и укрепване на капацитета, се предвижда на всеки три месеца да бъдат провеждани работни заседания на експертите, отговорни за комуникациите в УО на ОПТ и на организациите на бенефициентите.

През май 2008 г. бенефициентите назначиха свои отговорници по публичността както следва:

- Недялка Бонева, главен експерт, Изпълнителна агенция „Морска администрация”, България;
- Наталия Чертоянова, главен експерт, Отдел „Стратегическо развитие и инвестиционни проекти”, Национална компания „Железопътна инфраструктура”;
- Илия Цветков, директор на Сектор „Подготовка, търгове и договори”, Отдел Дирекция „Изпълнение на проекти по Оперативна програма „Транспорт” и Кохезионния фонд”, Отдел „Програма ИСПА”, Национална агенция „Пътна инфраструктура”;
- Дафинка Тодорова – експерт по рекламите, „Метрополитен” ЕАД

Първото официално координационно заседание между УО на ОПТ и отговорника за публичността, посочен от бенефициентите, се състоя на 26 май 2008 г. Основните теми

бяха нуждите от координация и обучение в областта на комуникацията, както и дизайнът на таблата и най-подходящите места, на които да бъдат поставени.

УО отговаря за координирането на планирането на публични събития и информационни кампании, които бенефициентите планират да организират във връзка с проектите, финансирани по ОПТ. Експертите, отговарящи за мерките за информация и публичност в структурите на бенефициентите, ще бъдат длъжни да информират изпълнителите по проекта, че проектът е съфинансиран от европейските фондове, да работят заедно с изпълнителите по отношение на публичността, и да контролират прилагането на мерките за информация и публичност, в съгласие с изискванията на Прилагащия регламент.

До октомври 2008 г. УО ще състави подробно Ръководство за прилагане на мерките за информация и публичност на ОПТ. То ще включва приложение с образни напътствия (графични стандарти) за логото на ЕС и логото и слогана на ОПТ.

### **7.3. Координиране на дейностите във връзка с публичността между УО на ОПТ и ОПТП**

Централният информационен офис (ЦИО), чиято задача е да комуникира НСРР, Кохезионната политика на ЕС, а също и обща информация относно помощта от Структурните фондове и Кохезионния фонд на ЕС, се намира в Министерството на финансите. Една от основните функции на ЦИО е да изгради информационна мрежа на национално равнище и да координира комуникационните кампании на отделните УО, за да се избегне дублиране на дейностите и за ефективното изразходване на финансовите ресурси планирани за информация и публичност.

Както е постановено в Националната комуникационна стратегия, Централният информационен офис отговаря за разработването и поддръжката на национална мрежа, която включва експертите, ангажирани с мерките за информация и публичност (ИП) в рамките на УО на ОП.

Основната цел на Националната мрежа на комуникаторите е да установи комуникация и координация между всички планирани комуникационни дейности и да осигури координирана и по-ефикасна употреба на средствата за разпространяване на информация и предаването на единни съобщения, да повиши общественото съзнание по отношение на ЕС, НСРР и различните ОП. Служителите по публичността в ОПТ са част от Мрежата и участват във всички заседания и дискусии за координиране. Сектор ИК редовно информира ЦИО за планираните дейности и изпраща новини за уебсайта [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

#### **Информационна мрежа на местно ниво**

За да се осигури географско покритие за територията на България беше възприет мрежов подход на ресурсните центрове. С оглед на постигане на равенство и прозрачност и за осигуряване на непосредствен и подходящ достъп до информация относно целите на Политиката на сближаване на ЕС и НСРР, се предвижда ЦИО да изгради и координира мрежа от 28 областни информационни центъра (ОИЦ). Те ще гарантират правото на справедлив и пълен достъп до информация относно възможностите за финансиране за всички социални, етнически и възрастови групи из цялата страна, осигурявайки широк набор от възможности за получаването на тази информация. Тяхното установяване

допълнително ще увеличи прозрачността и популяризирането на проектите, финансирани с европейските средства.

ОИЦ ще функционират като „общо гише”, към което широката публика може да се обърне за общ съвет във връзка със Структурните фондове, НСРР и обхвата и намесата на ОП, механизмите на функциониране, прилагане и управление на финансирането от СФ, европейското и националното законодателство в тази област, и др.

Мрежата ще работи в тясно сътрудничество с други подобни структури в рамките на други ОП (мрежа на бенефициентите, МЗ, служители по информация и публичност), чийто предмет на дейност е по-различен – например оказват подкрепа на сътрудничеството между бенефициентите, развиват мерки за укрепване на капацитета, предоставят експертни съвети и консултации и се занимават единствено с въпроси и дейности, свързани със своята собствена ОП.

За разлика от това, ОИЦ ще могат да разглеждат **въпроси от общо естество относно всички ОП**, като осигуряват информация на посетителите относно принципните процедури и правила, свързани с финансирането на проекти по СФ и процесите на приложението, с проблеми и със законодателната и нормативната рамка.

Всички ОИЦ ще осигуряват достъп до информация, като отговарят на запитвания по телефона, по пощата, по електронната поща, по факса или в интернет. Освен това, всеки ОИЦ ще разполага със специално оборудване за услуги за самоинформиране, които ще са на разположение на посетителите по всяко време на денонощието, всеки ден в седмицата.

УО на ОПТ планира да използва 28-те ОИЦ като един от полезните комуникационни канали за разпространяване на информация, която да достигне неправителствените организации, основните акционери и обществеността. УО на ОПТ ще снабдява ОИЦ с обща информация и печатни рекламни и информационни материали относно ОПТ и финансирания проект с подкрепата на ЦИО. УО ще осигурява пълните данни за връзка на експертите от сектор „Информация и комуникация” и редовно ще актуализира Информацията за напредъка в прилагането на 14-те проекта, описани в ОПТ.

**Ролите и отговорностите на петимата основни бенефициенти на ОПТ са ясно определени в програмния документ и УО е установил ежедневна стабилна комуникация с тях.** Целта е бенефициентите да разполагат с информация относно възможното финансиране на проекти дори и да не създадат конкретни информационни бюра или пунктове.

## VIII. ПАРТНЬОРСТВА

Развитието на партньорства е един от приоритетите на европейската регионална политика. Партньорството е изключително ефикасен инструмент в областта на комуникациите.

Привличането на партньори осигурява по-високо ниво на прозрачност и подкрепа от страна на най-активните целеви аудитории, които са пряко свързани с ОПТ. Партньорите ще бъдат широко представени и с добър имидж в общественото пространство и ще се радват на високо социално доверие. Необходима е голяма прецизност относно броя на партньорите и техния опит в областта на комуникациите, за да се избегне ефектът на „бавното вземане на решения” разликата в съобщенията, която ще има негативен ефект.

### 8.1. Партньорство и комуникация с представителите на средствата за масова информация

Медиите са основният комуникационен канал за ефективно информационно отразяване и важен инструмент за прилагане на мерките за информация и публичност. Медиите трябва да имат достъп до информацията, от която се нуждаят, тя трябва да е точна и навременна. За да има правилно отразяване на протичането на Оперативната програма, представители на основните медии ще бъдат обучени и запознати подробно с процеса на усвояване на ресурси от ЕС. Пълното запознаване с темата от страна на журналистите ще осигури правилно отразяване на целия процес.

## **8.2. Потенциални партньорски организации**

Според анализите структурите, които могат да бъдат използвани като комуникационни канали по отношение на транспортния сектор и могат да подпомогнат широкомащабното разпространяване на информация към масовата аудитория, са:

- Транспортни и търговски сдружения и организации;
- Икономически и социални партньори;
- Неправителствени организации;
- Образователни институции;
- Организации, представящи бизнеса;
- Европейските информационни центрове и Представителството на Европейската комисия в България;
- Основните акционери по отношение на различните приоритетни оси.

**УО на ОПТ ще сътрудничи с гореспоменатите партньори за разпространяване на информацията относно ОПТ и Европейските транспортна и кохезионна политики.**

## **8.3. Изграждане на информационна мрежа**

Формализирането на информационните мрежи е нов аспект на комуникационната политика на Европейската комисия относно Структурните фондове и Кохезионния фонд. УО на ОПТ е определил лице за контакт, отговарящо пряко за мерките за информация и публичност, и ЕК е осведомена за това. Определеното лице също така е и член на мрежата ИНФОРМ, координирана от Главната дирекция за регионална политика на Европейската комисия на равнище ЕС.

Централният информационен офис при Министерство на финансите също е изградил една информационна мрежа на национално равнище, по подобие на модела на Европейската комисия. Екипът на Сектор „Информация и комуникация” на УО на ОПТ активно участва в работата на националната мрежа, в официалните сесии и срещи, и редовно обменя информация с неговите членове.

Запланувано е неофициалната комуникационна мрежа на ОПТ да бъде изградена до края на март 2008 г. Членове на тази мрежа ще бъдат експерти от УО на ОПТ и представители на бенефициентите по Програмата. Основните цели на мрежата ще бъдат да се информират и обучат членовете относно изискванията към информацията и публичността на Структурните фондове и Кохезионния фонд (СКФ); да се засили техният капацитет в обществените комуникации; да се осигури обменът на добри



практики и да се постигне високо ниво на координация по отношение на комуникационните дейности, свързани с ОПТ и проектите, финансирани от нея. Посредством тази мрежа УО на ОПТ ще подпомогне бенефициентите в прилагането на изискванията на ЕС относно мерките за информация и публичност. Заедно с това мрежата ще създаде по-добри условия за наблюдение и контрол на комуникационните дейности, осъществени от бенефициентите.

## IX. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ИНДИКАТИВНИЯ БЮДЖЕТ

Бюджетът за периода 2007-2013 /2015 г. за прилагане, наблюдение, и оценка на Комуникационния план на ОПТ е 12 млн. евро. Сумата на финансовите средства е определена въз основа на бюджета на Приоритетната ос „Техническа помощ” на ОПТ, на ниското ниво на информираност на обществеността по отношение на Оперативната програма и на високото ниво на дейност в неправителствения сектор по отношение на осъществяването на големите инфраструктурни проекти.

### Разпределение на бюджета на КП на ОПТ по години:

Година	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Бюджет, млн. евро	0.2	1.7	1.9	2.0	1.9	1.9	2.4
<b>Общо:</b>							12,000,000

Средствата, разпределени за 2013 г., надхвърлят бюджетите, разпределени през предишни периоди, поради необходимостта от подготовка на комуникационен план за следващия програмен период и възможното възникване на необходимост да се прехвърлят финансови средства към 2014 и 2015 г., имайки предвид факта, че окончателното реализиране на Оперативната програма ще бъде приключено в края на 2015 г. Освен това ресурси от бюджета за 2013 г. ще бъдат разпределени за разработване на анализ и оценка на реализацията на КП по време на целия програмен период, а също и препоръки за предстоящите комуникационни дейности за периода 2014-2021 г.

	Година	% (за етап)	ОБЩО Евро	Ресурси от ЕФРР	Национално съфинансиране	Общо евро за етап
N+3	2007	31.7%	200 000	170 000	30 000	3 800 000
	2008		1 700 000	1 445 000	255 000	
	2009		1 900 000	1 615 000	285 000	
N+2	2010	48.3%	2 000 000	1 700 000	300 000	5 800 000
	2011		1 900 000	1 615 000	285 000	
	2012		1 900 000	1 615 000	285 000	
N+2	2013	20.0%				2 400 000
	2014		2 400 000	2 040 000	360 000	
	2015					
	<b>Общо</b>	<b>100.0%</b>	12 000 000	10 200 000	1 800 000	<b>12 000 000</b>

Сектор „Информация и комуникация” има отговорността да определи годишните приоритети и бюджетите, необходими за тяхното прилагане, вземайки предвид какво е определено в Комуникационния план, анализа и оценката на изпълнението по време на предишните периоди.

## X. НАБЛЮДЕНИЕ И ОЦЕНКА

Извършването на наблюдение и оценка на прилагането на КП е задължително изискване на Регламента на Комисията (ЕС) № 1828/2006. Наблюдението включва системно и постоянно събиране, анализ и приложение на данни за нуждите на вътрешното управление за предприемане на коригиращи действия, актуализиране на плановете и своевременен мониторинг на напредъка в прилагането на КП. Оценката представлява по същество периодична оценка на ефективността, резултатността, стабилността и въздействието на даден проект по отношение на планираните цели. Обикновената практика е оценката да бъде направена от независим консултант, който ще оцени качеството на извършената работа безпристрастно и без конфликт на интереси.

Индикаторите, въз основа на които ще бъде оценено прилагането на Комуникационния план на ОП „Транспорт”, са от типа „програмни” индикатори, а именно: индикатори на продуктивността, индикатори на резултатността и индикатори на влиянието. Посочените програмни индикатори ще бъдат дефинирани също така и според метода на оценка като количествени и качествени.

- *Индикатори на продуктивността* – информация относно количеството произведени и доставени продукти и услуги (например, брой на реализираните публични събития);
- *Индикатори на резултатността* – осигуряват информация относно пряката и незабавна полза от прилагането на програмата прилагане (например, брой разпространени материали относно ОП „Транспорт”);
- *Индикатори на влиянието* – описват дългосрочния ефект от прилагането на програмата, различен от прякото и незабавно влияние върху целевите групи (например, формирането на положителна нагласа относно ОПТ и структурните инструменти на ЕС).

Продукт/Услуга	Индикатор			Източник на информация
	1. Продуктивност	2. Резултатност	3. Влияние	
Печатни рекламни и информационни материали (ръководства, брошури, листовки, други)	- Отпечатване на информационните материали	- Информационни материали, осигурени за целевите групи - Ниво на удовлетворение от информационните материали	- Високо ниво на видимост и познаване на ОПТ - Увеличаване на нивото на информираност относно ОПТ и СКФ - Увеличаване на доверието в УО на ОПТ като гарант на прозрачността на усвояването на	1. Копия на материалите 2. Отчитане на осигурените информационни материали. 3. Проучване – качествени методи

			средствата от СКФ	
Аудио-визуални материали	- Произведени рекламни спотове - Произведени филми относно инфраструктурни проекти	- Брой на излъчените рекламни спотове и филми - Рейтинг на медните (програми), излъчващи материали	- Увеличаване на нивото на познаване на ОПТ - Увеличаване на нивото на информираност относно ОПТ и СКФ - Увеличаване на нивото на информираност на населението относно проекти, финансирани от ОПТ - Увеличена положителна нагласа относно ОПТ и СКФ	1. Копия на произведените рекламни спотове и филми 2. Медийно наблюдение и отчети. Рейтингова статистика. 3. Проучване – количествени и качествени методи
Съобщения до медиите и публикации и интервюта по инициатива на УО	- Брой на съобщенията, изпратени до медиите - Брой на инициирани публикации и интервюта	- Публикации в печатни и интернет медии и излъчени в електронни медии - Съотношение между положителни, неутрални и негативни материали в медиите	- Ниво на информираност на населението относно ОПТ и СКФ - Увеличена положителна нагласа относно ОПТ - По-високо ниво на видимост и прозрачност	1. Копия на съобщения и публикации 2. Медийно наблюдение анализ на съдържанието 3. Проучване – качествени и количествени методи
Организиран събития (форуми, конференции, семинари, пресконференции и др.) за външните целеви групи и посредниците	- Брой на организирани публични събития	- Брой на участниците в събития за външните целеви групи и посредниците - Отразяване на събитията в медиите - Удовлетворение на участниците от събитието	- Увеличено ниво на информация и формиране на положителна нагласа в участниците - Подобен диалог със заинтересуваните страни и партньорите - Високо ниво на доверие относно процедурите - Увеличена положителна нагласа относно ОПТ и проектите	1. Програми, представяния, списъци на поканените участници, снимки и информационни материали 2. Списък на участниците. Медийно наблюдение и анализ на съдържанието. Погъване на въпросници, анализ на резултатите 3. Проучване – качествени методи
Организиран събития (форуми, конференции, семинари, пресконференции и др.) за вътрешните целеви групи	- Брой на организирани събития	- Брой на участниците - Удовлетворение на участниците от събитията	- Увеличено ниво на информираност и формиране на положителна нагласа в участниците - Подобен диалог с целевите групи - Подобрено координиране и работа на участниците в процеса на управлението, прилагането и наблюдението на ОПТ.	1. Програми, представяния, списъци на поканените участници, снимки и информационни материали 2. Списък на участниците. Медийно наблюдение и анализ на съдържанието. Погъване на въпросници, анализ на резултатите 3. Проучване – качествени методи
Уебсайт	- Развитие на уебсайта	- Посещения на уебсайта - Документални филми, свалени от уебсайта - Представителите на целевата аудитория, посетили сайта	- Увеличаване и задълбочаване на нивото на информираност на целевите групи - Увеличаване на доверието относно прозрачността в управлението на ОПТ	1. Активен уебсайт 2. Статистика на уебсайта и анализ на лог файловете. 3. Проучване – качествени методи

Информация мрежа между експертите по публичността на УО и бенефициентите	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Изграждане на информационна мрежа</li> <li>- Провеждане на срещи и на обучение на членовете</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Удовлетворение на членовете</li> <li>- Повишаване на качеството на работа относно мерките за информация и публичност</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Подобряване на работата на бенефициентите и УО относно осигуряването на прозрачност при усвояването на средства от ЕС</li> <li>- Увеличаване на нивото на информация и публичната подкрепа за проектите, финансирани от ОПГ</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Брой на членовете на информационната мрежа. Брой на проведените събития и участници.</li> <li>2. Протоколи от срещи, програми и представяния. Попълване на въпросници, анализ на резултатите.</li> <li>3. Проучване – качествени методи</li> </ol>
--	---	--	---	--

### График на мониторинга и мерки за оценка

Мониторинг или мярка за оценка	Време/честота	Минимален брой за програмния период
Проучване (анкетирание за мнение)	Годишно	7
Медия мониторинг (изрезки от пресата)	Ежедневно	2 000
Анализ на съдържанието	Месечно	79
Качествени методи (фокус групи) за проверка на печатни и аудио-визуални материали	Годишно (зависи от броя на необходимите нови информационни и рекламни материали)	6
Проучване – качествени методи за ОПГ уебсайт	Годишно	6
Статистика на уебсайта и анализ на лог файловете	Годишно	6
Попълнени въпросници, анализ на резултатите от организирания събития	Зависи от броя на организирания събития	18
Попълнени въпросници, анализ на резултатите относно нивото на удовлетвореност на членовете на информационната мрежа	Годишно	6
Отчети за прилагането на КП по време на заседанията на Комитета за наблюдение на ОРГ	Годишно	7
Разработване на оценъчни доклади	Годишно	6

Напредъкът, постигнат в прилагането на Комуникационния план ще бъде наблюдаван постоянно по време на целия програмен период. За целите на КП и за изготвянето на оценки, сравними на годишна основа, а също и за осигуряването на прозрачност и безпристрастност на наблюдението и оценката на изпълнението, ще ги извърши независима страна. За целта ще бъде наета специализирана консултантска фирма, която не е свързана с организациите, участващи в прилагането на КП.

Анализът на прилагането на КП е необходим не само за да се изпълнят изискванията на Комисията, но и за целите на вътрешния анализ – за оценка на ефикасността и резултатността на приложените мерки, следвана от извършване на необходимите корекции и актуализация, както и разпределение на добрите практики.

Реализирането на наблюдение, оценка и отчетност са задължителни изисквания за прилагане на мерките за публичност, определени в КП на ОПТ.

Осъщественият напредък в прилагането на КП ще бъде докладван на срещи на Комитета за наблюдение на ОПТ. УО ще информира Комитета за наблюдение относно предприетите мерки за информация и публичност и средствата, изразходвани за тази цел. УО ще представи доказателства за тяхното прилагане.

Годишният доклад и окончателните доклади до Европейската комисия относно Прилагането на ОПТ ще съдържат като минимум следната информация, в съгласие с Точка 2, Член 4 на Прилагащия регламент:

- Примери за мерките за информация и публичност относно Оперативната програма, предприети при прилагането на Комуникационния план;
- Уредбите за мерките за информация и публичност относно публикуването (електронно или другояче) на списъка на бенефициентите, имената на операциите и сумата на публичното финансиране, разпределено по операции;
- Съдържанието на основните допълнения на Комуникационния план.

Годишният доклад за 2010 г. и окончателният доклад за прилагането на КП ще съдържат информация за оценката на приложените мерки за публичност.

Приложение 1

**ИНДИКАТИВНА ГОДИШНА РАБОТНА ПРОГРАМА  
НА ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ТРАНСПОРТ” ЗА 2008 Г.**

Проект	Специфична грантова цел	Метод за възлагане (процедурни проекти/избор на процедура директно възлагане)	Бенефициенти (разрешени/специфични)	Месец или период на въвеждане на процедурата (въвеждане на процедурата директно възлагане)	Финансиране (максимална сума за възлагането) в евро			Максимум % съфинансиране, осигурени от УО
					Общо	От ЕС	Национално съфинансиране	
<b>ПРИОРИТЕТНА ОС „Развитие на железопътната инфраструктура по Транс-европейските и основните национални транспортни оси”</b>								
Реконструкция и електрификация на железопътната линия Свиленград – Турската граница	Изграждане на транспортна инфраструктура	Директна процедура за възлагане	НКЖИ	Четвърто тримесечие	35 000 000	28 000 000	7 000 000	
<b>ПРИОРИТЕТНА ОС „Развитие на пътната инфраструктура по Транс-европейските и основните национални транспортни оси”</b>								
Кърджали - Подкова	Рехабилитация и изграждане на транспортна инфраструктура	Директна процедура за възлагане	НАПИ	Четвърто тримесечие	32 000 000	25 600 000	6 400 000	
Връзка на автомагистрала Хемус с околовръстен път София	Изграждане на транспортна инфраструктура	Директна процедура за възлагане	НАПИ	Четвърто тримесечие	32 000 000	25 600 000	6 400 000	
<b>ПРИОРИТЕТНА ОС „Подобряване на интермодалността при превозите на пътници и товари”</b>								

Разширение на метрото в София: възел Надежда – Централна гара – площад Света Неделя – бул. Черни връх	Изграждане на транспортна инфраструктура	Директна процедура за възлагане	„Метрополитен“	Четвърто тримесечие	145 000 000	123250000	21750000	
<b>Интермодален терминал в София</b>	Изграждане на транспортна инфраструктура	Директна процедура за възлагане	НАПИ	Четвърто тримесечие	<b>25 900 000</b>	22 015 000	3 885 000	
<b>ПРИОРИТЕТНА ОС „Подобряване на корабоплаването по морските и вътрешните водни пътища“</b>								
Система за речни информационни услуги в българската част на река Дунав	Изграждане и доставка на оборудване	Директна процедура за възлагане	Изпълнителна агенция „Морска администрация“	Четвърто тримесечие	<b>15 000 000</b>	12 750 000	2 250 000	

Легенда:

НКЖИ – Национална компания „Железопътна инфраструктура“

НАПИ – Национална агенция „Пътна инфраструктура“

## Приложение 2

### СПИСЪК НА БЕНЕФИЦИЕНТИТЕ В ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ТРАНСПОРТ“ 2007-2013 Г. БЪЛГАРИЯ (МАЙ 2008 Г.)

ИМЕ НА БЕНЕФИЦИЕНТА	ОПЕРАЦИЯ/ПРОЕКТ	ПУБЛИЧНО ФИНАНСИРАНЕ, ПЛАТЕНО НА БЕНЕФИЦИЕНТА ВКЛЮЧИТЕЛНО ЕФРР, КФ И НАЦИОНАЛНО СЪФИНАНСИРАНЕ		
	ИМЕ НА ОПЕРАЦИЯТА/ПРОЕКТА	ГОДИНА НА РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ/ ГОДИНА НА КРАЙНО ПЛАЩАНЕ	ОБЕЩАНИ СУМИ МЛН. ЕВРО	ОБЩИ СУМИ ЗАПЛАТЕНИ КРАЯ НА ОПЕРАЦИЯТА
НАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ „ЖЕЛЕЗОПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Модернизация на железопътната линия Видин-София		320,00	
НАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ „ЖЕЛЕЗОПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Електрификация и реконструкция на железопътната линия Свиленград – Турска граница		35,00	
НАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ „ЖЕЛЕЗОПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Модернизация на железопътната линия София-Пловдив		125,00	
НАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ „ЖЕЛЕЗОПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Модернизация на железопътната линия София-Перник-Радомир		100,00	
НАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ „ЖЕЛЕЗОПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Изграждане на интермодален терминал в София		25,90	
НАЦИОНАЛНА АГЕНЦИЯ „ПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Модернизация на път Е 79 Видин- Монтана		32,00	
НАЦИОНАЛНА АГЕНЦИЯ „ПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Модернизация на път I-5 Кърджали - Подкова		32,00	
НАЦИОНАЛНА АГЕНЦИЯ „ПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Подновяване на път I-1 (Е-79) Враца- Ботевград		85,00	
НАЦИОНАЛНА АГЕНЦИЯ „ПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Изграждане на автомагистрала Струма		600,00	
НАЦИОНАЛНА АГЕНЦИЯ „ПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Връзка на автомагистрала Хемус с околовръстен път София		32,00	
НАЦИОНАЛНА АГЕНЦИЯ „ПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА“	Изграждане на автомагистрала Марица – от 5 км до 72 км		208,59	
„МЕТРОПОЛИТЕН“ ЕАД	Разширение на отсечките на метрото в София: възел Надежда – Централна гара – площад Света неделя – бул. Черни връх и „Дружба“ – новия терминал на Летище София		185,19	
ИЗПЪЛНИТЕЛНА АГЕНЦИЯ „МОРСКА АДМИНИСТРАЦИЯ“	Установяване на система за речни информационни услуги в българската част на река Дунав		15,00	
ИЗПЪЛНИТЕЛНА АГЕНЦИЯ „МОРСКА АДМИНИСТРАЦИЯ“	Информационна система за управление на трафика на плавателни съдове – фаза 3		3,85	
АГЕНЦИЯ „ПРОУЧВАНЕ И ПОДДЪРЖАНЕ НА РЕКА ДУНАВ“	Подобряване на корабоплаването по река Дунав в общия българо-румънски участък: 530 ркм до 520 ркм - Батин и 576 ркм до 560 ркм - Белене		138,00	



