



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

**КОМУНИКАЦИОНЕН ПЛАН
ЗА ПРОЕКТ
„ПРОЕКТ №BG16M1OP002-2.009-0036 „ПИЛОТЕН ДЕМОНСТРАЦИОНЕН
МОДЕЛ ЗА КРЪГОВА ИКОНОМИКА“, ФИНАНСИРАН ПО ОПЕРАТИВНА
ПРОГРАМА „ОКОЛНА СРЕДА 2014-2020 Г.“, СЪФИНАНСИРАН ОТ
ЕВРОПЕЙСКИЯ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ
СЪЮЗ“**

**БЕНЕФИЦИЕНТ:
МАГИСТЕРИУМ ООД**



АДБФП №BG16M1OP002-2.009-0036-C01, проект №BG16M1OP002-2.009-0036 „Пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика“, финансиран по Оперативна програма „Околна среда 2014-2020 г.“, съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие на Европейския съюз.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

1. УВОД

С цел популяризиране на резултатите от проект № BG16M1OP002-2.009-0036 „Пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика“, финансиран по Оперативна програма „Околна Среда 2014-2020 г.“, съфинансиран от Европейския Фонд за Регионално Развитие на Европейския Съюз“ и с оглед повишаване на прозрачността при изпълнението на предвидените в проектното предложение дейности МАГИСТЕРИУМ ООД ще се съобрази с насоките за информация и публичност, свързани с осигуряване на публичност, разпространение на информация и популяризиране на резултатите от проекта.

Дейностите за информация и комуникация ще се реализират при пълно спазване на изискванията и правилата на Европейския съюз за информация и комуникация, Единен наръчник на бенефициента за прилагане на правилата за информация и комуникация 2014-2020 г, Приложение XII на Регламент (ЕС) № 1303/2013 и приложимото секторно законодателство, указания, ръководства и добри практики.

Настоящата стратегия за информация и публичност по проекта обхваща целия период на изпълнение на дейностите и ще осигури популяризиране приноса на фондовете на ЕС и на Оперативната програма „Околна среда 2014-2020 г.“

За популяризиране на проекта ще бъдат използвани различни комуникационни канали, с помощта, на които информацията за дейностите и резултатите от него да достигнат до целевите групи. Ще бъде използван комуникационен микс, съчетаващ рекламни, медийни и ПР инструменти с цел максималното популяризиране на информацията за проекта, неговите цели, предимства и резултати, както и популяризирането на възможностите на създадената по проекта платформа, ползите от нейното въвеждане, екологичната ангажираност и действия на местните власти, бизнеса и обществеността. Добрата комуникация ще осигури възможност за запознаване на обществото с дейностите и резултатите от проекта, като същевременно ще повишава видимостта и ще информира обществеността за помощта, предоставена от фондовете на ЕС, както и за ефекта, който ще има региона и общността осъществяването на конкретния проект.

Настоящият комуникационен план за проекта, обхваща елементите и мерките залегнали към ДЕЙНОСТ 3 „Популяризиране на резултатите от проекта“ и ДЕЙНОСТ 4 „Организация и управление на проекта и Информация и комуникация“, но влияе върху цялото проектно предложение.

Предвидените за провеждане дейности за информация и публичност целят да създадат осведоменост за целите, възможностите, изпълнението и цялостния принос на проекта за целевите групи, както и да гарантират, че мерките за информация и публичност се прилагат в съответствие с настоящия комуникационен план и достигат до широката общественост, медиите и заинтересованите страни на регионално и местно ниво. Реализирането на което е заложено, чрез посочване на количествени и качествени индикатори за обхващане на представителите от заложените целеви групи и доказателства за това.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

2. ЦЕЛИ И СТРАТЕГИЯ

Всички материали за информация и публичност, свързани с изпълнението и популяризирането на проекта, дейностите и резултатите от него ще бъдат в съответствие с изискванията и правилата на Европейския съюз за информация и комуникация. Същите ще бъдат съобразени с Единен наръчник на бенефициента за прилагане на правилата за информация и комуникация 2014-2020 г, с Приложение XII на Регламент (ЕС) № 1303/2013 и с приложимото секторно законодателство, указания, ръководства и добри практики.

Комуникационният план цели да увеличи информираността на целевите групи за визията, приоритетите, целите и резултатите от проект № BG16M1OP002-2.009-0036 „Пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика“, финансиран по Оперативна програма „Околна Среда 2014-2020 г.“, съфинансиран от Европейския Фонд за Регионално Развитие на Европейския Съюз“ по отношение на възможностите, предоставяни от проекта с подкрепата на Общността, както и да подчертае ролята на ЕС.

Целта на настоящия план е да представи проекта с неговата визия, цели и дейности пред различните целеви групи и пред обществеността, както и да се запознаят те с ползите и резултатите от неговото реализиране. Да популяризира възможностите на платформата, ползите от нейното въвеждане, и екологичната ангажираност и действия на местните власти, бизнеса и обществеността.

Същността на комуникационния план се изразява в реализиране на мерки и дейности, свързани с популяризиране на резултатите от проекта. Всяка от посочените в кампанията мерки е дефинирана спрямо потребностите на разгледаните целеви групи, свързани с:

- организиране и провеждане на събития с представителите от всяка целева група, насочени към предотвратяване образуването на битови отпадъци и формирането на общество с нулеви отпадъци, както и за подготовка за повторна употреба и/или рециклиране;
- организиране и провеждане на събития за популяризиране на резултатите от проекта, чрез публикации и представяне в медиите и интернет, както визията, така и резултатите от проекта;
- разработване на указателни материали, свързани с мерките към предотвратяване образуването на отпадъци и подготовката за повторна употреба и рециклиране на битовите отпадъчни материали;
- повишаване на общественото самосъзнание за спазване на високите нива на йерархията за управление на битовите отпадъци;
- разработване на онлайн информационен портал, като част от пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика, съдържащи практическа информация за подходите за предотвратяване образуването на битови отпадъци, за подготовка за повторна употреба и за разделно събиране на битовите отпадъци с последващо рециклиране.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

Постигането на високо ниво на ефективност и ефикасност на резултатите от дейността е възможно при провеждане на целенасочена кампания, включваща мерки, отговарящи на интересите, нуждите и потребностите на целевите групи по проекта.

Кампанията за популяризиране на резултатите от демонстрационния проект ще се фокусира освен върху постижението на пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика и върху следните етапи от промяната на общественото самосъзнание и формирането на общество с нулеви отпадъци:

- признаване и разбиране на проблемите, свързани с формирането на битовите отпадъци;
- разбиране на рисковете и предизвикателствата, свързани с управлението на битовите отпадъци;
- възприемане на убеждения за предотвратяване образуването на битови отпадъци, подготовката за повторна употреба и/или за разделно събиране на битови отпадъци с последващо рециклиране;
- възприемане на налични инструменти и ресурси или нови технологии и подходи за управление на отпадъците.

Кампаниите за популяризиране на резултатите от демонстрационния проект имат за основна цел промяна в поведението на гражданите и вземането на информирани решения при управлението на битовите отпадъци.

Комуникационният план съдържа ясни насоки за организацията на информационни събития, използването на интернет, осигуряване на печатни материали за информация и публичност, използване на други информационни средства и социални мрежи.

Идентифицирани са четири основни групи заинтересовани страни, които ще бъдат преки потребители на резултатите от проекта и в същото време са участници (директни и/или индиректно) в реализирането на дейностите:

- **Държавни и общински органи**, създадени с Конституцията на Република България или с нормативен акт, както и техните служители като Министерство на околната среда и водите, чрез Изпълнителна агенция по околна среда, Регионална инспекция по околна среда и водите София, Столична община и общините на територията на Република България, и др.;
- **Неправителствени организации**, работещи в областта на управление на отпадъците, кръгова икономика и ресурсна ефективност;
- **Бизнес** – настоящата целева група се явява заинтересована страна на резултатите от проекта, свързани с възможността за рекламиране на местния бизнес по райони;
- **Общественост** – настоящата целева група може условно да се раздели на две подгрупи
 - едната, използваща интернет интензивно на работното място, вкъщи и през свободното си време;
 - другата използваща по-скоро мобилните приложения на телефоните.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

Количественото определяне на дейността може да се обвърже с минималните заложените за изпълнение мерки:

- Регулярно поместване на информация за проекта на интернет страницата на проекта;
- Изработване и доставка на информационни банери за публични събития и официални церемонии, плакати, брошури;
- Публикуване на банер на интернет страницата на проекта с линк към сайта на ОПОС;
- Изготвяне на информационни стикери за доставеното оборудване;
- Проведени публични събития за популяризиране на проекта – една пресконференция при стартиране на проектните дейности и една заключителна пресконференция за представяне на постигнатите резултати.

Дейностите по информация и комуникация ще включват, като минимум мерките и реквизитите, съгласно Приложение № 2 „Единен наръчник на бенефициента за прилагане на правилата за информация и комуникация 2014-2020 г.“ към Националната комуникационна стратегия.

За да бъдат постигнати заложените с проекта цели, ще се използват ефективно разнообразни комуникационни канали, като се отчита тяхната специфика, съобразно целевата група, за която е предназначена съответната информация. Ефикасното изпълнение на дейностите за популяризиране на резултатите от пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика до голяма степен зависи от избора на подходящите медии за достигане на информацията до точната целева група. Различията между целевите групи, налагат използването на различни комуникационни средства и канали, които да достигат до максимален брой

- Икономически и социални партньори;
- Браншови и бизнес организации;
- Регионални, местни и публични власти;
- Неправителствени организации, консултанти и широката общественост.

При дефинирането на комуникационните методи и канали за изпълнение на мерките за информация и комуникация, формулирането на посланията, подбора на комуникационните инструменти и тяхното изработване или изпълнение се следват няколко основополагащи стратегически принципа. Всяка стъпка на подготовка и изпълнение на комуникацията произтича от/или е съобразена с тях.

От изключителна важност е всеки отделен материал и активност да бъдат категорично разпознати, като част от цялостната информационно – комуникационна стратегия. Придържайки се към принципа на интегрирането, отделните комуникационни инструменти и активности ще са визуално и смислово максимално интегрирани, така че





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

при контакт дори само с един инструмент или активност, само в един от каналите на комуникация, посланието да достигне до целевата група.

За да бъде максимално ефективна комуникацията, стратегията ще заложи на формати и послания, които аудиториите да разпознаят като насочени пряко към тях. Често, правилното възприемане и интерпретиране на информацията зависи преди всичко от начина, по който е изпълнено нейното поднасяне на различните представители на целевите групи. Ето защо ще се следва принципа на филтриране от гледна точка на целевите групи, което предполага във всички случаи формулирането на посланията и избора на формат на активностите да се фокусират върху:

Допирните точки с целевите групи - Пресечните точки на релевантност са основата, върху която се изгражда комуникацията.

Задоволяване на ясни информационни нужни - Комуникацията е структурирана така, че да дава директни, полезни и практични отговори на често задавани или вероятни въпроси от страна на аудиториите.

Следвайки принципа на интегрираност на дейностите и активностите, и вземайки предвид взаимодействието между отделните канали, ще използваме широк набор от комуникационни инструменти, за да съсредоточим вниманието на представителите на целевите групи към всички важни аспекти от съдържанието на проекта. При избора на конкретните медийни канали, ще се ръководим от няколко фактора:

- покритие на максимално широка аудитория;
- релевантност на медийната среда с целите и спецификата на проекта;
- оптимална цена на услугата.

За популяризиране на резултатите от пилотния демонстрационен проект ще се използват основно възможностите на комуникацията чрез радио, преса, телевизия и интернет.

Радио: Един от основните канали, съдействащи за лесното усвояване, налагане и транслиране на посланията. Тази медия е изключително подходяща за широко покритие на аудиторията и осигуряване на висока честота на повтаряемост на рекламното послание. Поради различния формат и насоченост на радиостанциите, това е медията, която позволява таргетиране на аудитория на база предпочитанията на целевите групи. Предложението за радио кампания включва радиостанции с най-голямо покритие на целевите групи, които се ползват с широко обществено доверие.

Преса: Печатните реклами са подходящ инструмент за достигане до различните аудитории и представяне на повече информация за кампанията. Печатната реклама предоставя възможност както за планиране на национални кампании с широко покритие на аудиторията, така и за селектиране на специализирани и браншови издания, които позволяват по-детайлно таргетиране на целевите групи. Публикуването





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

на информационни материали съдейства за поднасяне на по-подробна, детайлна и описателна информация. Задълбочената информация, която ще достигне до публиките, е важен фактор за създаване на интерес към проекта и повишаване на осведомеността на целевите групи и широката общественост. Изборът на заглавията, предвидени в медийното предложение, ще се съобрази със спецификата на кампанията и с характеристиките на аудиторията на всяко издание. Изданията, притежаващи твърдо ядро читатели ще се използват за комуникационна мярка, като чрез използването на няколко заглавия ще се гарантира широко покритие на представителите на целевата група, което е основен критерий за ефективна комуникация.

Интернет: Най-бързо развиващият се медия канал, който позволява максимално точно таргетиране на комуникацията, както и ясно измерване на резултатите. Все повече потребители използват интернет като алтернатива или допълнение на стандартните информационни канали.

Интернет е ключов канал в медия микса, тъй като чрез него се достига до социално активната част от аудиторията, ангажирани и чувствителни към теми с висока обществена значимост. Тази медия има особен принос за информиране на младите хора поради факта, че над от 80% от младите хора ползват тази медия. А осведомеността на младите хора е в основата на създаването на положителни нагласи и устойчиво във времето поведение.

Инструментите за комуникация в Интернет пространството предоставят възможности за бърза, таргетирана и интерактивна връзка с аудиторията. Интерактивността е факторът, който на практика дава възможност и за моментално измерване на ефективността на онлайн комуникацията (непостижимо с другите медийни канали).

Може да се каже, че интернет като медия предоставя възможности за комуникация, присъщи на всички традиционни медии, взети заедно – това са видео, аудио, подробна и детайлна информация, атрактивни визуализации и най-вече възможността за избор на съдържание, което потребителят да ползва.

Интернет дава възможност за използване на много и различни видове реклама: рекламен банер, нестандартни форми, текстова реклама, брандинг, PR материали, видео, аудио, анкети и др. Това е медията, която предлага възможност във всеки един момент да се провери дали рекламата работи, а ако не – предоставя възможност за съвременна промяна на интернет маркетинговите инструменти (криейтив, медии, рекламно послание). Отправна точка за цялата комуникация в интернет е електронният портал на кандидата и разработеният пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика.

Социални мрежи:

Популярността на социалните мрежи расте постоянно в Интернет пространството, създавайки подходяща среда за набиране на голям обем информация и провеждане на активна информационна политика. Социалните мрежи представляват големи общности





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

от хора и/или организации, които са свързани чрез комуникационна среда, формирана от общи интереси, потребности, идеи, убеждения и т.н. Всеки участник в групата общува с останалите в социалната структура и служи като свързващо звено към други хора, които е възможно да се включат в групата. Изгражда се мрежа от взаимовръзки, основани на реални познанства или създаване на нови такива.

Характерно за социалните мрежи е присъединяването към различни онлайн общности и групи по интереси, при което потребителите могат да изградят и поддържат мрежа от „приятели“ за взаимодействие с тях, опознаване, участие в общи акции и проекти. Те се фокусират върху формирането на онлайн общности и насочват вниманието към самите действия на хората с общи интереси, към взаимодействието помежду им и постигането на взаимна ползност.

Чрез включването и участието си в социалните мрежи, потребителите се обвързват взаимно. Обособяват онлайн общности, в които индивидите и организациите изразяват своята идентичност относно ценности, убеждения, възприети норми и правила на поведение. Създава се чувство за принадлежност към една или няколко групи. Бенефициентът има добре развити канали в следните социални мрежи, които ще бъдат използвани целево за популяризирането на дейностите, посланията, резултатите от проекта.

Facebook и **Instagram** са двете най-популярни социални мрежи в България и най-добрите платформи за достигане и ангажиране на потребителите, за споделяне на информация, съдържание, текстови и визуален материал.

YouTube е най-популярната общност за онлайн видео в света и позволява на милиони хора да откриват, гледат и споделят оригинални видеоклипове. YouTube предоставя на хората форум да се свързват, осведомяват и вдъхновяват други хора по цял свят и освен това служи като платформа за разпространение за създатели на оригинално съдържание. Всеки може да участва в общността на YouTube, като гледа, споделя и коментира видеоклипове.

LinkedIn е социална мрежа, специално създадена за кариерни и бизнес професионалисти, която им помага да се свързват помежду си да изградят стратегически бизнес връзки. **LinkedIn** помага за изграждането на добри, трайни и професионални отношения с бизнес партньори, клиенти и общности по интереси.

Посочените социални мрежи ще бъдат използвани като комуникационни канали за провеждане на активна и ефективна кампания спрямо целевите групи и общности в тях.

ДИРЕКТЕН МЕЙЛИНГ/ДИРЕКТЕН МАРКЕТИНГ

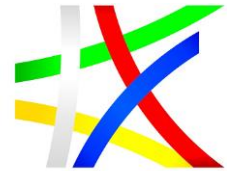
През последните години се засили тенденцията за обогатяване на маркетинговите похвати в посока към пряко контактуване и стимулиране за директна реакция на точно определени групи хора и общности, довела до появата и развитието на концепцията за директния маркетинг – похват, който се опитва да изгради директни взаимоотношения с избрана аудитория и да предизвика реакция директно от потребителите. Той





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

притежава положителни особености, като висока степен на селективност на аудиторията, висока честота на контактуване, висока гъвкавост – творческа и информационна, висока скорост на достигане на аудиторията, персонализация на информационните съобщения и др.

В комуникационния план е заложено използването на директен маркетинг с цел да бъдат директно насочени усилията и да бъде осъществен пряк контакт с целевите групи, чрез използване на база данни с настоящите и потенциалните си ползватели на проекта. Базите данни, които ще бъдат използвани включват и групирането на потребителите по сектори, професионални и непрофесионални общности и са формирани посредством контактите и взаимоотношенията, които Бенефициента е имал отношения до момента и от собствено проучване и набиране на необходимата информация.

Директният мейлинг ще обхване всички целеви групи – държавни и общински органи и техните служители, неправителствени организации, работещи в областта на управление на отпадъците, кръгова икономика и ресурсна ефективност, бизнес и широка общественост.

Комуникацията по проекта ще бъде разделена на **два етапа**: Комуникационна кампания в началото на проекта (след разработване на прототип на платформа) и Комуникационна кампания в края на проекта.

КОМУНИКАЦИОННАТА КАМПАНИЯ В НАЧАЛОТО НА ПРОЕКТА ще информира представителите на целевите групи за целите на проекта, като се представят функционалните възможности на пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика.

Комуникационният план включва следните действия/мерки:

- организиране на кръгли маси с участието на представители от всички целеви групи;
- организиране на кръгли маси с участието на представители от заинтересовани целеви групи;
- медийно отразяване на дискутираните проблеми и предоставяните решения относно пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика.

За целта ще се използват следните медийни канали:

- Печатни издания, вестници и списания;
- Онлайн медии;
- Радио.

Ще бъдат използвани следните комуникационни материали като минимум:

- три статии в печатни издания (списания или вестници);
- три публикации в онлайн медии;
- едно интервю в радиостанция с национално покритие.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

КОМУНИКАЦИОННАТА КАМПАНИЯ В КРАЯ на проекта ще популяризира възможностите, предоставени от разработения пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика.

Предвиждат се следните действия/мерки: рекламна кампания в радио и рекламна кампания в интернет. За целта ще се използват следните медийни канали:

- Радиостанции с национално покритие;
- Онлайн медии: Премиум сайтове: политематични, новинарски, икономически, бизнес насочени (Google; Facebook; Youtube);
- Печатни издания, вестници и списания.

Ще бъдат използвани следните комуникационни материали като минимум:

- Обучителен филм с продължителност 30 минути;
- Рекламен видео клип с продължителност 30 секунди;
- Рекламен аудио клип с продължителност 30 секунди;
- Три статии в печатни издания (списания или вестници);
- Три публикации в онлайн медии;
- Едно интервю с продължителност до 3 минути в радиостанция с национално покритие.

Избраните и дефинирани форми за популяризиране на резултатите от проекта ще допринесат за повишаването на общественото самосъзнание за спазване на йерархията за управление на отпадъците чрез:

- Събиране на цялата информация и групирането ѝ в комуникационни направления;
- Дефинирането на най-уместния комуникационен инструмент за всяка информационна тема, спрямо всяка целева група, към която тази тема ще бъде комуникирана, степента на задълбоченост, в която темата ще бъде представена и конкретната цел, с която тази тема е избрана;
- Релевантно позициониране на всеки един комуникационен инструмент, дейност и активност във времето;
- Своевременното измерване на ефекта от дейностите и активностите и при необходимост гъвкаво прецизиране на техния формат и съдържание.

Отчитането на дейностите за популяризиране на резултатите от проекта ще бъде съобразено със спецификата на всяка медия, където:

- Радио: Сертификат за излъчените материали в съответната радиостанция и изчисление на достигната аудитория според данните на IPSOS;
- Преса: Копие от публикацията в преса и изчисление на достигната аудитория според наличните данни за тираж, предоставен от издателя;
- Интернет: постигнати импресии и интеракции в съответните сайтове, отчетени по данни от GEMPIUS или от самия сайт.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

2.1. НАЧИНИ ЗА ПОДНАСЯНЕ НА ИНФОРМАЦИЯТА

Професионалният език е твърде сложен и неразбираем за широката общественост, поради което една кампания може да се определи като ефективна и полезна, ако е „преведена“ от езика на експерта на езика на широката аудитория в частност – да бъде комуникационно адаптирана и поднесена на езика на държавните и общински органи, бизнеса и неправителствения сектор. Това може да се извърши чрез:

ДИРЕКТНА КОМУНИКАЦИЯ

- Организиране на с работни срещи/кръгли маси с представителите на всяка от целевите групи (използване на факти, статистика, снимков материал, мултимедийни продукти и др.);
- Двустепенна директна комуникация „feedback“ механизъм:
 - първо ниво на комуникация - насочена към целевите групи – администрация, неправителствен сектор, бизнес;
 - второ ниво на комуникация - широката общественост, заинтересовани страни;
- Кратки, ясни и разбираеми за целевите групи и широката аудитория съобщения, чрез което ще се гарантира тяхната ефективност;
- Позитивност и откритост, чрез което ще се вдъхва доверие и позитивна нагласа.

ИНДИРЕКТНА КОМУНИКАЦИЯ

- Чрез медиите - печатни (вестници, списания), онлайн, електронни медии (радиа, интернет), специализирани медии (електронни и печатни);
- Изработване и разпространяване на постери, брошури и други комуникационни материали;
- Социални мрежи и интернет.

ИНТЕГРИРАНОСТ НА ДЕЙНОСТИТЕ И АКТИВНОСТИТЕ

Стриктното придържане към принципа на интегрирането предполага отделните информационни послания да са графично/визуално и смислово максимално интегрирани, така че при контакт дори само с едно послание само в един от каналите на комуникация, то посланието да достигне до целевата аудитория.

Също така пълното интегриране на отделните комуникационни продукти в рамките на кампанията мултиплицира ефекта ѝ, тъй като при контакт на аудиторията с който и да е от комуникационните продукти, в съзнанието на хората се активират асоциации от забелязани на друго място или в друг момент продукти от същата кампания. По този начин се генерира допълнително внимание към кампанията и се постига мащабност, надвишаваща рамките на реално изразходвания за реализирането ѝ бюджет.

ТОЧНО НАСОЧВАНЕ НА ПОСЛАНИЯ, ДЕЙНОСТИ, АКТИВНОСТИ

За да бъде максимално ефективна комуникацията залагаме на комуникационни формати и послания, които аудиториите да разпознаят като насочени към тях.



АДБФП №BG16M1OP002-2.009-0036-C01, проект №BG16M1OP002-2.009-0036 „Пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика“, финансиран по Оперативна програма „Околна среда 2014-2020 г.“, съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие на Европейския съюз.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

Стратегията ще разчита на усещането за „собственост“ върху комуникацията от страна на целевите аудитории, което скъсява дистанцията и прави аудиториите по-възприемчиви към отправените към тях послания.

ЯСЕН И АДЕКВАТЕН ПОТОК НА ИНФОРМАЦИЯ КЪМ АУДИТОРИИТЕ

За един неинформиран потребител е изключително трудно да се ориентира сред множеството теми и източници на информация, поради което често след първи контакт настъпва „умора“ и загуба на интерес. За да се справи адекватно с обема информация и за да адресира проблемите на предаването на тази информация към необходимите публики, комуникационната стратегия ще заложи на ясно систематизиране и поднасяне на ключовите послания, така че към всяка от публиките да тече ясна и целенасочена информация, без излишна тежест и неадекватни към нуждите на аудиторията детайли.

ПРАКТИЧЕСКА НАСОЧЕНОСТ НА СЪДЪРЖАНИЕТО

Посланията на стратегията, ще съдържат фактологическа и конкретна информация, съобразена с целите, спецификата на целевите групи и търсеното въздействие. В търсене на оптимален ефект от проекта, информацията ще бъде поднасяна в достъпен и максимално въздействащ вид. Ще бъдат положени специални усилия за „адаптиране“ на информацията към „езика“ на различните аудитории.

ЕДИНСТВО И КООРДИНИРАНост

Всички средства, комуникационни канали и звена по изпълнението на целите на Комуникационната стратегия ще работят в тясна координация помежду си. Необходимо е да се демонстрира единство в целите на всички нива на комуникация.

МЕТОДИ ЗА ДОСТИГАНЕ ДО ЦЕЛЕВИТЕ АУДИТОРИИ

Следвайки основните принципи на стратегическия подход, начинът да се достигне максимално ефективно до заложените целеви групи изисква:

- Едновременност на медийната комуникация в рамките на комуникационния период, насочена към паралелно изграждане на устойчиви нива на познаваемост и информираност сред всички целеви групи;
- Прецизен избор на медийни канали (печатни и електронни издания), като се отчитат тяхното съответствие спрямо медийните навици и потребление на целевите аудитории;
- Развитие на комуникацията на локално и регионално ниво, за осигуряване на двустепенни равнища на „проникване“ на посланията.

Предложеният подход инкорпорира няколко водещи принципа, съобразени с практическите специфики на комуникационния похват. Парадигмата на интегрираната комуникационна стратегия е изградена върху принципите за:

- Интегрираност на комуникационните послания;





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

- Оптимизиране на въздействието и посланията;
- Точно насочване на посланията;
- Ясен и адекватен поток на информацията към аудиториите;
- Филтриране на информацията от гледна точка на аудиториите;
- Формиране на информационни партньорства;
- Непрекъснато обновяване на комуникацията, с цел задържане на интереса;
- Гъвкавост и адаптиране на комуникационните канали и подходи, съобразно отчетените резултати от ефективността на проведените комуникации.

2.2. ЕФЕКТИВНОСТ

Ефективността на кампанията се определя от няколко фактора, сред които:

- Степента на информираност на ползвателя;
- Качеството на въздействие при адресирането на посланията;
- Степента на възприемане на тези послания;
- Обратната връзка;
- Създаване на положителна обществена нагласа;
- Изграждане на условия за широка подкрепа на проекта на местно и регионално ниво;
- Повишена информираност, която ще доведе до създаване на ресурсна ориентирана общност, с повишено самосъзнание и с ясно представени възможности за намаляване образуването на битовите отпадъци и повишаване дела на предадените за повторна употреба и/или рециклиране битови отпадъчни материали.

Ефективността на кампанията ще се състои в това, не просто да запознаят целевите групи и обществеността с извършеното в рамките на проекта и с постигнатите резултати, но и към повишаване степента на информираност и превръщане на хората от пасивни наблюдатели в активни съмишленици и участници в пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика.

ИНТЕГРАЦИЯТА на всички горепосочени принципи и адаптирането им спрямо същността, целите, дейностите, аудиториите, комуникационната политика и стратегия, ще формират предварителна база за очакваните резултати, която от своя страна е измерител за ефективността на предложения подход спрямо основните цели на Проекта.

В обобщен вид, очакваните **РЕЗУЛТАТИ** от приложените и адаптираните, водещи принципи на комуникация, са следните:





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

- Насищане на информационното пространство, посредством интегрираност на използваните комуникации, което ще доведе до широкомащабно покритие и информиране на преобладаващата част от гражданите;
- Правилно възприемане на различните потоци от информация, насочени към различните аудитории, посредством използването на различни послания, съобразени със спецификите на различните аудитории;
- Информационно обезпечаване на всички аудитории, чрез пресяване на информационния обем;
- Генериране на оптимални възможности за пълноценен контакт с аудиторията.

Планираните информационни активности са насочени както към широката общественост, така и към по-специфичните (тесни) аудитории. Предимството на предлаганите канали е, че те са в състояние да осигурят подробна и изчерпателна информация за всички заинтересовани, както и да послужат за изграждането на интеракция между страните.

2.3. ОЧАКВАНИЯ НА ДЕЙНОСТИТЕ ПО КОМУНИКАЦИЯ

Целта на дейностите по комуникация е да се създаде осведоменост за съществуването, целите, възможностите, изпълнението и цялостния принос на проекта. Също така да посредством създадената информационна платформа да намали информационния дефицит, като предостави ясно разбираема информация за местата, на които могат да се предават битови отпадъчни материали, за местата, на които могат да се ремонтират домакински уреди, техника и оборудване, както и тези на предлаганите безвъзмездно стоки и продукти от представители на самата общност. Както и да гарантира, че мерките за информация и публичност се прилагат в съответствие с настоящия комуникационен план и достигат, както до заинтересованите страни и целевите групи, така и до широката общественост, медиите на национално, регионално и местно ниво. Реализирането на плана е заложено, чрез посочване на количествени и качествени индикатори за обхващане на представителите от идентифицираните заинтересовани страни, заложените целеви групи и доказателства за това.

Предвидените комуникационни мерки ще допринесат и за:

- По-добро информиране на обществеността и разбиране на рисковете, свързани с битовите отпадъци;
- Предизвикване на заинтересованост по въпросите, свързани с връзката между околната среда и управлението на отпадъците, както и за ефективното и ефикасно използване на ресурсите;
- Възприемане на убеждения за предотвратяване образуването на битови отпадъци, подготовката за повторна употреба и/или за разделно събиране на битови отпадъци с последващо рециклиране;





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

- Повишаване на общественото самосъзнание за спазване на високите нива на йерархията за управление на битовите отпадъци;
- Изграждане на нов тип лична мотивация и активно гражданско поведение, превръщане на отделните личности от пасивни наблюдатели в съмишленици и участници в този процес;
- Създаване на предпоставки за развитие на екологична култура и самосъзнание;
- Увеличаване на дела на ползвателите на платформата, ползите от нейното въвеждане, и екологичната ангажираност и действия на местните власти, бизнеса и обществеността.
- Осигуряване на информиран избор, който ще доведе до увеличаване дела на предотвратените битови отпадъци и подготовката за повторна употреба и/или рециклиране битови отпадъчни материали;
- Създаване на предпоставки за по-пълна синхронизация и координация при съвместната работа на всички институционални и обществени равнища.

За да представи целите и резултатите на проектното предложение на заинтересованите страни, целевите групи и широката общественост в края на проекта ще се изготви общодостъпен доклад на хартиен и електронен носител за използваните методи: комуникационни техники, събития, съобщения за медиите, информационни материали, интернет, социални мрежи и т.н., и резултатите от тях.

Създаването на комуникационния план цели повишаване на информираността на населението за възможностите, които ОПОС и ЕС чрез ЕФРР осигуряват. Предвидената за реализация информационна кампания, включваща всички мерки за осигуряване на информация и публичност, заложи в проекта, както и поддържане на високо ниво на информираност за всички събития и дейности, описани в проектното предложение. Това се очаква да доведе до активното участие, както на заинтересованите страни и целевите групи, така и на обществеността при реализацията на проекта, което от своя страна ще повиши дългосрочният ефект от постигнатите резултати.

Настоящият план представлява неразделна част от дейностите по информация и публичност, заложи в проекта и обхваща процеса на организация и провеждане на информацията и публичността, свързани с реализацията на дейностите, представянето на същността на проекта и постигането на заложените цели и резултати.

2.4. ЦЕЛЕВИ ГРУПИ

Дефинирането на отделните целеви групи в Плана е необходимо за по-ясното формулиране и канализиране на посланията. Правилното определяне на целевите групи ще допринесе за по-добра комуникация и ще гарантира по-добро информационно покритие. Планът за публичност е насочен към следните целеви групи, които се разделят условно на две основни.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

Едната обхващаща заинтересованите страни, които биха проявили интерес да внедрят, същия или адаптиран демонстрационен модел, и друга, която би се присъединила, в качеството си на ползвател и/или участник в процеса по неговото разработване и последващо ползване.

За всяка една от категориите, като целевите групи пряко ангажирани с резултатите от проекта могат да се обособят по следния начин:

Държавни и общински органи, създадени с Конституцията на Република България или с нормативен акт, както и техните служители като Министерство на околната среда и водите, чрез Изпълнителна агенция по околна среда, Регионална инспекция по околна среда и водите София, Столична община и общините на територията на Република България, и др. Целта от включването на тази целева група е да се създаде възможност институциите и техните служители да ползват събраната, обработена и систематизирана информация и данни за сектор управление на отпадъците. Достъпът може да бъде използван за взимане на управленски решения и приемане на политики по стимулиране на практически ориентирани модели на кръгова икономика. Информацията и данни, които ще се поддържат, чрез пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика могат да бъдат използвани от целевата група и за допълнителна проверка на наличната в самите институции информация, за своевременно информиране за наложени модели на кръгова икономика на тяхна територия и др.

Неправителствени организации, работещи в областта на управление на отпадъците, кръгова икономика и ресурсна ефективност. Включването на тази целева група ще подпомогне идентифицирането на потребностите на гражданския сектор, представен чрез НПО.

Представителите на целевата група, притежават подходящ профил за създаване на ресурсно ориентирано общество, популяризиращо моделите на кръгова икономика, в които резултатите зависят от всеки негов участник.

Основно предизвикателство се явява необходимостта от припознаване на разработения по проекта пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика като секторен модел за обмен на данни и информация, насочен към адекватна и разбираема информираност, относно възможностите за предотвратяване образуването на отпадъци, повторната употреба и рециклиране на битовите отпадъчни материали, както и практическото прилагане на модели на кръгова икономика.

Бизнес, настоящата целева група се явява заинтересована страна на резултатите от проекта, свързани с възможността за рекламиране на местния бизнес по райони. Нуждата от безплатна, своевременна и актуална информация за наличието на фирми, предоставящи както услуги по управление на отпадъците, така и за ремонт, повторна употреба, отдаване под наем или дори безвъзмездно предоставяне на храна или други ресурси ще има положителен ефект за представителите на целевата група. Пилотният





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

демонстрационен модел за кръгова икономика ще предостави възможност за безплатна реклама на местния бизнес, чрез включването му в модела, и ще подобри диалога на бизнеса с държавните и общински структури и неправителствения сектор, обединявайки ги по интереси и цели и предоставяйки възможност за участие в пазарно ориентиран модел за кръгова икономика.

С изпълнението на проектните дейности, не само ще се предостави възможност на представителите на целевата група да вземат пряко участие в модел за претоварване образуването на битови отпадъци, повторната употреба и рециклиране на битови отпадъчни материали, но и в модел на кръгова икономика, като им осигури механизъм за реклама и развитие на бизнес, чрез осъзнаване и отчитане на възможностите за ресурсна ефективност и разумно потребление.

Общественост, настоящата целева група може условно да се раздели на две подгрупи, едната, използваща интернет интензивно на работното място, къщи и през свободното си време. Другата използваща по-скоро мобилните приложения на телефоните. Условното разделение е необходимо за дефинирането на конкретни и ефективни мерки за популяризиране на резултатите от проекта, съобразени с изградените навици на представителите на целевата група, без необходимост от тяхната промяна.

В голямата си част населението няма осигурен, улеснен и неизискващ специфични познания достъп до информация и данни в сектор управление на отпадъците. Това от своя страна ограничава значително и прякото участие на представителите на целевата група в процеса по намаляване образуването на битови отпадъци и развитие на модели на кръгова икономика. Активността и участието на обществеността до голяма степен зависи от своевременната информираност, което се явява и основната ѝ нужда, и бариера.

Разработването на пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика и осигуряване ползването му както чрез десктоп приложения, така и през мобилни такива ще изиграе ролята на механизъм за прякото им включване чрез информиране и създаване на възможност за участие в процеса по управление на отпадъците.

3. МЕРКИ ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ

Дейностите, които ще се изпълняват, с цел постигане на идентифицираните цели в настоящия план за публичност могат да бъдат определени като мерки за подобряване на информираността и публичността. Те ще се изпълняват, чрез различни комуникационни инструменти и ще целят достигането до различните целеви групи, идентифицирани в настоящия план.

Целта на комуникационната кампания в началото на проекта е да информира представителите на целевите групи за целите на проекта, като се представят





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

функционалните възможности на пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика.

Предвиждат се следните мерки за информация и публичност:

- **организиране на кръгли маси** с участието на представители от всички целеви групи; заинтересованите целеви групи; медийно отразяване на дискутираните проблеми и предоставяните решения относно пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика. За целта ще се използват следните медийни канали:
 - **печатни издания, вестници и списания:** минимум един политематичен ежедневник, с висок тираж и широко покритие на всички целеви аудитории; минимум едно икономическо или бизнес ориентирано издание с целева аудитория от експерти от публичния сектор и мениджъри на частни или държавни предприятия; минимум едно B2B издание, насочено към мениджъри и експерти от частни или държавни предприятия;
 - **онлайн медии,** минимум един водещ новинарски сайт; минимум два бизнес и икономически сайта;
 - **радио,** радиостанция с национален ефир и широко покритие на всички целеви аудитории.

Предвижда се използването на следните комуникационни материали, като минимум:

- три статии в печатни издания (списания или вестници): статиите ще са с размер на текста еквивалентен на най-малко $\frac{1}{2}$ стандартна, машинописна страница и не повече от една стандартна машинописна страница, да съдържат снимка и задължителните за програмата реквизити;
- три публикации в онлайн медии: материалите ще са с размер на текста еквивалентен на най-малко $\frac{1}{2}$ стандартна, машинописна страница и не повече от една стандартна машинописна страница, да съдържат снимка и задължителните за програмата реквизити;
- едно интервю с продължителност до 3 минути в радиостанция с национално покритие.

Целта на комуникационната кампания в края на проекта е да популяризира възможностите, които предоставя разработеният пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика.

Предвиждат се следните действия/мерки: рекламна кампания в радио и рекламна кампания в интернет. За целта ще се използват следните медийни канали:

- Радиостанции с национално покритие;
- Онлайн медии: Премиум сайтове: политематични, новинарски, икономически, бизнес насочени (Google; Facebook; Youtube);
- Печатни издания, вестници и списания: минимум един политематичен ежедневник, с висок тираж и широко покритие на всички целеви аудитории; минимум едно



АДБФП №BG16M1OP002-2.009-0036-C01, проект №BG16M1OP002-2.009-0036 „Пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика“, финансиран по Оперативна програма „Околна среда 2014-2020 г.“, съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие на Европейския съюз.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

икономическо или бизнес ориентирано издание с целева аудитория от експерти от публичния сектор и мениджъри на частни или държавни предприятия; минимум едно B2B издание, насочено към мениджъри и експерти от частни или държавни предприятия;

Предвижда се използването на следните комуникационни материали като минимум:

- Обучителен филм с продължителност 30 минути;
- Рекламен видео клип с продължителност 30 секунди;
- Рекламен аудио клип с продължителност 30 секунди;
- Три статии в печатни издания (списания или вестници): статиите ще са с размер на текста еквивалентен на най-малко $\frac{1}{2}$ стандартна, машинописна страница и не повече от една стандартна машинописна страница, да съдържат снимка и задължителните за програмата реквизити;
- Три публикации в онлайн медии: материалите ще са с размер на текста еквивалентен на най-малко $\frac{1}{2}$ стандартна, машинописна страница и не повече от една стандартна машинописна страница, да съдържат снимка и задължителните за програмата реквизити;
- Едно интервю с продължителност до 3 минути в радиостанция с национално покритие.

Предвиждат се следните комуникационни мерки и дейности (по Дейност 4):

- Регулярно поместване на информация за проекта на интернет страницата на кандидата;
- Активно използване на социалните медии и предимствата на директния мейлинг;
- Изработване и доставка на информационни банери (1 бр.) за публични събития и официални церемонии, плакати (10 бр.), брошури (100 бр.);
- Публикуване на банер на интернет страницата на кандидата с линк към сайта на ОПОС;
- Изготвяне на информационни стикери за доставеното оборудване – 4 бр.;
- Провеждане на **публични събития за популяризиране на проекта** – една пресконференция при стартиране на проектните дейности и една заключителна пресконференция за представяне на постигнатите резултати.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

Мерки за информация и публичност

Мярка	Дейности	Целеви групи	Цели	Очаквани резултати/Качество
В НАЧАЛОТО НА ПРОЕКТА				
Кръгли маси/ работни срещи	Кръгли маси/ работни срещи с участието на представители от всички целеви групи; заинтересованите групи.	Държавни и общински органи, неправителствен сектор, бизнес.	Да се идентифицират евентуалните дефицити, предизвикателства и затруднения, нужди и пропуски към момента на стартиране на проекта,	Оформени конкретни предложения за покриване на дефицитите и посрещане на предизвикателствата и мерки за преодоляване им, включително препоръки за последващи действия. включване на наличните данни, структура на визуализация, структура и приложения.
Реклама в печатни издания	Отпечатване минимум един политематичен ежедневник, минимум едно икономическо или бизнес ориентирано издание; минимум едно B2B издание.	1) всички целеви аудитории; 2) експерти от публичния сектор и мениджъри на частни или държавни предприятия; 3) мениджъри и експерти от частни или държавни предприятия;	Широко покритие на всички целеви аудитории. Осигуряване на лесно достъпна, разбираема, изчерпателна и полезна информация за проекта; Приобщаване на различните целеви групи към активно участие в проекта и използване на създадената платформа. Формиране на положителна обществена нагласа за предоставената подкрепа от Общността; Прозрачност при изпълнението на проекта.	Медийно отразяване на дискутираните проблеми и предоставяните решения относно пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика. Активно участие на целевите групи, заинтересованите страни и обществеността в процеса на изпълнение на проекта. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложиени в проектното предложение.
Публикации в	Публикуване на	1) всички целеви	Широко покритие на всички целеви	Медийно отразяване на





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

онлайн медии	минимум 3 материала в онлайн медии - един водещ новинарски сайт; минимум два бизнес и икономически сайта.	аудитории; 2) експерти от публичния сектор и мениджъри на частни или държавни предприятия; 3) мениджъри и експерти от частни или държавни предприятия;	аудитории. Осигуряване на лесно достъпна, разбираема, изчерпателна и полезна информация за проекта; Приобщаване на различните целеви групи към активно участие в проекта и използване на създадената платформа. Формиране на положителна обществена нагласа за предоставената подкрепа от Общността; Прозрачност при изпълнението на проекта.	дискутираните проблеми и предоставяните решения относно пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика. Активно участие на целевите групи, заинтересованите страни и обществеността в процеса на изпълнение на проекта. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложи в проектното предложение.
Радио	Едно интервю с продължителност до 3 минути в радиостанция с национален ефир и широко покритие на всички целеви аудитории.	1) всички целеви аудитории; 2) експерти от публичния сектор и мениджъри на частни или държавни предприятия; 3) мениджъри и експерти от частни или държавни предприятия;	Широко покритие на всички целеви аудитории. Осигуряване на лесно достъпна, разбираема, изчерпателна и полезна информация за проекта; Приобщаване на различните целеви групи към активно участие в проекта и използване на създадената платформа. Формиране на положителна обществена нагласа за предоставената подкрепа от Общността; Прозрачност при изпълнението на проекта.	Медийно отразяване на дискутираните проблеми и предоставяните решения относно пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика. Активно участие на целевите групи, заинтересованите страни и обществеността в процеса на изпълнение на проекта. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложи в проектното предложение.
В КРАЯ НА ПРОЕКТА				
Радио	Популяризиране в	Всички целеви	Да популяризира възможностите,	Радио отразяване и популяризиране





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

	радиостанции с национално покритие	аудитории, широката общественост.	които предоставя разработеният пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика пред широката общественост, да насърчи включването на общността и активното му използване.	на резултатите, възможностите и ползите от проекта. Активно използване на платформата от страна на целевите групи, заинтересованите страни и обществеността. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложиени в проектното предложение.
Онлайн медии	Популяризиране в премиум сайтове: политематични, новинарски, икономически, бизнес насочени (Google; Facebook; Youtube);	Всички целеви аудитории, широката общественост.	Да популяризира възможностите, които предоставя разработеният пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика пред широката общественост, да насърчи включването на общността и активното му използване.	Отразяване и популяризиране на резултатите, възможностите и ползите от проекта. Активно използване на платформата от страна на целевите групи, заинтересованите страни и обществеността. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложиени в проектното предложение.
Печатни издания, вестници и списания	Минимум един политематичен ежедневник, с висок тираж и широко покритие; минимум едно икономическо или бизнес ориентирано издание; минимум едно	Всички целеви аудитории; експерти от публичния сектор и мениджъри на частни или държавни предприятия; мениджъри и експерти от частни	Да популяризира възможностите, които предоставя разработеният пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика пред широката общественост, експерти от публичния сектор и мениджъри на частни или държавни предприятия; мениджъри и експерти от частни или държавни	Отразяване и популяризиране на резултатите, възможностите и ползите от проекта. Активно използване на платформата от страна на целевите групи, заинтересованите страни и обществеността. Постигане на индикаторите за обхванати лица,



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

	V2B издание.	или държавни предприятия, широката общественост.	предприятия; да насърчи включването на общността и активното му използване.	заложен в проектното предложение.
Обучителен филм	Обучителен филм с продължителност 30 минути.	Всички целеви аудитории, мениджъри, експерти, лидери на мнение, заинтересовани страни, широката общественост.	Да разясни функционалностите и да обучи бъдещите ползватели на пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика как да боравят с платформата и да се възползват от предимствата и ползите ѝ.	Увеличаване на броя на използващите платформата лица чрез разясняване на функционалностите ѝ и предоставяне на бърза, лесна, достъпна и ефективна нагледна информация. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложен в проектното предложение.
Видеоклип	Рекламен видео клип с продължителност 30 секунди;	Всички целеви аудитории, мениджъри, експерти, лидери на мнение, заинтересовани страни, широката общественост.	Да запознае аудиториите с разработения пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика популяризира възможностите му пред целевите групи и широката общественост и да насърчи включването на общността и активното му използване	Разясняване на предимствата и предимствата на платформата и запознаване с възможностите и ползите от нея. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложен в проектното предложение.
Аудиоклип	Рекламен аудио клип с продължителност 30 секунди;	Всички целеви аудитории, мениджъри, експерти, лидери на мнение,	Да запознае аудиториите с разработения пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика популяризира възможностите му пред целевите	Разясняване на предимствата и предимствата на платформата и запознаване с възможностите и ползите от нея. Постигане на индикаторите за обхванати лица,





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

		заинтересовани страни, широката общественост.	групи и широката общественост и да насърчи включването на общността и активното му използване	заложен в проектното предложение.
МЕРКИ И ДЕЙНОСТИ (по Дейност 4):				
Уебсайт, социални медии и директен мейлинг	Редовно предоставяне на информация за проекта и развитието му в социалните медии, включително: текущите и приключили дейности и постигнати резултати.	Заинтересовани страни; Основни, вторични и третични целеви групи, широка общественост.	Осигуряване на широко достъпна, разбираема и изчерпателна информация за проекта. Осигуряване на лесно достъпна, разбираема и изчерпателна информация за широката общественост за напредъка на проекта и постигнатите резултати; Прозрачност при изпълнението на проектните дейности.	По-добра информираност относно подкрепата на финансиращия орган. Успешно реализиране на проекта, което да гарантира постигането на посочените в проектното предложение индикатори. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложен в проектното предложение.
Комуникационни и информационни материали	Изработване и доставка на информационни банери (1 бр.) за публични събития и официални церемонии, плакати (10 бр.), брошури (100 бр.).	Бенефициентът на проектното предложение. Заинтересовани страни; Основни, вторични и третични целеви групи.	Осигуряване на широко достъпна, разбираема и изчерпателна информация за финансиращия орган, за напредъка на проекта и постигнатите резултати; Формиране на положителна обществена нагласа за предоставената подкрепа. Прозрачност при изпълнението на проекта.	По-добра информираност на целевите групи и обществеността за проекта и финансиращия орган. Успешно реализиране на проекта, което да гарантира постигането на проектните индикатори. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложен в проектното предложение.
Интернет банер	Публикуване на банер на интернет страницата на кандидата с линк	Бенефициентът на проектното предложение;	Формиране на положителна обществена нагласа за предоставената подкрепа.	По-добра информираност относно подкрепата на финансиращия орган. Постигане на индикаторите за



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

	към сайта на ОПОС;		Прозрачност при изпълнението на проекта.	обхванати лица, заложи в проектното предложение.
Информационни стикери	Изготвяне на информационни стикери за доставеното оборудване – 4 бр.	Бенефициентът на проектното предложение.	Формиране на положителна обществена нагласа за предоставената подкрепа. Прозрачност при изпълнението на проекта.	По-добра информираност относно подкрепата на финансиращия орган. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложи в проектното предложение.
Публични събития	Една пресконференция при стартиране на проектните дейности и една заключителна пресконференция за представяне на постигнатите резултати	Всички цели аудитории, широката общественост.	Да популяризират дейностите, резултатите и възможностите, които предоставя разработеният пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика пред широката общественост, да насърчи включването на общността и активното му използване.	Отразяване и популяризиране на дейностите, резултатите, възможностите и ползите от проекта. Популяризиране на платформата, създаване на интерес и насърчаване на активно използване на платформата от страна на целевите групи, заинтересованите страни и обществеността. Постигане на индикаторите за обхванати лица, заложи в проектното предложение.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

Времеви график на изпълнение на дейностите по информация и публичност по проекта*

Дейности/проектни месеци	Период на изпълнение																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
В НАЧАЛОТО НА ПРОЕКТА																		
Кръгли маси/ работни срещи																		
Реклама в печатни издания																		
Публикации в онлайн медии																		
Радио																		
В КРАЯ НА ПРОЕКТА																		
Радио																		
Онлайн медии																		
Печатни издания, вестници и списания																		
Обучителен филм																		
Видеоклип																		
Аудиоклип																		
МЕРКИ И ДЕЙНОСТИ (по Дейност 4)																		
Уебсайт, социални медии и директен мейлинг																		
Комуникационни и информационни материали																		
Интернет банер																		
Информационни стикери																		
Публични събития																		

* Графикът за изпълнение на дейностите по информация и публичност по проекта ще бъде прецизиран и актуализиран след избор на външен изпълнител, извършен по реда на ЗУСЕИФ, ПМС 160/2016 г.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

4. БЮДЖЕТ

В бюджета на проекта са заложили всички необходими средства, както за изпълнение на проектните дейности, така и за обезпечаване на дейностите по информация и публичност, в съответствие с Насоките за кандидатстване по процедурата и на Оперативна програма „Околна среда 2014-2020 г.“

4.1. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ОТГОВОРНОСТИТЕ ПРИ ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ПЛАНА ЗА ПУБЛИЧНОСТ

Бенефициентът гарантира, че мерките за информация и публичност се прилагат в съответствие с одобрения Комуникационен план и достигат до целевите групи, широката общественост, медиите и заинтересованите страни на местно и регионално ниво.

Организаторите на публични събития (работни срещи, кръгли маси, пресконференции и други) във връзка с изпълнението на проект № BG16M1OP002-2.009-0036 „Пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика“ се ангажират да направят ясно изразена и видима подкрепата на финансиращия орган.

Всички материали за информация и публичност на Бенефициента ще бъдат в съответствие с насоките за информация и публичност, свързани с осигуряване на публичност, разпространение на информация и популяризиране на резултатите от проекта. Дейностите за информация и комуникация ще се реализират при пълно спазване на изискванията и правилата на Европейския съюз за информация и комуникация, Единен наръчник на бенефициента за прилагане на правилата за информация и комуникация 2014-2020 г, Приложение XII на Регламент (ЕС) № 1303/2013 и приложимото секторно законодателство, указания, ръководства и добри практики.

ОТГОВОРНОСТИ НА ЕКСПЕРТ ПУБЛИЧНОСТ

За целите изпълнението на проекта, се предвижда назначаването на експерт публичност, който ще бъде отговорен за подготовката, организацията, координацията и провеждането на дейностите по информация и публичност, както и за последователното изпълнение и актуализиране (при възникнала необходимост) на Комуникационния план. Експертът публичност координира изпълнението на дейности по информация и публичност. Изпълнява минимума от мерки за информация и комуникация. Оказва съдействие на избрания външен изпълнител за популяризиране на резултатите от проекта. Изготвя стратегия за информация и публичност по проекта. Организира и участва в провежданите срещи с целевите групи по проекта и др. задачи, съобразени с компетентността му. Докладва извършената от него работа пред ръководителя на проекта. При откриване на нередност или при подозрение за нередност или измама, на който и да било етап от изпълнението на проекта, докладва на Ръководителя на проекта и/или на УО на ОПОС.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

ОТГОВОРНОСТИ НА ВЪНШНИ ИЗПЪЛНИТЕЛИ

За реализацията на дейности по информация и публичност на настоящия проект ще се възложи на външен изпълнител. Видът и начинът на възлагане ще се извърши по реда на ЗУСЕСИФ, ПМС 160/2016 г., Кампанията за популяризиране на резултатите от демонстрационния проект ще се фокусира освен върху постижението на пилотния демонстрационен модел за кръгова икономика и върху следните етапи от промяната на общественото самосъзнание и формирането на общество с нулеви отпадъци: признаване и разбиране на проблемите, свързани с формирането на битовите отпадъци; разбиране на рисковете, свързани с битовите отпадъци; възприемане на убеждения за предотвратяване образуването на битови отпадъци, подготовката за повторна употреба и/или за разделно събиране на битови отпадъци с последващо рециклиране; възприемане на налични инструменти и ресурси или нови технологии и подходи за управление на отпадъците.

Кампаниите за популяризиране на резултатите от демонстрационния проект имат за основна цел промяна в поведението на гражданите и взимането на информирани решения при управлението на битовите отпадъци.

В резултат от изпълнението на услугата следва да се постигнат като минимум, следните резултати:

- Популяризиране на резултатите от проекта;
- Заснемане на обучителен филм с продължителност 30 минути;
- Изработване на аудио рекламен клип с продължителност 30 секунди;
- Изработване на видео рекламен клип с продължителност 30 секунди;
- Рекламна кампания в преса – вестници и списания;
- Рекламна кампания в радиостанции с национално покритие;
- Рекламна кампания в премиум сайтове, Google, Facebook, Youtube.

5. ИНДИКАТОРИ ЗА ОЦЕНКА НА МЕРКИТЕ ЗА ИНФОРМИРАНЕ И ПУБЛИЧНОСТ

В съответствие с предоставените указания по процедурата за кандидатстване, както и съгласно Комуникационния план и в съответствие с насоките за информация и публичност, дейностите ще се реализират при пълно спазване на изискванията и правилата на Европейския съюз за информация и комуникация, Единен наръчник на бенефициента за прилагане на правилата за информация и комуникация 2014-2020 г, Приложение XII на Регламент (ЕС) № 1303/2013 и приложимото секторно законодателство, указания, ръководства и добри практики. Средствата, използвани за мониторинг и оценка на Комуникационния план, трябва да бъдат пропорционални на мерките за информация и публичност. Този раздел очертава подхода, който трябва да се следва по отношение на оценката на дейностите на Комуникационния план.



АДБФП №BG16M1OP002-2.009-0036-C01, проект №BG16M1OP002-2.009-0036 „Пилотен демонстрационен модел за кръгова икономика“, финансиран по Оперативна програма „Околна среда 2014-2020 г.“, съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие на Европейския съюз.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

Мярка	Индикатор	Мерна единица	База /начална стойност	Целева стойност Не по-малко от	Обща стойност на индикатора, Не по-малко от	Източници за проверка/верификация
Кръгли маси/ работни срещи	Представяне на проекта, събиране на данни, идентифициране на дефицити	Брой	0	5	5	Копия или снимки на всички изготвени информационни и рекламни материали. Присъствен списък, аудио, видео материали, протокол от проведени срещи.
Реклама в печатни издания	Популяризиране на дейностите, резултатите, възможностите и ползите на проекта.	Брой	0	3	3	Копие от публикацията в преса и изчисление на достигната аудитория според наличните данни за тираж, предоставен от издателя;
Публикации в онлайн медии	Популяризиране на дейностите, резултатите, възможностите и ползите на проекта.	Брой	0	4	4	Постигнати импресии и интеракции в съответните сайтове, отчетени по данни от GEMIUS или от самия сайт
Радио	Излъчване в радио с широко покритие	Брой	0	150	150	Сертификат за излъчените материали в съответната радиостанция и изчисление на достигната аудитория според данните на IPSOS;
Обучителен филм	Създаване на 30 минутен обучителен видеоклип	Брой	0	1	1	Брой създаден видеоклип
Видеоклип	Създаване на 30 секунден видеоклип	Брой	0	1	1	Брой създаден видеоклип.
Аудиоклип	Създаване на 30 секунден аудиоклип		0	1	1	Брой създаден аудиоклип





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

Интернет страница	Поместена информация за проекта на интернет страницата на бенефициента	Брой	0	4	4	Мониторинг (сйкриншот) на публикуваната информация
Комуникационни и информационни материали	Изработване и доставка на информационни банери за публични събития и официални церемонии, плакати, брошури;	Брой	0	111	111	Изготвени и отпечатани банери (1 бр.) за публични събития и официални церемонии, плакати (10 бр.), брошури (100 бр.).
Интернет банер	Публикуване на банер на интернет страницата на кандидата с линк към сайта на ОПОС;	Брой	0	1	1	Поставен 1 банер на интернет страницата на кандидата с линк към сайта на ОПОС.
Информационни стикери	Изготвяне на информационни стикери за доставеното оборудване.	Брой	0	4	4	Изработени и поставени информационни стикери за доставеното оборудване – 4 бр.
Публични събития	Проведени публични събития – една пресконференция при стартиране на проектните дейности и една заключителна пресконференция за представяне на постигнатите резултати.	Брой	0	2	2	Осъществени 2 бр. публични събития, удостоверени с присъствен списък, снимков, аудио, видео материал.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„ОКОЛНА СРЕДА 2014 – 2020 г.“



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ОКОЛНА СРЕДА

Докладването за напредъка по изпълнението на мерките за информация и публичност по време на изпълнението на проекта и в рамките на програмния период ще се извършва, чрез доклади. Изчислените резултати, заедно с доказателствените материали и данни ще се включат в технически доклад за резултатите от проекта, изготвен като част от документите за извършване на финалното плащане към бенефициента.

Настоящият Комуникационен план ще се изпълнява и оценява в съответствие с насоките за информация и публичност, дейностите ще се реализират при пълно спазване на изискванията и правилата на Европейския съюз за информация и комуникация, Единен наръчник на бенефициента за прилагане на правилата за информация и комуникация 2014-2020 г, Приложение XII на Регламент (ЕС) № 1303/2013 и приложимото секторно законодателство, указания, ръководства и добри практики.

Предвижда се настоящият Комуникационен план да бъде динамичен и гъвкав за промени, ако е необходимо. При възникване на извънредни обстоятелства, Комуникационният план може да бъде променен, за да се постигнат поставените цели.

