



**Project “CROSS BORDER CREATIVITY ON THE RISE”**  
**Number of project: 2007CB16IPO006 – 2011 – 2 – 85**  
financed by Bulgaria - Serbia IPA Cross-Border Programme CCI  
Number 2007CB16IPO006



## **КОМУНИКАЦИОНЕН ПЛАН**

**ПРОЕКТ “ТВОРЧЕСТВО ВЪВ ВЪЗХОД”**  
**REF. No 2007CB16IPO006 - 2011-2-85**

### **I. Въведение и цел на комуникационния план**

#### **1.1. Въведение**

Проектът “Творчество във възход” отговаря на стратегията на Българо-сръбската програма за засилване териториалното сближаване, конкурентоспособност и устойчиво развитие, чрез създаване на съвместен трансграничен модел за сътрудничество, за извличане положителна полза от културните и творчески ресурси на района, съгласно приоритетната ос 2 “Подобряване на капацитета за съвместно планиране, решаване на проблеми и развитие и ключов район”, точка 2.2 “Устойчиво развитие чрез ефективно използване на регионалните ресурси”, чрез създаване на съвместен план за действие - като резултат от мрежа на взаимно сътрудничество и разбирателство отвъд граница - и конкретни дейности (работилници, учебни посещения и седмично творческо събитие), за да се насърчи потенциала на творческата индустрия като фактор, допринасящ за заетостта, особено на млади творци. Проектът ще разработи модел, основан на международни добри практики и методологии, за да оцени богатото културно наследство и съвременния местен артистичен потенциал, с цел намаляване на напускащите региона млади хора и допринасяне за растежа и капацитета на целевите групи (местни власти и културни организации, включително и млади хора), свързани с повишаване на туристическата привлекателност.

#### **1.2 Цел на плана**

Целта на настоящия комуникационен план е да подпомага и поддържа всички дейности, свързани с прозрачността на проекта, за да се повиши обществената информираност за програмата, както и осигуряването за заинтересованите страни на точна и надеждна информация и данни относно програмата. Освен това, тези дейности имат за задача да подчертаят финансовата подкрепа от страна на ЕС. Основната цел на плана е да се осигури видимост на проекта, което ще бъде гарантирано чрез максимална публичност. Комуникационният план съдържа:

- ✓ ясни насоки за изработката на материали;
- ✓ организиране на семинари на други публични или вътрешни събития;
- ✓ последици за партньор, който не спазва установените правила;

*The project is co-funded by the EU through the Bulgaria- Serbia IPA Cross Border Programme*



**Project "CROSS BORDER CREATIVITY ON THE RISE"**  
**Number of project: 2007CB16IPO006 – 2011 – 2 – 85**  
financed by Bulgaria - Serbia IPA Cross-Border Programme CCI  
Number 2007CB16IPO006



- ✓ общи и конкретни цели;
- ✓ първични и вторични комуникационни целеви групи;
- ✓ съобщения, средства и задачи със сходни разходи и графици.

Системата за мониторинг и оценка, която се основава на доклада за напредъка на всеки партньор, ще бъде създадена, за да оцени ефективността и ефикасността на действията. Комуникацията ще бъде организирана в следните две нива:

- ✓ на нивото на съвместното партньорство (уебсайт; окончателно основно представяне; събития, предвидени в "две трансгранични творчески седмици"; заключителна конференция, местни рекламни материали, местни художествени събития)
- ✓ на регионално ниво със съответния отпуснат бюджет.

### **1.3 Основна информация за външна комуникация и промоционални дейности**

Всички мерки, свързани с промотирането и информирането по програмата, трябва да се извършват в съответствие с националните разпоредби и разпоредбите на Общността. По-долу са включени основните правни актове, уточняващи задълженията за информиране и насърчаване на институциите, участващи в мерките, съфинансирани от фондовете на ЕС, както и документи, определящи правилата за изпълнение на тези мерки по програма ТГС България - Сърбия.

Изготвеният комуникационен план предвижда:

- ✓ ясно разпознаваемо координирано изображение (дизайн на лого), промоционални материали (притурки, USB, папки, памучни торбички, тениска с артистични дизайни) и творчески каталог;
- ✓ блог на проекти и дейностите, с препратки към линкове на културните артистични събития;
- ✓ заключителна конференция (която ще се проведе по време на седмицата с изложбата);
- ✓ пресконференция и публикации на обяви в местните медии.

Отговорният партньор за изготвянето на комуникационния план и организирането на заключителната конференция е НПО "Младежко движение за бъдещето", но всички партньори са ангажирани с дейности за популяризиране в собствените си райони.

### **1.4 Основните цели са:**

- ✧ повишаване на обществената информираност по програма ИПА ТГС България-Сърбия, привличане на обществен интерес, насърчаване на заявление с проекти и гарантиране на прозрачност в процеса на изпълнение на програмата, също така осигуряване на равен достъп до информация на



**Project “CROSS BORDER CREATIVITY ON THE RISE”**  
**Number of project: 2007CB16IPO006 – 2011 – 2 – 85**  
financed by Bulgaria - Serbia IPA Cross-Border Programme CCI  
Number 2007CB16IPO006



всички, които биха проявили интерес, както и повишаване на знанията на обществеността за положителната роля на програмата;

- ✦ мобилизиране на международната общност и ключовите аудитории, с цел засилване и повишаване профила на България и Сърбия и по този начин да допринесе за неговата мисия да създаде свободна, независима и плуралистична медия, за да осигури равен достъп до информация за всички които може да се заинтересувани.

### **1.5 Кокретните цели са:**

- ✦ повишаване на информираността сред ключовите аудитории (вътрешни и външни) дейностите финансирани по Програма ИПА ТГС България Сърбия реализираните успешни медийни дейности;
- ✦ подкрепа и повишаване на осведомеността за ТГС България - Сърбия, генерирайки роля сред ключовите аудитории;
- ✦ увеличаване на онлайн посещаемостта;
- ✦ предоставяне на информация, свързана с възможностите (ЕС и национални) за съвместно финансиране за изпълнение на предвидените в програмата дейности в общините и регионите, подробно описание на разпределението на средствата по съответните операции;
- ✦ насърчаване на публични дискусии по приоритетните въпроси, свързани с политиката на регионално развитие;
- ✦ организиране на информационни кампании за всички целеви групи чрез средствата за масова комуникация - радио, телевизия, вестници;
- ✦ използване на съвременните информационни технологии, за да се предостави актуална информация за оперативната програма на тези, които нямат достъп;
- ✦ организиране на информационни дни и пресконференции с представители на средствата за масово осведомяване, с цел разпространяване на информация за програмата.

### **1.6 Експерт по комуникацията**

Експертът по комуникацията е неразделна част от създаването и предоставянето на информация. Той има множество роли, включително координиране на медийни и маркетингови събития и срещи. Той често ще изпълнява основни задачи, свързани с медиите, като например отговаряне на въпроси, поддържане на списък с медийни контакти и съставяне на съобщения за пресата и други комуникационни материали. Подпомагане на интернет страницата на проекта и помагане в маркетингови и рекламни кампании.

Експертът по комуникация отговаря за:

*The project is co-funded by the EU through the Bulgaria- Serbia IPA Cross Border Programme*



**Project “CROSS BORDER CREATIVITY ON THE RISE”**  
**Number of project: 2007CB16IPO006 – 2011 – 2 – 85**  
financed by Bulgaria - Serbia IPA Cross-Border Programme CCI  
Number 2007CB16IPO006



- участва в разработването на план за регулирането на съобщенията;
- координиране на комуникацията;
- предоставяне на техническа подкрепа;
- поддържането на подходящи записи и доклади, свързани с прозрачността;
- извършване на допълнителни задачи или задължения, възложени по време на мисията;
- мониторинг на изпълняваните комуникационни дейности за да се подпомагнат събитията на проекта (конференции, пресконференции); да се увери, че дигиталната платформа на програмата (уебсайтът) се поддържа и актуализира; да разработва прессъобщения до местните медии; видео/документални филми за телевизията и/или разпространение; да наблюдава и съобщава резултатите

### **1.7 Отговорности на клиента:**

- ⤴ да информира аудиторията за социалната цел и ефекта от проекта;
- ⤴ трябва ясно да обяви, че проектът е финансиран от ЕС чрез Програмата ИПА ТГС България Сърбия;
- ⤴ резултатите от проекта трябва да бъдат безплатни и достъпни за обществеността;
- ⤴ водещия партньор има за задача да координира информационните дейности между партньорите;

### **1.8 Основните целеви групи са:**

- ⤴ артисти и културни дейци: по-голяма група творци ще бъдат положително повлияни от проекта, тъй като тяхната работа ще бъде представена на финалното събитие;
- ⤴ млади хора и студенти: ще бъдат разширената целева група, тъй като те ще бъдат включени в работилниците на "Творчеството във възход" и ще бъдат поканени да участват активно във финалното събитие;
- ⤴ местните власти и културни организации: са насочени към партньорите и екипа на други институции (органи, които участват в мрези и насърчават дейности в мрежата).

### **1.9 Вторичните целеви групи са:**

- ⤴ студенти и млади хора, заети и безработни, които имат интерес в областта на културата/художественото изразяване във всякаква форма;
- ⤴ местните икономически участници: туристически оператори, културни оператори;
- ⤴ занаятчии и техните организации, организации свързани с опазването на околната среда;

*The project is co-funded by the EU through the Bulgaria- Serbia IPA Cross Border Programme*



**Project “CROSS BORDER CREATIVITY ON THE RISE”**  
**Number of project: 2007CB16IPO006 – 2011 – 2 – 85**  
financed by Bulgaria - Serbia IPA Cross-Border Programme CCI  
Number 2007CB16IPO006



- ✦ населението като цяло по отношение на района: то ще участва в обществените прояви, или ще им бъдат раздадени рекламни материали, за да оценят потенциала на културното/художествено изразяване и ще повиши осведомеността относно стойността на творческата индустрия за социално-икономическо развитие на района.



## II. Финансови параметри и програма:

### 2.1 Бюджет

МАТЕРИАЛИ		ПАРТНЬОРИ											
		ПП1			ПП2			ПП3			ПП4		
Предмети	еденица	бройк и	Ед.сто йност	Обща стойн ост	бройки	Ед.ст ойно ст	Обща стойно ст	бро йки	Ед.ст ойно ст	Обща стойн ост	бройки	Ед.с тойн ост	Обща стойно ст
Доставка на рекламни материали				3275			12000			900			7300
Химикалки	брой	2500	0.80	2000	-	-	-	500	1.00	500	300	1.00	300
USB	брой	50	4.50	225	-	-	-	50	4.50	225	-	-	-
Папки	брой	250	0.60	150	-	-	-	250	0.70	175	-	-	-
Постери	брой	500	1.80	900	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Чанти/Тениски с лого	брой	-	-	-	1000	5	5000	-	-	-	1000	5.00	5000
Други материали	брой	-	-	-	500	4.00	2000	-	-	-	-	-	-
Флайери	брой	-	-	-	10000	0.20	2000	-	-	-	10000	0.20	2000
Брошури/каталози	брой	-	-	-	300	8.00	2400.00	-	-	-	-	-	-
Банери	брой	-	-	-	6	100	600	-	-	-	-	-	-
Разработване, проектиране и т.н.				3000			-			-			-
Дизайн на лого и промо материали	По договор	1	1000	1000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Развитие на	По	1.00	2000.	2000.	-	-	0.00	-	-	0.00	-	-	0.00



уебсайт	договор		00	00									
Публикации в масовите медии				640						640			-
Публикация във вестник	брой	4	80.00	320	-	-	-	4	80.00	320	--	-	-
Публикация в ТВ и радио	брой	4	80.00	320	-	-	-	4	80.00	320	-	-	-
<b>ОБЩО</b>				<b>6915</b>				<b>12000</b>		<b>1540</b>			<b>7300</b>
													<b>27 755</b>

## 2.2. Времеви график

ДАННИ ЗА ДОГОВАРЯНЕ НА ПОДИЗПЪЛНИТЕЛИ					
Проектен партньор	Бюджетна линия	Стартова дара	Доставка		Забележка
			Вид	Сума (EUR)	
ВП (ПП1)	VL4-информация и публичност	Декември, 2013	B1	4275	Закупуване на рекламни материали (химикалки, USB, папки, плакати). Създаване на дизайн, други, design, etc. (дизайн на лого и промо материали)
ПП2	VL4-информация и публичност	Февруари, 2014	B1	12000	
ПП3					
PP4	VL4-информация и публичност	Август 2014	B1	7300	

Забележка: Доставка B1 – по-малко или равно на 20,000 Euro Опростена процедура



**Финансови средства без процедура по договаряние, ако има такива:**

Проектен партньор	Бюджетна линия	Type of expenses	Amount
ВП	BL4- Информация и публичност	Разработване на уеб сайт	2000
		Вестник, Радио и ТВ	640
ПП2			
ПП3	BL4- Информация и публичност	Доставка на рекламни материали	900
		Медийни услуги	640
ПП4			

### III. Изисквания

#### 3.1. Логото на програмата

Логото на Програма играе роля от първостепенно значение при създаването на асоциации свързани с визуалната комуникация. От тук следва, че логото на програмата не трябва да бъде пресъздавано при никакви обстоятелства. Това означава, че пропорциите, цветовете или всякакви други подробности от дизайна на логото не трябва да се променят. Няколко версии на формата на логото, включително векторен формат за професионалните дизайнерски цели, са достъпни за сваляне от уеб сайта на програмата. Логото представлява действителни карти на България и Сърбия, "покрити" от техните съответни национални знамена, където трансграничната зона е в син цвят, като по този начин символизира идеята за трансгранично сътрудничество. Логото трябва винаги да се появява в неговата цялост, включително и името на програмата, написано на английски език.

Пълноцветна версия: Тази версия е силно препоръчителна, когато няма ограничения, наложени от текстурата и цвета на материала, на която визуалната идентичност на програма да се показва. Препоръчително е пълноцветната версия да се показва, когато е възможно, на бял фон.

Едноцветна версия: Тази версия (стандартна или очертана) се препоръчва, когато се изобразява чрез ситопечат или гравирание и/или в областта на ограничителните повърхности на някои материали - факс, стикери - когато не може да бъде приложена пълноцветната версия на логото.





*Bulgaria- Serbia IPA Cross-border Programme,  
CCI Number 2007CB16IPO006*



**Важна забележка:** Логото не трябва да бъде преоразмерявано. За да се създаде максимално въздействие и видимост, наличието на бяло пространство около графичния подпис е много ефективно. Това пространство индивидуализира логото, като го отделя от околните елементи (маргин на страницата, други логота или графични елементи и др.) В рамките на логото, името на програмата, трябва да бъде изписано с шрифт "Arial".

### **3.2. Промо материали**

#### **Общи правила и препоръки**

##### **Общи правила:**

Използвайте ключови елементи на видимост: име на проекта (заедно с логото - ако има такова), лого на програмата, знаме на ЕС, декларация за съфинансиране и отказ от отговорност (когато е приложимо).

##### **Препоръки:**

- ✓ Използвайте векторен формат снимки в логото на проекта, програмното лого, знамето на Европейския съюз, както и други логота/графични файлове (като например лого на партньорите по проекта). Векторен формат изображения са изображения с високо качество, използвани за целите на професионален дизайн.
- ✓ Използвайте местния език, когато е възможно. Двуетични рекламни материали, като брошури, също са опция, но не е препоръчително да се направят три-езични рекламни материали, защото в тях обикновено е много трудно да се включат всички елементи на основните видимост във всички три езика на корицата. Ако решите да направите три-езични материали, изберете по-голям формат, като например A4.
- ✓ Шрифт (фонт) - Използвайте Calibri, Arial или Times New Roman. Да не се използва повече от един тип шрифт при публикуване.

*The project is co-funded by the EU through the Bulgaria- Serbia IPA Cross Border Programme*



✓ Илюстрирайте вашите материали, когато е възможно, с подходящи изображения и/или снимки. Избягвайте използването на клип арт изображения. Консултирайте се с професионални дизайнери, когато е възможно, особено за дизайна на логото.

✓ За изготвяне на рекламни материали като брошури, диглиани, календари, визитки, бюлетини и т.н., можете да използвате Microsoft Office Publisher, което е много по-лесно за използване и има повече шаблони за проектиране и опции, отколкото Microsoft Office Word.

✓ Консултирайте се с Комуникационния експерт на Съвместния Технически секретариат, ако имате някакви въпроси относно комуникацията и видимостта, включително дизайна на промо материалите.

### **3.3. Публикации:**

Публикациите като бюлетини, брошури, листовки и т.н., трябва да включват поне следните визуални елементи:

На главната страница:

- Знамето на Европейския съюз
- Логото на Програмата
- Името на проекта
- Изречение за съфинансирането

### **Допълнително,**

➤ Отказ от съдържание, което може да бъде поставено на задната страница или друго видно място в рамките на публикацията.

### **3.4. Плакати и банери:**

Плакатите и банерите са едни евтини и много ефективни материали. Плакати в различни формати могат да бъдат ефективно използвани за насърчаване на събитията по проект, а различните видове пластмасови и текстилни банери са предназначени да служат като фон за специални събития като конференции и фестивали. Един от най-популярните и практични видове плакати е т.нар. "бърз плакат". Основни плакати са виниловите, които са монтирани на лека и компактна конструкция (обикновено направен от алуминий) и могат да бъдат показани, без необходимостта да се прикрепят към друг стабилен обект или стена. Те също са много лесни за транспортиране. Важно е да се използва най-доброто качество на изображението (векторни файлове, ако е възможно) при проектирането на плакати и банери, заради размера на този вид промо материали.

### **3.5. Тениски и чанти:**

Рекламни материали като тениски и чанти (хартиени торби, както и конферентни чанти) са популярни като промоционални подаръци по време



на събитията по проекта и за носене от членовете на екипа по проекта. Хартиените торби в частност са много практични, защото цялата им повърхност може лесно да се използва за целите на видимост и защото може да се използват за приготвяне на различни видове комплекти от рекламни подаръци. Подобно на други рекламни материали, тениските и чантите и също трябва да изобразяват минималните елементи като:

- Името на проекта (заедно с логото на проекта - ако има такава);
- Лого на програмата;
- Лого на ЕС.

Отчетът за съфинансиране може да бъде изключен от тениските и конферентни чанти по практически причини за печат, но трябва да бъде включен в хартиени торби.

**Съвет:** Уверете се, че качеството на хартиената торба е достатъчно добро, за целите на чантата. Един добър стандарт за качеството на хартията е 150 гр/кв. м или по-добро.

### **3.6. Малки промо материали:**

Рекламни материали като химикалки, USB флашки, ключодържатели и значки също са много популярни като материали за промоционални подаръци, но понякога по-трудно се открива марка поради ограниченото пространство за печат/гравирание. За такива малки рекламни материали е достатъчно да се изобрази името на проекта и знамето на Европейския съюз, но когато това е възможно, да включва също логото на програмата. Пластмасовите химикалки са много евтини и популярни за разпространение заедно с брошури и листовки, докато металните химикалки са много по-скъпи, но са подходящи за гравирание. Налице са също така биоразградими химикалки, предлагани на пазара. Биоразградимите химикалки са малко по-скъпи, но са много по-благоприятни за околната среда, отколкото пластмасовите химикалки.

USB флашки идват в различни форми и размери и са много практични промоционални подаръци, тъй като могат да включват много мултимедийни материали, качени върху тях (като алтернатива на рекламни CD-та и DVD-та, които са все по-отшумели). Тяхната цена варира в зависимост от марката и капацитета памет.

**Съвет:** Гравирането е по-скъп, но по-постоянен метод на маркиране на промоционните материали, поради факта, че стандартните цветни печатни изображения на такива малки повърхности са склонни да избледняват и се изтриват с течение на времето.

### **3.7. Лого на проекта**



Съвети относно дизайна:

- Дръжте дизайна прост и ясно различим, дори когато е изобразен в малък размер и/или в един цвят.
- Логото може да включва името на проекта (ако е кратко), акроним на проекта (ако е значимо) или лозунг на проекта.
- Уверете се да поискате от вашия дизайнер да ви предостави най-различни цветови варианти на лого (цветни, черни и бели, едноцветени), както и изображението във векторен формат.
- Логото на проекта трябва символично да представлява основната идея и/или целта на проекта.

### **3.8 Прозрачност на събитията по проекта**

Могат да се организират различни публични събития по време на процеса на изпълнение на даден проект или да празнуват успешното му завършване: инфо-събития, конференции, работни срещи, семинари, панаири. Организирането на публично събитие (или участие в събитие, организирано независимо от действието, например от Съвместния технически секретариат) може да предложи отлични възможности за генериране на интерес и по-специално постиженията на проекта. При провеждането на такова събитие е задължително да се покаже специален визуален елемент (банери, плакати и т.н.) на проекта - с логото на ЕС, логото на Програма ИПА ТГС България Сърбия и името на проекта. Ако е възможно, също биха могли да бъдат показани на знамето на Европейския съюз и националните флагове на двете съседни страни. Поканата, програмата, както и всички писмени материали от събитието също трябва да съдържат името на по-горе изброените елементи. За представителите на медиите трябва да бъде изготвено специално изявление за пресата от експертите по комуникация и да бъде разпространено до тях преди събитието. В края на събитието интересни снимки и резюме на също трябва да бъдат разпространени до журналистите.

**Важна забележка:** Винаги, когато е възможно, и особено за специализирани обучения и конференции, да се поддържа ясен запис на участниците (включително журналисти). Регистрационните списъци трябва да съдържат най-малко имената и подписите на участниците и основна информация за контакт (телефонен номер и/или е-мейл адрес).

### **3.9 Прозрачност на проекта в медиите**

#### **3.9.1. Изявления за пресата и пресконференции**

Изявленията за пресата може да бъдат много полезен принос към комуникационните дейности по проекта. Като общо правило, изявление за пресата трябва да бъде издадено в началото на всички събития. Важно изявление трябва да съдържа следното: заглавие, силен първи абзац с обобщение на основните факти, основната част от историята, цитати,



предистория, информация и данни за контакт за допълнителна информация.

Експертите по комуникация се съветва да бъдат проактивни и честно да информират медиите относно социалните цели и въздействието на проекта, както и за своя напредък. В тази връзка, специални съобщения за пресата, обобщаващи най-важната информация за проекта (или специално събитие) трябва да бъдат разпространени до съответния представител на медиите. Когато е възможно също могат да бъдат включени някои избрани снимки.

Изявления за пресата и други печатни издания следва да включват знамето на ЕС, логото на програмата, името на проекта (с логото на проекта - ако има такова) и отчета за съфинансиране. Когато една публикация, показваща на логото на ЕС и логото на програмата, съдържа учебни или научни резултати или лични забележки/отражения, опровержението на съдържанието също трябва да бъде включено.

Ако се организира пресконференция, трябва да бъдат показани знамето на ЕС и специален банер на проекта. Експертите по комуникация на проекта биха могли да организират посещения на журналисти до мястото на проекта (или да ги поканят на специално събитие по проекта), за да направят проекта и програмата по-видими за широката общественост. Графикът и във фокуса на тези посещения трябва да са добре подбрани.

### **3.9.2 Прозрачност в Интернет - сайт на проекта и страници в социалните мрежи**

Един уебсайт на проект трябва да съдържа най-малко следните елементи:

- ✓ Име на проекта (и лого - ако има такова),
- ✓ Знаме на ЕС,
- ✓ Лого на програмата,
- ✓ Отчет за съфинансиране,

**Важна забележка:** Горепосочените елементи трябва да са видими през цялото време в уеб сайта на проекта, което означава на всички страници на уеб сайта, не само на началната страница.

#### **Препоръки:**

- Регулиране на дизайна на уебсайта към целевата аудитория;
- Уверете се, че уеб сайтът е пригоден за разглеждане на различни програми за търсене в интернет;
- Интерфейсът на сайта трябва да бъде удобен за потребителя;
- Интернет страницата трябва да има опция за гледане във всички езици - български, сръбски и английски;
- Следните раздели могат да обогатят съдържанието на сайта: "полезни връзки", "календар на събитията", "мултимедийна галерия", "събития по проекта";



*Bulgaria- Serbia IPA Cross-border Programme,  
CCI Number 2007CB16IPO006*



- Актуализирайте съдържанието на уеб сайта и страниците в социалните мрежи често;
- Включвайте адреса на сайта във всичките ви публични материали.

#### **IV. Последствия за партньор, който не спазва правилата.**

Неуспешност да изпълни изискванията за информация и публичност на проекта, може да доведе до финансови корекции. Всяко неизпълнение на изискванията ще бъдат незабавно докладвано на УО. УО си запазва правото да проверява тези обстоятелства и да предприема подходящи мерки, когато е необходимо.