ИНФОРМАЦИОННА СТРАТЕГИЯ НА РЕГИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА РАЗВИТИЕ НА ЮГОИЗТОЧЕН РЕГИОН ПРИ ЗАПОЗНАВАНЕТО НА ОБЩНОСТТА С ПОДХОДА ИНТЕГРИРАНИ ТЕРИТОРИАЛНИ ИНВЕСТИЦИИ ЗА ПРОГРАМЕН ПЕРИОД 2021-2027 г.

Съдържание

1. Увод....3
2. Цели на информационната стратегия....3
3. Заинтересовани страни и целеви групи....5
Група 1: Публичен сектор....6
Група 2: Неправителствен сектор:....6
Група 3: Икономически сектор:....6
4. Методи за постигане на целите....6
5. Индикатори (базова и целева стойност) за изпълнение на информационната стратегия....9
6. Организационно разпределение на задачите сред експертите в звената за медиация....10
7. Публични консултации....10
7.1 Цел на публичните консултации....11
7.2. Организация на работата на звеното за публични консултации....11
8. Индикативен бюджет за изпълнението на информационната стратегия....12
9. Полезни връзки:....12

1. Увод

Настоящата ИНФОРМАЦИОННА СТРАТЕГИЯ НА РЕГИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА РАЗВИТИЕ НА ЮГОИЗТОЧЕН РЕГИОН ЗА ЗАПОЗНАВАНЕТО НА ОБЩНОСТТА С ПОДХОДА ИНТЕГРИРАНИ ТЕРИТОРИАЛНИ ИНВЕСТИЦИИ (ИТИ) ЗА ПРОГРАМЕН ПЕРИОД 2021-2027 г. е изготвена в съответствие с чл. 27, ал. 1, т. 6 от Закона за регионалното развитие (ЗРР) и Правилника за неговото прилагане и има за цел:

- Осигуряване на информация и комуникация, включително чрез иновативни инструменти с цел достигане до по-широк кръг хора и до по-голям брой целеви групи;
- Организиране на информационни събития (конференции, информационни дни и др.), посветени на възможностите, които дава интегрирания териториален подход за програмен период 2021-2027 г. в Югоизточен регион на планиране. Разписване на принципите и задачите на информационната и комуникационна кампания за период от 12 месеца;
- Идентифициране на отговорните институции, етапите, целевите групи и каналите за разпространение на информацията във връзка с изпълнение на комуникационната кампания за подхода ИТИ с фокус тематична интеграция в териториално измерение.

2. Цели на информационната стратегия

Основна цел: *Създаване и развитие на познание, разбиране и подкрепа към подхода за интегрирани териториални инвестиции в Югоизточен регион на планиране като предпоставка за формиране на умения за разработване на качествени концепции* и *кандидатстване за финансиране* .

Специфични цели:

- Разясняване същността на интегрирания териториален подход, специфични термини и съкращения;
- Разясняване на механизма за изпълнение на интегрирания териториален подход;
- Разясняване на принципите за създаване на партньорства и изготвяне на концепции за ИТИ;
- Привличане на обществения интерес и повишаване на обществената информираност относно подхода ИТИ като инструмент за създаване на ефективни партньорства и постигане на значимо ниво на регионална кохезия и взаимодействие;

- Насърчаване на взаимодействието и комуникацията между заинтересованите страни, с цел намиране на решения за преодоляване на идентифицирани проблеми в Югоизточен регион на планиране и успешното прилагане на интегрирани интервенции;
- Формиране на позитивни нагласи към подхода ИТИ в Югоизточен регион, секторните политики и програми, върху които той стъпва, както и плановете за интегрирано развитие на общините (ПИРО) /достъпни в приложение/;
- Представяне на основни национални стратегически документи, които да насочат потенциалните бенефициенти към ключови тематични области и идентифицирани приоритети, като по този начин се цели постигане на възможно най-голямо въздействие по отношение на решаване на проблеми с широка обществена значимост /списък на конкретни стратегически проекти в приложение/;
- Поддържане на изградени вече партньорства като надграждане на дейностите от предишни програмни периоди;
- Представяне на всички програми, участващи в интегрирания териториален подход с оглед ефективната реализация на проектните идеи, както и като средство за устойчивост и допълняемост на планираните мерки и дейности;
- Приоритетни действия са предвидени и конкретно към територите със специфични проблемни характеристики по областни градове с цел способстване решаването на съществуващи териториални дисбаланси и контрасти между силно урбанизираните и периферните територии;
- Провеждане на информационни кампании за всички целеви групи, чрез средствата за масово осведомяване /печатни медии, радио, телевизия, интернет и др./;
- Използване на съвременни информационни технологии за осигуряване на актуална информация за възможностите, които дава подходът ИТИ;
- Осведомяване на ясен и достъпен език, разбираем за широката общественост, като се избягва употребата на специализирана терминология.

Очакваните резултати и ефекти от реализацията на така дефинираната основна цел на Информационната стратегия са:

- повишаване осведомеността на целевите групи и широката общественост относно възможностите, които предоставя Интегрираният териториален подход, чрез координирани и съгласувани действия на отговорните за нейното изпълнение страни;
- осигуряване прозрачност на процеса на финансиране и информация от практическо значение за всички идентифицирани целеви групи в рамките на стратегията;
- подчертаване предимствата на Регионалната политика на ЕС и ключовата роля на РСР на Югоизточен регион и силните страни и предизвикателствата на подхода ИТИ;
- провокиране интерес у целевите групи по отношение на сформирането на партньорства, като се постигне значима степен на публичност и предоставяне на достъп до информация на всички нива;
- създаване на ясна представа и разбиране за основните общностни и национални политики и институции относно предотвратяване на нередности и измами;
- изграждане на доверие към Звеното за медиация като експертна структура с опит в сформиране на партньорства и спазване принципите на прозрачност и публичност на всички нива;
- приобщаване на заинтересованите групи в региона към институционалните действия за реализация на Интегрирания териториален подход;
- създаване на силен координационен механизъм с участие на органите, управляващи основните програми;
- подпомагане на подхода „отдолу-нагоре“ чрез представяне на обединени различни политики, приоритети, индикативни проекти, финансови ресурси и участници.

3. Заинтересовани страни и целеви групи

(*описват се в анекса към настоящия образец на информационна стратегия)*

Дейностите по Информационната стратегия са насочени към три основни целеви групи:

Група 1: Публичен сектор

1.1. Публични институции на централната и местната власт, областни администрации, общински власти на всички градски и селски общини в съответствие с териториалния обхват на допустимите дейности;

1.2. Образователни институции;

1.3. Културни институции;

1.4. Лечебни заведения, държавна или общинска собственост;

1.5. Други институции от публичен характер;

Група 2: Неправителствен сектор:

2.1. Сдружения с нестопанска цел (неправителствени организации);

2.2. Читалища;

2.3. Спортни клубове;

2.4. Организации на работодатели, синдикати, фондации;

2.5. Други представители на гражданското общество.

Група 3: Икономически сектор:

3.1. Представители на бизнеса (предприятията) и техни регистрирани обединения;

3.2. Земеделски производители и техни регистрирани обединения;

3.3. Сдружения на собственици на сгради в режим на етажна собственост, в т.ч. собственици на еднофамилни жилищни сгради.

4. Методи за постигане на целите

(*дейности и инструменти, описани за всяка целева група с включени комуникационни канали, честота, индикативен времеви график – когато е приложимо)*

Описание на дейностите и инструментите

Цели	***Група/подгрупа заинтересовани страни/целева група*** ***(съгласно Приложение 1)***	***Средства***	***Индикативен времеви график/ честота***

1. Създаване на предпоставки за засилване на: ✓ познаването, ✓ разбирането и ✓ подкрепата към подхода ИТИ и ТГС; **2.** Мотивиране на заинтересованите страни и стимулиране позитивно, съдействащо отношение и ангажирано сътрудничество.	*Институции, централна и местна власт*	1. Пасивни: Публикуване на информация в медии, институционални уебсайтове, социални мрежи, директна адресирана комуникация, анкети; 2. Проактивни: специални събития (включително виртуални), конференции, семинари, работни срещи и др.	Информационна кампания – веднъж в рамките на всяка отворена покана. Кампанията съдържа: -Минимум 1 брой проведено информационно събитие за всяка отворена покана. -Минимум 1 публикация на отворена покана. Подготовка и формулиране на „въпроси и отговори“ при идентифицирани неясноти по самия ИТИ подход, както и при подаване концепции и проектни предложения /фази 1§2/.
1. Създаване на предпоставки за засилване/развитие/ на: ✓ Познаването, ✓ разбирането и ✓ подкрепата към подхода ИТИ и ТГС; 2. Стимулиране позитивно, съдействащо отношение и ангажирано сътрудничество.	*Местен бизнес, образователни институции и НПО*	1. Пасивни: Публикуване на информация в медии, институционални уебсайтове, социални мрежи, директна адресирана комуникация, анкети; 2. Проактивни: специални събития (включително виртуални), конференции,	Информационна кампания – веднъж в рамките на всяка отворена покана. Кампанията съдържа: Минимум 1 брой проведено информационно събитие за всяка отворена покана. Минимум 1 публикация на отворена покана. Подготовка и формулиране на „въпроси и отговори“ при идентифицирани неясноти по самия

		семинари, работни срещи и др.	ИТИ подход, както и при подаване концепции и проектни предложения /фази 1§2/.
1. Създаване на предпоставки за засилване на: ✓ познаването, ✓ разбирането и ✓ подкрепата към подхода ИТИ и ТГС; 2. Мотивиране на заинтересованите страни и стимулиране позитивно/проактивно/, съдействащо отношение и ангажирано участие.	*Гражданско общество и граждани*	1 Пасивни: Публикуване на информация в медии, институционални уебсайтове, социални мрежи, директна адресирана комуникация, анкети; 2. Проактивни: специални събития (включително виртуални), конференции, семинари, работни срещи и др.	Информационна кампания – веднъж в рамките на всяка отворена покана. Кампанията съдържа: Минимум 1 брой проведено информационно събитие за всяка отворена покана. Минимум 1 публикация на отворена покана. Подготовка и формулиране на „въпроси и отговори“ при идентифицирани неясноти по самия ИТИ подход, както и при подаване концепции и проектни предложения /фази 1§2/.

*Публикациите са основното средство за комуникация. Материалите трябва да бъдат съобразени с ролята и интереса на заинтересованите страни към процеса по създаване и реализиране на регионални политики. Формата, езикът и каналите за разпространение на информацията трябва да са съобразени с целевата аудитория. За предпочитане е основно дигитална (електронни медии, институционални уебстраници и социални мрежи и използването на разяснителни видеоклипове, предоставени от УО, онлайн излъчване, уебинари и др. подобни) и печатна комуникация.

**За да се осигури разбиране и подкрепа сред заинтересованите страни, към комуникационните мерки е необходимо да се добавят публични събития и информационни срещи

в различен формат, който да се определя спрямо предмета на комуникационните мерки, конкретните цели и специфичните характеристики на въвлечените в диалога заинтересовани страни.

За насърчаване на обратната връзка и измерване ефектът от мерките за публичност следва да бъдат разработени онлайн-анкети, както и анкетни карти за отделните събития и срещи.

***С цел подкрепа принципите за създаване на партньорства с повишен капацитет, гореописаните събития ще се провеждат с по-гъвкав интензитет или по-широк кръг участващи заинтересовани страни според специфичните нужди, идентифицирани за всяка териториална област.

С оглед да бъдат оптимизирани резултатите от заложените дейности и методи за подкрепа процеса на работа, ще бъдат извършени анализи след допитванията и проведените публични/виртуални срещи, интервюта и др., за да се идентифицират сектори, в които има свръх интерес и такива, където липсва. Ще бъдат разгледани и типовете партньори и при какви обстоятелства най-трудно се достига да формулиране на общ интерес.

5. Индикатори (базова и целева стойност) за изпълнение на информационната стратегия

(Посочват се индикаторите, с които ще се прави оценка на изпълнението на стратегията – напр. Следва да се опише и източника на информация – напр.: медиен мониторинг (за доказване на броя публикации), снимков материал, списък с участници, списък на подадени концепции в ИСУН 2020 и др.)

Информационна кампания (предвижда се кампанията да се реализира с представители на органите, управляващи основните програми, -източник на информация брой раздадени рекламни материали, снимки и анкетни форми за обратна връзка), която да включва минимум 1 брой от следните дейности:

- информационни събития за всяка отворена покана - източник на информация: присъствени списъци, снимки;

- публикации в пресата или онлайн издания и платформи - източник на информация: медиен мониторинг;

- работни срещи между потенциални кандидати и партньори - източник на информация: снимки;

- разпространение и обработване на анкети за подпомогне създаването на бъдещи партньорства за изпълнение на интегрирани териториални инвестиции (ИТИ) - източник на информация: обобщени данни от анкетите.

За да бъдат обобщени заложените индикатори и резултатите от проведените дейности, звеното за медиация следва да изготви годишен доклад за сформираните партньорства и изготвените концепции за интегрирани териториални инвестиции.

6. Организационно разпределение на задачите сред експертите в звената за медиация

Отговорник по изпълнението на Стратегията е звеното за Медиации към експертния състав на Регионалния съвет за развитие на Югоизточен регион.

В звеното влизат по двама представители от Областните информационни центрове (ОИЦ) в Бургас, Стара Загора и по един представител от Областните информационни центрове в Сливен и Ямбол. Координатор на звеното е представител на ОИЦ-Бургас. Експертите предвиждат гъвкавост в планиране на процесите по промотиране на ползите от Интегрираните териториални инвестиции, като инструмент обединяващ широк спектър от заинтересовани страни, адресиращи всяка заложена дейност спрямо специфични и/или проблемни характеристики по места. Мерките за медиация и комуникация ще бъдат организирани както на ниво регион, така и на ниво област и/или община.

7. Публични консултации*

В изпълнение на настоящата информационна стратегия, съгласно чл. 43, ал. 2 от ППЗРР, е необходимо провеждане на обществени консултации и представяния, свързани с разглеждане и обсъждане на подадени концепции за интегрирани териториални инвестиции.

Тази функция се изпълнява от Звеното за публични консултации, работещо в тясна връзка със звеното за медиации.

7.1 Цел на публичните консултации

Представяне и обсъждане на подадени концепции за ИТИ - следва да се осигури максимална публичност на процеса, така че възможно най-голям брой граждани и заинтересовани страни да бъдат информирани за предстоящите обсъждания по места и за възможността да споделят своето мнение за инвестициите, които са предложени за финансиране на съответната територия.

7.2. Организация на работата на звеното за публични консултации

Съгласно Процедурните правила на Регионалните съвети за развитие за изпълнение на функциите им по чл.19, ал.1, т. 3 от Закона за регионалното развитие – Част III – Звена за публични консултации, утвърдени от Ръководителя на УО на ПРР 2021-2027 на 18 декември 2023 г., **звеното за публични консултации има следните отговорности:**

- Планиране и организация на публикации в медиите - Разпространението на информация следва да стартира поне 10 дни преди да започне да тече срокът за провеждане на публичните консултации и продължава до приключването на присъствените дискусии;
- Подготовка на презентация по образец с обща информация за всяка от разпределените КИТИ, с цел представяне пред широката общественост;
- Изготвяне на индикативен график с локации за провеждане на присъствени публични обсъждания;
- Изготвяне на новина за предстоящите публични дискусии;
- Изготвяне на онлайн анкети;
- Организация и провеждане на публични дискусии по места
- Изготвяне на доклад: В срок от 5 работни дни след изтичане на срока за провеждане на публичните консултации, Звеното за публични консултации изготвя Доклад за резултатите от обществените консултации и получената обществена подкрепа и коментари по подадените КИТИ (Приложение К.4). В него се обобщава информацията, получена чрез онлайн и присъствените анкети, както и коментарите, получени по електронна поща.

8. Индикативни бюджетни пера за изпълнението на информационната стратегия

(дейности, залегнали в информационната стратегия)

Изпълнение на дейностите на ОИЦ изисква осигуряване на финансиране по следните бюджетни пера:

Перо:
наем зали
кетъринг
информационни, електронни и печатни материали
рекламни материали
канцеларски материали
командировъчни
други

Забележка: Нормативната регламентация е съгласно ЗРР, член 26 и 27 тук по-долу.

Обществената подкрепа на подадените концепции за ИТИ ще се измерва посредством публикуване на същите за обществено обсъждане в Портала за публични консултации. При липса на коментари, становища, предложения и др., се счита, че дадена концепция има 100 % обществена подкрепа.

9. Полезни връзки:

https://www.eufunds.bg

https://bgregio.eu/wps/portal/operativna-programa/iti

https://eumis2020.government.bg

https://plan.smartburgas.eu/

Връзки към Планове за интегрирано градско развитие на общини:

ОБЛАСТ СЛИВЕН	
ОБЩИНА СЛИВЕН	**ОБЩИНА СЛИВЕН**
ОБЩИНА НОВА ЗАГОРА	**ОБЩИНА НОВА ЗАГОРА**
ОБЩИНА КОТЕЛ	**ОБЩИНА КОТЕЛ**
ОБЩИНА ТВЪРДИЦА	**ОБЩИНА ТВЪРДИЦА**
ОБЛАСТ СТАРА ЗАГОРА	
ОБЩИНА СТАРА ЗАГОРА	**ОБЩИНА СТАРА ЗАГОРА**
ОБЩИНА КАЗАНЛЪК	**ОБЩИНА КАЗАНЛЪК**
ОБЩИНА РАДНЕВО	**ОБЩИНА РАДНЕВО**
ОБЩИНА ГЪЛЪБОВО	**ОБЩИНА ГЪЛЪБОВО**
ОБЩИНА БРАТЯ ДАСКАЛОВИ	**ОБЩИНА БРАТЯ ДАСКАЛОВИ**
ОБЩИНА ЧИРПАН	**ОБЩИНА ЧИРПАН**
ОБШИНА ПАВЕЛ БАНЯ	**ОБЩИНА ПАВЕЛ БАНЯ**
ОБЩИНА МЪГЛИЖ	**ОБЩИНА МЪГЛИЖ**
ОБЩИНА НИКОЛАЕВО	**ОБЩИНА НИКОЛАЕВО**
ОБЩИНА ГУРКОВО	**ОБЩИНА ГУРКОВО**
ОБЩИНА ОПАН	**ОБЩИНА ОПАН**
ОБЛАСТ БУРГАС	
ОБЩИНА БУРГАС	**ОБЩИНА БУРГАС**
ОБЩИНА АЙТОС	**ОБЩИНА АЙТОС**
ОБЩИНА КАМЕНО	**ОБЩИНА КАМЕНО**
ОБЩИНА КАРНОБАТ	**ОБЩИНА КАРНОБАТ**
ОБЩИНА МАЛКО ТЪРНОВО	**В процес на разработка**
ОБЩИНА НЕСЕБЪР	**ОБЩИНА НЕСЕБЪР**
ОБЩИНА ПОМОРИЕ	**ОБЩИНА ПОМОРИЕ**
ОБЩИНА ПРИМОРСКО	**ОБЩИНА ПРИМОРСКО**
ОБЩИНА РУЕН	**ОБЩИНА РУЕН**
ОБЩИНА СОЗОПОЛ	**ОБЩИНА СОЗОПОЛ**
ОБЩИНА СРЕДЕЦ	**ОБЩИНА СРЕДЕЦ**
ОБЩИНАСУНГУРЛАРЕ	**ОБЩИНА СУНГУРЛАРЕ**
ОБЩИНА ЦАРЕВО	**ОБЩИНА ЦАРЕВО**
ОБЛАСТ ЯМБОЛ	

ОБЩИНА ЯМБОЛ	**ОБЩИНА ЯМБОЛ**
ОБЩИНА БОЛЯРОВО	**ОБЩИНА БОЛЯРОВО**
ОБЩИНА ЕЛХОВО	**ОБЩИНА ЕЛХОВО**
ОБЩИНА СТРАЛДЖА	**ОБЩИНА СТРАЛДЖА**
ОБЩИНА ТУНДЖА	**ОБЩИНА ТУНДЖА**

Забележка: нормативна регламентация на финансирането на комуникационната стратегия

Чл. 26. Източници за финансиране на регионалното развитие са:
1. държавният бюджет;
2. бюджетите на общините;
3. средства на физически и юридически лица;
4. (доп. - ДВ, бр. 21 от 2020 г., в сила от 13.03.2020 г.) средства от фондовете на Европейския съюз, включително финансови инструменти;
5. международни финансови институции;
6. (доп. - ДВ, бр. 21 от 2020 г., в сила от 13.03.2020 г.) други източници, определени със закон или с подзаконов нормативен акт.

Чл. 27. (1) (Предишен текст на чл. 27 - ДВ, бр. 15 от 2016 г.) Средствата от източниците по чл. 26 се разходват за:
6. (предишна т. 5 - ДВ, бр. 82 от 2012 г., в сила от 26.11.2012 г., изм. - ДВ, бр. 21 от 2020 г., в сила от 13.03.2020 г.) осигуряване на комуникационна стратегия на политиката за регионално развитие.

Изготвил:

Звено за медиации към РСР на ЮИР

Съгласувал:

Владимир Дуков

Секретар на РСР на ЮИР

Vladimir Dimitrov Dukov 2024-05-17 17:10:56