**КОМУНИКАЦИОНЕН ПЛАН**

**ОБЩА КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ**

**1. Цялостни комуникационни цели**

Целта на този комуникационен план е да повиши осведомеността на обществеността относно реалните промени в живота на хората, постигнати в рамките на програмата Interreg- IPA CBC България – Турция 2014-2020 г., както и да популяризира възможностите, предлагани от Програмата и постигнатото. резултати от съвместните усилия за укрепване на трансграничния капацитет България-Турция в областта на устойчивия туризъм, водещи до засилване на европейското териториално сближаване.

Предвидените общи комуникационни цели в рамките на проект № CB005.2.21.006 „Насърчаване и въздействие на туризма чрез история /PATH/”, изпълняван от Община Минерални бани /BG/ и Специална провинциална администрация Къркларели /TR/ целят повишаване на обществената осведоменост, обществения интерес, насърчаване на участието в дейностите по проекта, изясняване на възможностите и ползите от проекта и осигуряване на прозрачност и откритост при неговото изпълнение. Фокусът ще бъде върху предоставянето на информация, свързана с характеристиките, устойчивостта и резултатите на проекта. Целта е да се предостави информация на обществеността и заинтересованите страни чрез използване на многостранен подход, като по този начин се оптимизира шансът за успех.

Освен това е от решаващо значение да се вземе предвид нивото на информираност на отделните заинтересовани страни. Основните фактори, влияещи върху решенията, които ще бъдат приложени, включват: използването на положително „говорене“ и лесни за разбиране послания; обръщане към хората в тяхната местна среда, като се използват предпочитаните от тях медии, местни канали за информация и разбираем език; търсене на активна обратна връзка от целевите групи; изграждане и валидиране на екипно признание; наблюдение и оценка на информационните и комуникационни дейности, за да се провери тяхната ефективност, ефикасност и уместност.

Изпълнението на дейността е в пълно съответствие с изискванията за видимост и насоките, предоставени в Наръчника за комуникация и видимост за външни действия на ЕС, публикуван на: <https://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/_en>.

Всички информационни и комуникационни материали, свързани с проекта, ще бъдат изготвени в съответствие с изискванията, описани в „Насоки за комуникация и видимост“, в съответствие с подробните технически изисквания за използване на лога, информационни табла, ролбанери, публикации, уеб присъствие и аудиовизуални материали.

**2. Целеви групи**

**Директни бенефициенти.** Тази целева група включва преките бенефициенти (потребители) в рамките на проекта:

- Туристически оператори, предприемачи, местни регионални и национални власти като участници в дейностите по проекта (>40);

- експерти по културно наследство (8);

- фолклорни музикални и танцови състави (5);

- подизпълнители (>15);

- административен персонал (6).

**Целевите групи са групите**, които ще бъдат положително засегнати от проекта:

- Граждани на Минерални бани (1157) и граждани на Хамдибей (700);

- Туристи от CB регион (>5000);

- Туристически агенции и предприемачи от ТГС регион (30),

- Широката аудитория, достигана чрез рекламни материали, www, социални медии (2500);

- Представител на областни, регионални и национални институции и заинтересовани страни (8);

- НПО (2)

- Медии (5).

**Крайни бенефициенти,** които ще се възползват от проекта в дългосрочен план:

* - Граждани на Минерални бани (1157);
* - Граждани на Хамдибей (700);
* - Посетители/ Туристи/ на района на ЦБ (>5000);
* - Потребители на промоционални резултати (>4000);
* - Туристически агенции и предприемачи от ТГС регион (30);
* - Областни, регионални и национални институции и заинтересовани страни (8);
* - НПО (10);
* - служители на областните администрации (>600)

**3. Специфични цели за всяка целева група, свързани с целите на действието и фазите на проектния цикъл**

* гарантира, че местното население е наясно с ролята на партньорите и с финансовата подкрепа на ЕС
* повишаване на обществената осведоменост относно подобрената туристическа привлекателност на трансграничния район и развитието на устойчив трансграничен туризъм като средство за социално-икономически растеж на региона;
* повишаване на обществената осведоменост за подобрения достъп до туристически обекти
* повишаване на обществената осведоменост за туристическия потенциал на региона чрез туристическа информация и пътеводители.
* развиват сътрудничество и партньорски отношения с всички заинтересовани страни, на регионално и национално ниво, за да реализират целите, включени в стратегията;
* осигуряване на обмен на знания и добри практики в комуникацията.

**КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ**

**4. Основни дейности, които ще се извършват през периода, обхванати от плана за комуникация и видимост**

|  |  |
| --- | --- |
| **ГЛАВНИ ДЕЙНОСТИ** | **ЦЕЛЕВИ ГРУПИ** |
| **ПРИКНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ** | **ЦЕЛЕВИ ГРУПИ** | **КРАЙНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ** |
| **МЕДИЙНА КОМУНИКАЦИЯ** | **🗸** | **🗸** |  |
| **ОСНОВНИ НЕМЕДИЙНИ ИНСТРУМЕНТИ И ДЕЙНОСТИ** | **🗸** | **🗸** |  |
| **ОРИЕНТИРАНО ОБЩНОСТНО ХРАНИЛИЩЕ** | **🗸** | **🗸** | **🗸** |

**5. Избрани средства за комуникация**

|  |  |
| --- | --- |
| **КОМУНИКАЦИОННИ ИНСТРУМЕНТИ** | **ОТГОВОРЕН ОРГАН** |
| **МЕДИЙНА КОМУНИКАЦИЯ** |
| **Пресконференции**Пресконференции ще бъдат организирани от всеки партньор – откриваща и закриваща пресконференция. Местни и регионални медии ще бъдат поканени на тези прессъбития. | **водещ партньор, бенефициент на проекта 2** |
| **Начално събитие**Дейността има за цел да създаде механизъм за успешно постигане и разпространение на целите на проекта и популяризиране на целевата област. Целта му е да включи широката общественост и да даде по-широка представа за фона на проекта, целите, планираните дейности, неговата устойчивост и резултати. Отвореното и прозрачно участие на всички заинтересовани страни е наложително за насърчаване на туристическия потенциал и привлекателност на ТГС зоната и позиционирането й като уникална и туристическа дестинация.Събитието ще се организира в Къркларели след два дни.Ще бъдат изготвени съобщения за пресата и електронен бюлетин, които ще бъдат изпратени до местни и регионални медии. | **бенефициент на проекта 2** |
| **Обръщане на копка и закриване на строително-рехабилитационните работи**Ще бъдат организирани две официални церемонии от всеки от партньорите, за да се даде по-широка представа за началото и завършването на реконструкционните и рехабилитационни работи.Ще бъдат изпращани прессъобщения и покани до местни и регионални медии. | **водещ партньор, бенефициент на проекта2** |
| **Кратко видео клип**За популяризиране на проекта ще бъде създаден кратък видеоклип. Сценарият на видеото ще бъде определен между партньорите по проекта.Той ще бъде разпространяван чрез социалните медии, уебсайта на проекта и по електронна поща до местни и регионални медии. | **водещ партньор, бенефициент на проекта2** |
| **електронен – Бюлетин**електронно – Бюлетини, съдържащи информация и визуални материали за проекта, публикувани по електронен път. Бюлетинът ще се фокусира основно върху предоставянето на информация за проекта, поставените цели и постигнатите резултати.)Електронните бюлетини ще се разпространяват чрез социалните медии, уебсайта на проекта и по електронна поща до местни и регионални медии. | **водещ партньор, бенефициент на проекта 2** |
| **Прессъобщение**Ще бъдат подготвени и разпространени прессъобщения до местни и регионални медийни организации. Съобщенията за пресата ще бъдат достъпни на уебсайта на проекта и официалните уебсайтове на бенефициентите по проекта. | **водещ партньор, бенефициент на проекта 2** |
| **Работилница за насърчаване на туризма**Работилницата за насърчаване на туризма е насочена към туристически агенции и предприемачи от региона на ТГС, както и към представители на местни, регионални и национални институции и заинтересовани страни. Целта му е да направи преглед на съществуващия модел на управление на туризма и да препоръча промени, които ще направят целевия регион по-конкурентоспособен.Събитието ще се проведе в Минерални бани /БГ/ в рамките на 2 дни.Лекциите ще се разпространяват чрез уебсайта на проекта и социалните медии.Ще бъдат изпращани прессъобщения и покани до местни и регионални медии. | **водещ партньор** |
| **Събитие за закриване на проектни дейности**При приключване на проекта представители на целевите групи ще бъдат поканени да участват в заключително събитие по проекта. Широка представа за планираното събитие и постигнатите резултати от проекта ще бъде дадена чрез местни и регионални медии, социални медии, уебсайт на проекта, видеозаснемане и др. | **водещ партньор** |

|  |  |
| --- | --- |
| **КОМУНИКАЦИОННИ ИНСТРУМЕНТИ** | **ОТГОВОРЕН ОРГАН** |
| **ОСНОВНИ НЕМЕДИЙНИ ИНСТРУМЕНТИ И ДЕЙНОСТИ** |
| **Дисплейни панели**По време на строителството на работните площадки ще бъдат поставени витрини за представяне на проекта и финансовата подкрепа на Програмата.Основните елементи за видимост на панелите на дисплея са:1. Емблема на ЕС (знаме на Европейския съюз);2. Лого на програмата;3. Декларация за съфинансиране;4. Заглавието на проекта.5. Общ размер на финансирането по Програмата;6. Начална и крайна дата на строителството/ремонта. | **водещ партньор, бенефициент на проекта 2** |
| **Въпросници**При приключването на проекта, за да се определи нивото на удовлетвореност сред целевите групи от дейностите по проекта и постигнатите резултати, ще бъдат раздадени и попълнени 100 въпросника.Анкетата ще се състои основно от кратки въпроси с предварително дефиниран набор от отговори (да/не/не знам; или по продължение на континуум от 1 до 5), пространство за похвали и препоръки. | **водещ партньор, бенефициент на проекта 2**  |
| **Ролбанери**Ролбанерите ще се използват ефективно като фон за всички обществени събитияОсновните елементи за видимост на банерите са:1. Емблема на ЕС (знаме на Европейския съюз);2. Лого на програмата;3. Декларация за съфинансиране;4. Заглавието на проекта. | **водещ партньор, бенефициент на проекта 2** |

|  |  |
| --- | --- |
| **КОМУНИКАЦИОННИ ИНСТРУМЕНТИ** | **ОТГОВОРЕН ОРГАН** |
| **ОРИЕНТИРАНО ОБЩНОСТНО ХРАНИЛИЩЕ**  |
| **Уебсайт на проекта**Публикуването на уеб сайт е много лесен начин да се свържете с по-голяма аудитория и да организирате информационна банка, за улеснение и удобство на потребителите и целевите групи. Целта е да се съсредоточи и натрупа най-полезната и съществена информация и документация, за да се облекчат усилията на потребителите във възможно най-голяма степен.Ще бъде разработен уебсайтът на проекта, който ще включва (но не се ограничава до):- обща информация за целите, дейностите и постигнатите резултати на проекта;- база данни с проекти с разработените в рамките на проекта рекламни материали, ръководства, презентации, снимки, видео-кадри и др.- информация за средствата за масова информация – прессъобщения, съобщения, новини, събития, информационни кампании, снимки и др. |  **бенефициент на проекта 2** |
| **Официални уебсайтове на партньорите по проекта**Ще бъде стартирано и редовно разпространение на информация за напредъка на проекта на уебсайтовете на двете общини, като най-полезният и икономичен инструмент за популяризиране на проекта и разпространение на информация до целевите групи и обществеността като цяло |  **водещ партньор, бенефициент на проекта 2** |
| **Социална медия**Ще бъдат създадени акаунти в социалните медии и социалните медии ще се използват активно и постоянно за популяризиране на проекта. За начало ще бъде пуснат Facebook и в социалната мрежа ще се качва редовна информация със снимки и коментари за проекта. |  |
| **Ръководство за насърчаване на туризма**Тази акция има за цел да популяризира богатото природно, културно и историческо наследство на Минерални бани и община Демиркьой, да информира широката общественост и регионалните заинтересовани страни за възможностите за развитие на туризма в региона.Насоките ще бъдат създадени и разпространени в хартиен и електронен формат. Той ще бъде достъпен на уеб сайта на проекта, но може да бъде разпространяван и по електронна поща. | **водещ партньор, бенефициент на проекта 2** |
| **Туристическа карта**Друг инструмент за популяризиране на ТГС региона е туристическата карта.Туристическата карта ще бъде създадена и разпространявана в хартиен и електронен формат. Той ще бъде достъпен на уеб сайта на проекта, но може да бъде разпространяван и по електронна поща.  | **водещ партньор, бенефициент на проекта 2** |

**6. Изпълнение на целите на комуникацията**

|  |
| --- |
| **индикатори** |
| **ВЪВ ВРЪЗКА С** | **ДЕЙНОСТ** | **ВРЕМЕТО** | **РЕЗУЛТАТ И РЕЗУЛТАТ** | **КОЛИЧЕСТВО** |
| **МЕДИЙНА КОМУНИКАЦИЯ** | Пресконференции | 2-ри и 8-ми триместър на проекта | Брой проведени пресконференции | 4 |
| Начално събитие | 2-ри триместър на проекта | Брой проведени събития | 1 |
| Обръщане на копка и закриване на строително-рехабилитационните работи | 2-ри и 6-ти триместър на проекта | Брой проведени събития | 4 |
| Кратко видео клип | 8-ми триместър на проекта | Брой разработени кратки видео спотове | 2  |
| Електронни - Бюлетин | На важни етапи | Брой разпространени електронни бюлетини | 4 |
| прессъобщение | На важни етапи | Брой публикувани съобщения за пресата  | 10 |
| Работилница за насърчаване на туризма | 8-ми триместър на проекта | Брой проведени събития | 1 |
| Събитие за закриване на проектни дейности | 8-ми триместър на проекта | Брой проведени събития | 1 |
| **ОСНОВНИ НЕМЕДИЙНИ ИНСТРУМЕНТИ И ДЕЙНОСТИ** | Дисплейни панели | 2-ми триместър на проекта | Брой монтирани панели | 2 |
| Въпросници | 8-ми триместър на проекта  | Брой попълнени въпросници | 100 |
| Ролбанери | 2-ми триместър на проекта t | Брой публикувани ролбанери | 2 |
| **ОРИЕНТИРАНО ОБЩНОСТНО ХРАНИЛИЩЕ**  | Уебсайт на проекта | периодично | Брой разработени уеб сайтове | 1 |
| Официални уебсайтове на партньорите по проекта | На важни етапи | Брой официални страници на партньорите по проекта | 2 |
| Социална медия | Периодично | Брой страници в социалните медии | 2 |
| Ръководство за насърчаване на туризма | 7-ми триместър на проекта | Брой отпечатани и разпространени копия | 1500 |
| Туристическа карта | 7-ми триместър на проекта | Брой отпечатани и разпространени копия | 1500 |

**Ресурси**

**7. Човешки ресурси**

Членовете на Съвместния управленски екип (JMT) отговарят за изпълнението на комуникационния план, а именно:

- Теодора Пехливанова - Ръководител на проекта

- Делчо Пехливанов- технически сътрудник / водещ партньор/

- Хатидже Сера Байрам- Координатор на проекта / бенефициент на проекта 2/

 JMT ще предостави на УО информация за качеството и ефективността на мерките за публичност и информация, подкрепена с подходящи доказателства. Стратегията може да бъде преразгледана, ако е необходимо.

**8. Финансови средства**

Всички мерки за изпълнение на Комуникационния план се покриват от одобрен бюджет на проекта. Общият бюджет на проекта възлиза на 421 584,61 евро. Индикативната сума, предвидена за изпълнение на мерките за информиране и публичност, е 19 310 евро.