

План за информация и публичност за България
по проект „Подкрепа на социалните предприятия в борбата с
бедността и социалното включване”
(Social Plate)

СЪДЪРЖАНИЕ

1.	Въведение	Страница 3
2.	Контекст	Страница 3
3.	Обхват на проекта	Страница 4
4.	Анализ на настоящата ситуация	Страница 4
5.	Цели на Плана за информация и публичност	Страница 6
6.	Целеви групи	Страница 7
7.	Комуникационна стратегия	Страница 8
8.	Комуникационни методи и канали	Страница 8
9.	Финансов план	Страница 10
10.	График за изпълнение на плана	Страница 11
11.	Мониторинг и оценка на плана	Страница 11

1. ВЪВЕДЕНИЕ

В края на 90-те години на миналия век Гърция и България, две съседни държави с богато минало, влязоха в ерата на по-тясно сътрудничество благодарение на Програма за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция – България 2014-2020 г., съфинансиран от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Основната идея на ИНТЕРРЕГ се базира на факта, че държавите са изправени пред различни въпроси, които могат да бъдат разрешени по-успешно, ако работят заедно със своите съседи, отколкото ако всеки остане ограничен в границите си.

В рамките на проекта - 2014-2020 г., Европейският съюз, заедно с Гърция и България, предоставят 130 милиона евро (общо финансиране).

Този план ще бъде изработен съгласно одобрения проект и Ръководството за информация и публичност на Програма за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция – България 2014-2020 г.

2. КОНТЕКСТ

В рамките на Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция – България 2014-2020 г. идеята на проекта е използването на "излишъка на хранителни продукти" в усилията за оптимизиране на стратегията за предотвратяване на отпадъците и по този начин насърчаване на екологичната стратегия в предприемаческия кодекс за поведение. Това ще бъде постигнато чрез създаването на социална структура в разпределението на храна за уязвимите социални групи и разработването на платформата "food angels", в която социалните кооперации или други компании могат да даряват дълготрайни продукти. Други дейности се отнасят до картографиране на потребностите от храна за социалните структури и до съвместна оценка на съществуващата ситуация.

Проектът " Подкрепа на социалните предприятия в борбата с бедността и социалното включване" се подкрепя от Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-А Гърция – България 2014-2020 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

3. ОБХВАТ НА ПРОЕКТА

Обхватът на проекта е свързан с подкрепата за създаването на ново социално предприятие под формата на неправителствена организация в Гърция, чиято цел е да разпространява дълготрайни продукти, които в противен случай биха били изхабени. Това ще насърчи екологичния подход и в същото време ще включва хора от финансови и професионални групи, осигуряващи ежедневна работа на предприятието.

Популяризирането на новото социално предприятие в България ще бъде осъществено чрез така наречения социален франчайз, а именно трансграничното прехвърляне на опита на социалното предприятие в Гърция на територията на България, в община Борино, чрез създаване на офис на неправителствената организация и наемане на 2 души, които да осигурят навременното и правилно изпълнение на проекта в съответствие със Споразумението за партньорство и по-конкретно Договора за субсидия.

4. АНАЛИЗ НА НАСТОЯЩАТА СИТУАЦИЯ

Община Борино е част от граничните райони на България, включвайки някои от най-необлагодетелстваните и изолирани общности, с високи равнища на бедност и безработица. Това са фактори, които поставят уязвимите групи в повишен риск. Социалното предприемачество е успешно използвано за облекчаване на подобни проблеми в други региони / държави членки на ЕС, но

не е достатъчно развито в граничните региони. Този влошаващ се социално-икономически контекст доведе до търсене на условия за партньорство, формиране и функциониране на социални предприятия в Гърция и България, които дават възможност на уязвимите групи да навлязат на пазара на труда и да улеснят търсенето на нови и устойчиви ресурси за постигане на обществени цели в обществен интерес.

Симитли е малък град в Благоевградска област в Югозападна България. Сред приоритетите, посочени в Регионалния план за развитие на област Благоевград, са устойчивото развитие чрез засилване на трансграничното сътрудничество и подобряване на качеството на живот.

"Активни младежи" е пример как идеите на младите и успели хора от Симитли могат да работят в полза на обществото. Това е организация с нестопанска цел, която работи в обществен интерес, в съответствие с нестопанската си цел. Идеята на организацията е да насърчи участието на младите хора в социалния, икономическия и политическия живот в България, адаптирането им, по-добрата интеграция и реализация на индивида; насърчаване на доброволчеството; социалното приобщаване на младите хора; идентификация и участие в решаването на настоящите проблеми на младите хора.

В тази връзка популяризирането на проекта "Social Plate" е абсолютна необходимост. Чрез комуникационна стратегия, методи и канали информацията за него ще достигне значително по-голяма група от хора, които биха могли да се възползват от възможностите, предоставени от проекта. Информационната кампания ще даде възможност и за запознаване на обществото с постиженията на проекта "Social Plate".

5. ЦЕЛИ НА ПЛАНА ЗА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ

Основната цел на Плана за информация и публичност е да се повиши осведомеността на широката общественост и / или конкретната аудитория, към която е насочен проектът, и да се информират всички заинтересовани страни и широката общественост за идеята на проекта, за неговите дейности, цели и резултати. Освен това планът ще гарантира прозрачността на осъществените дейности и използването на средствата от ЕС. Прилагането на стратегията за информация и публичност ще гарантира, че постигнатите резултати ще бъдат широко разпространени и ще бъдат капитализирани от създателите на политики и заинтересованите страни.

Подробният план за комуникация, който ще бъде изготвен в началото на проекта, ще бъде в пълно съответствие с комуникационната стратегия на програмата, като се фокусира върху всеобхватен, многостранен и хоризонтален подход, целящ да осигури висока видимост на проекта, като по този начин засили консенсуса в своите политики в ЕС.

Всички партньори ще действат в областта на информираността и публичността и ще отговарят за осигуряване на видимост на дейностите по проекта и честа комуникация с националните / регионалните медии. Мерките за информиране и публичност гарантират, че продължителността на живота на проекта ще продължи по-дълго от самата реализация на проекта. По-специално, партньорството гарантира, че резултатите от проекта ще бъдат използвани по отношение на целевите групи и целевите сектори и потенциалните потребители. Дейностите за комуникация и разпространение ще подчертаят ролята на Европейския съюз и структурните фондове като цяло и, разбира се, по-специално на проекта.

6. ЦЕЛЕВИ ГРУПИ

С цел ефективна комуникация съответните целеви групи ще бъдат ясно определени. Всички тези групи имат различни характеристики и нужди. В допълнение, специфичните целеви групи ще бъдат адресирани чрез различни дейности.

Целта е да се достигне възможно най-голям брой лица, вземащи решения, но и да се включат действителните заинтересовани страни - целевите групи на проекта, тъй като това е начин да се превърнат в комуникатори на усилията.

Проектът е естествено продължение на цялостния процес на включване на лицата, отговорни за вземането на решения, и превръщането им в комуникатори на проблемите, които възникват по отношение на това как социалните предприятия могат да се борят с бедността и социалното изключване.

Целеви групи на проекта са:

- Уязвими групи хора: в състояние на бедност или дългосрочно безработни; бездомни; хора с увреждания; бежанци; имигранти;
- Местни и регионални власти;
- Организации за социална солидарност;
- Университети;
- Изследователски институции;
- Социални предприятия;
- Местен и регионален бизнес.

7. КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ

Комуникационната стратегия включва конкретни действия за информиране и публичност за постигане на поставените цели. Комуникационните дейности ще съдържат ясно послание и ще бъдат правилно планирани. Стратегията ще се съсредоточи върху идеята, постиженията и въздействието на проекта и ще подчертае ролята на ЕС като партньор.

- Изработване на комуникационни материал: 3 банера, 2000 брошури, 200 тетрадки и химикалки, превод на материали от български на английски и др.;
- ТВ и радио спотове, публикации в местна и национална преса;
- Една откриваща и една закриваща конференции в България за 200 души (превод, наем на аудио-визуална техника, кафе пауза и лек обяд, пътни разходи за 3 лектори и др.);
- Изработване на План за информация и публичност за България.

8. КОМУНИКАЦИОННИ МЕТОДИ И КАНАЛИ

Методите и каналите за комуникация ще бъдат избрани така, че да са най-подходящи за изпълнението на Плана за информация и публичност.

8.1. Печатни материали

- В рамките на проекта банерите ще бъдат разположени в сградата на кметството и на обществено значими места в общината. Банерите ще бъдат използвани като статичен елемент за популяризиране на проекта по време на неговите събития. Те ще съдържат лесна за възприемане информация за проекта;

- Брошурите ще бъдат използвани за разпространение на идеите, резултатите и постиженията на проекта. Съдържанието на брошурите ще бъде лесно разбираемо, като се използват кратки описания и графики, за да се улесни четенето. Те ще бъдат разпространявани на територията на общината;
- За достигане до по-широка аудитория ще бъдат произведени и канцеларски материали, като тетрадки и химикалки.

8.2. Поява в медиите: Комуникацията чрез различни видове медии е основен инструмент за достигане до широка аудитория. Използването на телевизия, радио и преса дава възможност за достигане до повече заинтересовани групи хора.

- Телевизия:
 - 5 x 30 секунди спотове в регионална телевизия;
- Радио:
 - 15 x 30 секунди спотове в регионални радиостанции;
- Преса:
 - 1 реклама / публикация в национална преса;
 - 10 реклами / публикации в регионална преса.

8.3. Конференции в България: Ще бъдат организирани две конференции в България - една откриваща и една закриваща. Събитията ще бъдат организирани, за да се достигне до широка аудитория с ясни послания. Конференцията за откриването ще представи идеята, целите и възможностите, които проектът предлага. Заключителната конференция ще съдържа информация за постигнатите резултати в рамките на проекта. Събитията ще включват превод, възможности за представяне на аудиовизуални материали. Очакванията са за присъствието на 200 души. Трима лектори ще бъдат поканени да предоставят необходимата информация за проекта.

8.4. Създаване на План за публичност за България: Планът за информация и публичност има за цел да създаде стратегия за успешно популяризиране на идеята, целите, възможностите и резултатите на проекта, както и приноса на ЕС, сред заинтересованите страни. Планът ще бъде изготвен съгласно одобрения проект и Ръководството за информация и публичност на Програма за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-А Гърция – България 2014-2020 г..

9. ФИНАНСОВ ПЛАН

Изработване на комуникационни материали: 3 банера, 2000 брошури, 200 тетрадки и химикалки, превод на материали от български на английски език и др.	7,000.00 евро
ТВ и радио спотове, публикации в местна и национална преса	10,000.00 евро
Две конференции в България за 200 души	15,000.00 евро
Изработване на План за информация и публичност за България на английски език	5,000.00 евро
Общо	37,000.00 евро

10. ГРАФИК ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПЛАНА

3 банера	ноември 2018
2000 брошури	ноември 2018
200 тетрадки и химикалки	ноември 2018
Телевизия	5 x 30 секунди спотове в регионална телевизия: януари – октомври 2019
Радио	15 x 30 секунди спотове в регионални радиостанции: януари – октомври 2019
Преса	1 реклама / публикация в национална преса: ноември 2018 – октомври 2019 10 реклами / публикации в регионална преса: ноември 2018 – октомври 2019
Откриваща конференция в България	декември 2018
Закриваща конференция в България	октомври 2019
План за информация и публичност	октомври 2018

11. МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА НА ПЛАНА

Ефективността и изпълнението на всички информационни и комуникационни дейности ще бъдат наблюдавани чрез месечни доклади, изпратени на възлагащия орган.