

2021
–
2027

КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ

**за подготовка, разработване,
изпълнение и отчитане
на ПИРО – ГАБРОВО**

Декември, 2020 г.

**СЪДЪРЖАНИЕ**

1. ОСНОВАНИЕ ЗА ИЗГОТВЯНЕ	3
2. СЪЩНОСТ, ЦЕЛИ И ПРИНЦИПИ	3
3. ПРИОРИТЕТИ НА КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ	4
4. ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ	5
4.1. ИДЕНТИФИЦИРАНЕ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ	5
5. АНАЛИЗ НА СИТУАЦИЯТА	6
6. ПЛАН ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ	8
6.1. ОСНОВНИ ФОРМИ НА КОМУНИКАЦИЯ	8
6.2. КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ	9
6.3. ПРИМЕРНИ ДЕЙНОСТИ СПРЯМО ЦЕЛЕВИТЕ ГРУПИ	10
6.4. ОБЩИ КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ ВЪВ ФАЗИТЕ НА ПОДГОТОВКА, РАЗРАБОТВАНЕ, ИЗПЪЛНЕНИЕ И ОТЧИТАНЕ НА ПИРО	11
6.4.1. ДЕЙНОСТИ В ПОДГОТВИТЕЛНАТА ФАЗА НА ПИРО	11
6.4.2. ДЕЙНОСТИ ВЪВ ФАЗАТА НА РАЗРАБОТВАНЕ И ПРИЕМАНЕ НА ПИРО	11
6.4.3. ДЕЙНОСТИ ВЪВ ФАЗАТА НА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПИРО	12
6.4.4. ДЕЙНОСТИ ВЪВ ФАЗАТА НА ОТЧИТАНЕ НА ПИРО	13
7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ	13
8. ПРИЛОЖЕНИЕ № 1: СПИСЪЦИ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ В ОБЩИНАТА	14



1. ОСНОВАНИЕ ЗА ИЗГОТВЯНЕ

Настоящата комуникационна стратегия е изготвена във връзка с разработването на План за интегрирано развитие на община Габрово за периода 2021-2027 г. и изискванията, заложиени в Методическите указания за разработване и прилагане на Планове за интегрирано развитие на община (ПИРО) за периода 2021-2027 г. на Министерството на регионалното развитие и благоустройството.

2. СЪЩНОСТ, ЦЕЛИ И ПРИНЦИПИ

• Същност

Същността на Комуникационната стратегия е да осигури партньорство, публичност и прозрачност относно очакваните резултати и ползите за местната общност, както и да се мотивира населението на община Габрово, структурите на гражданското общество, бизнеса и всички заинтересовани страни, развиващи дейност на нейната територия, за активно участие в процеса по подготовка и реализация на ПИРО.

• Основна цел

Основната цел на Стратегията е да комуникира целите и приоритетите на ПИРО с цел повишаване на информираността сред заинтересованите страни, да осигури прозрачност за всички идентифицирани целеви групи в рамките на Комуникационната стратегия и да провокира интерес сред тях за формулиране на проблемните области и вземане на решения. Стратегията цели да стимулира активния диалог и съпричастността на всички заинтересовани страни чрез предоставяне на възможности за изразяване на мнение относно управлението на общината.

• Специфични цели

- Популяризиране ролята и цялостния ефект на ПИРО за развитието на общината;
- Повишаване капацитета за управление на плана за развитие чрез използване на индивидуалната компетентност и експертиза на гражданските структури;
- Повишаване участието и ангажираността на различни групи заинтересовани лица към процесите на планиране на общинското развитие;
- Осигуряване на канали за комуникация между местната власт, населението, структурите на гражданското общество и бизнеса в процеса по разработване на ПИРО и последващо изпълнение;
- Подобряване на организацията и работните процеси в рамките на администрацията за гарантиране на достъп до информация и по-добра отчетност.



- **Принципи**

- **Публичност в дейността на общината** – създаване на условия за провеждане на дебати, предоставяне на обективна информация, както и възможност гражданите да изразяват своите очаквания и идеи;
- **Прозрачност** – информиране на обществеността за изпълнението на всички мерки и дейности, които са заложи в ПИРО;
- **Партньорство** – Комуникационната стратегия и ПИРО ще бъдат изпълнени в открит диалог и взаимодействие с всички заинтересовани страни;
- **Защита на обществения интерес** – изграждане на съпричастност в населението и структурите на гражданското общество към проблемите на общината и мотивирането им за участие в нейното управление;
- **Широкообхватност и достъпност** – разпространението на информацията ще бъде на достъпен език и ще покрие по-голямата част от територията на общината;
- **Ефективност, отчетност и мониторинг на разходите** – постигане на максимални резултати с наличните ресурси;
- **Координация** – с други стратегии, планове и програми, изпълнявани от Община Габрово;
- **Законосъобразност** – в съответствие с приетите нормативни актове в страната и общината.

3. ПРИОРИТЕТИ НА КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ

За да бъдат постигнати целите на Комуникационната стратегия и да се осигури прилагането на принципа за партньорство и прозрачност в процеса по изготвяне и реализация на ПИРО, се поставят следните приоритети:

- **Краткосрочни приоритети**

- Идентифициране на заинтересованите страни, към които Стратегията ще се прилага;
- Подбор на конкретните участници в процеса по разработване на ПИРО;
- Възприемане на единна политика и стандарти за предоставяне на информация за етапите по разработване, приемане, изпълнение и отчитане на ПИРО;
- По-ефективно използване на наличните ресурси в общинската администрация – човешки и технологични – свързани с осъществяване на комуникационните дейности;

- **Средносрочни приоритети**

- Определяне на инструменти за осигуряване на прозрачност и информация за структурата, съдържанието и изпълнението на ПИРО, очакваните резултати и ползите за местната общност;
- Изграждане на механизъм за събиране на идеи от заинтересованите лица за развитие на общината, в т.ч. и потенциални проектни предложения;



- Намиране на способи за привличане вниманието на заинтересованите страни и гражданското общество за формиране на позитивно отношение и активна гражданска позиция за подкрепа на ръководството на общината в подготовката и реализацията на ПИРО.
- **Дългосрочни приоритети**
 - Повишаване информираността на обществеността за ролята на местната власт и структурите на гражданското общество в процеса за местно развитие и възможностите за привличане на инвестиции и изпълнение на проекти с външно финансиране;
 - Формиране на реалистични обществени представи за ефективността, дейността и възможностите за създаване на благоприятна бизнес среда на местната власт;
 - Изграждане на компетентни обществени представи за ролята на местната власт и потенциалните партньори в хода на разработване на стратегически документи за устойчивото развитие на общината.

4. ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ

Заинтересованите страни са лица или групи, които могат да се възползват от изпълнението и/или успеха на ПИРО или които са ограничени от него. Определянето на заинтересованите страни е важно, тъй като всяка група има собствени нужди и приоритети. Определянето на информационните нужди на целевите аудитории ще отчита мненията, знанията и нагласите на идентифицираните обществени групи по отношение на наличието на информация, необходима за взимане на решения, свързани с доброто управление на общината.

Наличието на обществена подкрепа за проектните идеи (за всеки от типовете проекти в ПИРО) е изискване за допустимост при подбора на проектите по програмата за регионално развитие. Ето защо заинтересованите страни се включват още на етапа на разработването и приемането на плана за развитие, като тяхното участие става особено значимо при реализацията на приоритетите и целите, заложиени в него.

В зависимост от конкретния проект заинтересованите страни могат да включват: представители на бизнеса (работодатели); инвеститори; индустриални и търговски обединения; професионални и браншови организации; синдикати; доставчици на образование; неправителствени организации; организации на хора от уязвимите групи; граждански сдружения и други.

4.1. ИДЕНТИФИЦИРАНЕ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ

Предвид широкия набор от мерки, които се обхващат в ПИРО, пряко или непряко влияние върху неговата подготовка и реализация могат да окажат следните лица и групи:



- **ВЪТРЕШНИ ЦЕЛЕВИ ГРУПИ**

- **Общинска администрация** – в това число: експерти, служители с аналитични и контролни функции, управленски състав, директори на общински предприятия;
- **Общински съветници;**
- **Кметове на кметства и кметски заместници.**

- **ВЪНШНИ ЦЕЛЕВИ ГРУПИ**

- **Представители на бизнеса** – в това число: търговци, земеделски производители, кооперации, юридически лица, регистрирани по Търговския закон (микропредприятия, МСП, инвеститори), хотелиери, ресторантьори, строителни и транспортни фирми, представители на обединения и сдружения на бизнеса;
- **Представители на структурите на гражданското общество** – в това число: НПО, читалища, спортни клубове, туристически дружества, настоятелства и други обществени субекти;
- **Представители на държавната администрация** – в това число: областна администрация, експлоатационни компании, териториални управления, регионални структури, дирекции и др.;
- **Представители на образователни, културни, социални и здравни институции** – в това число: училища и детски градини, академична общност, музеи, театри, социални и здравни заведения и др.;
- **Представители на медиите** – в това число: местни и регионални медии;
- **Представители на съседни общини** – потенциални партньори за интегрирани проекти;
- **Жители на община Габрово.**

Забележка: Списъци на идентифицираните представители на целевите групи са представени в Приложение № 1

5. АНАЛИЗ НА СИТУАЦИЯТА

На базата на наличната информация за управлението на община Габрово и работата на общинската администрация могат да се направят някои аналитични обобщения за условията, в които се съставя и ще се изпълнява настоящата Стратегия.

- **Силни страни**

- Идентифицирани са заинтересованите страни, които ще бъдат привлечени за активно участие в процеса по подготовка и реализация на ПИРО;
- Постигнато разбиране по въпросите на доброто управление от заинтересованите страни на местно ниво;



- Активност от страна на местната администрация за провеждане на прозрачна политика и добро управление;
- Притежаване на богат опит за работа в областта на връзките с обществеността;
- Наличие на нормативна база, създаваща възможност за активно участие на гражданите във формулирането на общинските политики.

● Слаби страни

- Липса на ясно разписани стратегически приоритети, които да определят комуникационните послания и политики;
- Недобро разбиране от страна на служителите за комуникационните процеси в/на Общината и формирането на имиджа ѝ пред обществеността;
- Информацията за дейността на Общината невинаги достига до всички заинтересовани страни;
- Липса на основни средства за масово осведомяване – местна телевизия и радиоточка.

● Възможности

- Наличие на възможности за подкрепа на комуникационните дейности и участие в тях от страна на гражданите и структурите на гражданското общество;
- Наличие на успешни практики за партньорство на местно ниво между местната власт и структурите на гражданското общество при реализиране на общинските политики;
- Определяне на ясни теми за комуникация с всички ангажирани страни;
- Подобряване на вътрешната комуникация за постигане на по-ефективна външна такава;
- Запознаване на всички служители с приоритетните теми и ангажирането им в тяхното популяризиране.

● Заплахи

- Недостатъчна активност и заинтересованост на идентифицираните целеви групи и гражданското общество за участие при подготовката, изпълнението и контрола върху ПИРО;
- Недостатъчен опит и познания в сферата на доброто и прозрачно управление на структурите на гражданското общество, развиващи дейност на територията на община Габрово;
- Потенциална възможност от дестабилизация на цялостната социално-икономическа ситуация в страната;
- Създаване на свръхочаквания в целевите групи;
- Риск написаните правила да останат „на хартия“ и да не се прилагат в действителност.

6. ПЛАН ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ



- **Обща комуникация** – обхваща дейности, които се извършват на определени етапи при изготвянето и изпълнението на ПИРО. Използват се единни комуникационни канали и средства, чиято цел е да ангажират максимално много заинтересовани;
- **Конкретна комуникация** – обхваща дейности, които са насочени към определена целева група и използват най-подходящите за нея комуникационни средства и канали.

6.1. ОСНОВНИ ФОРМИ НА КОМУНИКАЦИЯ

Комуникационният тип стратегия се отличава с адаптивност на комуникационните механизми и предварително заложен позитивизъм в лансираната същност на посланията. Комуникационната стратегия се основава на няколко основни подхода в комуникацията:

- **Директна комуникация** – осъществява се на всички събития, които се провеждат по време на подготовката, разработването, прилагането и отчитането на ПИРО;
- **Електронни медии** – най-достъпни и бързо реагиращи на актуалните събития средства за информация;
- **Печатни медии** – чрез тях информацията за ПИРО може да достигне до заинтересовани лица, които не използват активно електронни канали за комуникация;
- **Социални медии (мрежи)** – ключов двупосочен комуникационен канал за обмен на информация. Наличието на официални профили на Общината ще повиши възможността за ангажиране на по-голям брой заинтересовани страни;
- **Информационни материали** – дават възможност в систематизиран и визуално привличащ вид да се представят основната цел и значението на ПИРО;
- **Анкетни проучвания** – подходящ метод за проучване на мненията и нагласите на големи групи от хора относно ПИРО;
- **Областен информационен център** – ОИЦ са полезен инструмент за комуникация между общинските административни структури и гражданите на съответната област;
- **Интернет страница на Община Габрово** – дава възможност за представяне работата на институцията в развитие и за съобщаване на всяко действие по ПИРО поотделно. Все повече граждани търсят от електронната страница актуалната и достоверна информация и така сайтът може да работи като медия;
- **Кутия за мнения и предложения** – инструмент за включване на гражданското общество с препоръки по значими теми. Дава възможност за избягване на личен контакт, пестене на време, директен достъп, анонимност, свобода на изразяване и удовлетвореност от участие в развитието на общината.

6.2. КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ



Комуникационните дейности са тези дейности, които ще се осъществят по дефинираните форми на комуникация. За целите на настоящата Стратегия те са групирани според формата, по който ще бъдат прилагани.

Таблица 1. Примерни дейности спрямо формите на комуникация

Форма на комуникация	Комуникационна дейност
Директна комуникация	Организиране на събития, вкл. и в електронна среда: обществени обсъждания, информационни срещи и дискусии, , информационни кампании, брифинги за журналисти, консултации.
Електронни медии	Участия на живо, платени публикации, репортажи, интервюта, аудио-визуални материали, публикуване на анкети и форми за обратна връзка (общинска рубрика в радио „Бумеранг“; „Дарик радио“; „Сети ТВ“; сайтове на местни и регионални медии и информационни портали).
Печатни медии	Платени публикации, анкети, интервюта, обявления, притурки, дневен ред на заседания (в. „100 Вести“; справочник „Област Габрово сега“; регионални и национални специализирани издания).
Социални медии (мрежи)	Активно споделяне на информация за ПИРО както от страна на Общината, така и чрез собствените канали на членовете на Работната група. Публикуване на: видео съдържание от публични обсъждания, снимки, обръщения, течаща медия, допитвания сред гражданите (Facebook; YouTube; Instagram).
Информационни материали	Разпространение на печатни информационни материали за процеса по разработване на ПИРО: брошури, обосновки, указания, копия на основни документи и др. (ЦИУГ, ОИЦ, МДТ, ТИЦ, ОБС, сградите на общински институции).
Анкетни проучвания	Провеждане на онлайн анкета, както и попълване на място (интернет страница – Община, ЦИУГ, ОИЦ, МДТ, ТИЦ, ОБС, сградите на общински институции).
Областен информационен център	Популяризиране на процеса по изготвяне на ПИРО чрез публикуване на информация в собствените комуникационни канали и провеждане на тематични разяснителни събития.
Интернет страница на Община Габрово	Обособяване на секция „ПИРО“ чрез бутон-банер на заглавната страница, като се осигурят онлайн възможности за обратна връзка.



	Публикуват се: проект на ПИРО, резюмета от проведени обсъждания, указания, формуляри, заповеди, презентации, новини, графики, често задавани въпроси, последващи отчети и др.
Кутия за мнения и препоръки	Поставя се на видно място и се проверява периодично (Община, ЦИУГ, ОИЦ, МДТ, ТИЦ, сградите на общински институции).

6.3. ПРИМЕРНИ ДЕЙНОСТИ СПРЯМО ЦЕЛЕВИТЕ ГРУПИ

Изборът на комуникационни средства и дейности при прилагането на настоящата Стратегия следва да е съобразен с характера на посланията, особеностите и нуждите на целевата аудитория – реципиент на информацията. За целта са дефинирани примерни дейности, които да се осъществят спрямо определените целеви групи.

Таблица 2. Примерни дейности спрямо целевите групи

Целева група	Дейност
Общинска администрация	Директна комуникация между експертите, работната група и избрания изпълнител за разработване на ПИРО.
Общински съветници	Директна комуникация, вкл. и в електронна среда (изпращане на покани за публични обсъждания и фокус групи, медийни прояви); предоставяне на анкети за проучване на мнението.
Кметове на кметства и кметски наместници	Директна комуникация (изпращане на съобщения по имейл, участия в срещи); предоставяне на анкети за проучване мнението на жителите в населените места на общината.
Представители на бизнеса	Публикуване на информация в уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, фокус групи); директна комуникация чрез изпращане на имейл-съобщения; предоставяне на анкети за проучване на мнението; изготвяне на информационни материали.
Представители на структурите на гражданското общество	Публикуване на информация в уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, фокус групи); директна комуникация чрез изпращане на имейл-съобщения; предоставяне на анкети за проучване на мнението; изготвяне на информационни материали.
Представители на държавната администрация	Директна комуникация между експертите, работната група и избрания изпълнител за разработване на ПИРО.
Представители на образователни, културни, социални и здравни институции	Публикуване на информация в уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, фокус групи); директна комуникация чрез изпращане на имейл-съобщения; предоставяне на анкети за проучване на мнението; изготвяне на информационни материали.



Представители на медиите	Участие в предавания, репортажи, даване на интервюта, подготовка на текстове за платени публикации; покани за участие (отразяване) на публични събития; директна комуникация чрез изпращане на имейли; договаряне на медийно партньорство за действията по ПИРО.
Представители на съседни общини	Публикуване на информация в уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития, вкл. и в електронна среда (публични обсъждания, кръгли маси); предоставяне на анкети за проучване на мнението; изготвяне на информационни материали; информационни кампании; изпращане на имейли (за тези, които са предоставили контакт).
Жители на община Габрово	Публикуване на информация в уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, кръгли маси); предоставяне на анкети за проучване на мнението; изготвяне на информационни материали; информационни кампании; изпращане на имейли (за тези, които са предоставили контакт).

6.4. ОБЩИ КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ ВЪВ ФАЗИТЕ НА ПОДГОТОВКА, РАЗРАБОТВАНЕ, ИЗПЪЛНЕНИЕ И ОТЧИТАНЕ НА ПИРО

6.4.1. ДЕЙНОСТИ В ПОДГОТВИТЕЛНАТА ФАЗА НА ПИРО

За успешното идентифициране и включване на всички заинтересовани страни и партньори в процеса по разработване на ПИРО се извършват следните действия:

- Проучване на наличната информация и съставяне на списък от потенциални партньори и заинтересовани страни, сформирани на възможните тематични групи за участие в процеса;
- Изготвяне на комуникационна стратегия (настоящия документ).

6.4.2. ДЕЙНОСТИ ВЪВ ФАЗАТА НА РАЗРАБОТВАНЕ И ПРИЕМАНЕ НА ПИРО

Тази фаза е основополагаща за определяне бъдещето развитие на общината в периода 2021-2027 г., включително дефиниране на екологични, социални и икономически политики. Определянето на целите и приоритетите на ПИРО и на мерките, чрез които те ще се реализират, не трябва да бъдат единствено инициатива и ангажимент на общинската администрация, а следва да се планират с активното участие на гражданското общество. В този смисъл комуникацията между Общината и всички страни трябва да бъде на възможно най-високо ниво, за да се стимулира подходът „отдолу-нагоре“ при идентифициране на нуждите, потенциала за развитие и генериране на идеи.



В рамките на тази фаза се разгръща пълният арсенал комуникационни дейности, описани в точка 6.3. от настоящия документ.

Важно място тук заемат публичните обсъждания и експертни срещи, включително онлайн, които ще се състоят в процеса по разработване на ПИРО. Препоръчва се използването на метода „обществен форум“ в електронна среда. Целта му е провеждането на качествена обществена дискусия по проблеми от местна значимост и постигането на консенсус за тяхното решаване. Форумът се инициира като открит, безпристрастен и прозрачен процес. За участие се поканват представители на всички заинтересовани страни в общината. Възможните резултати от един форум са препоръки за действия, насочени към определени адресати, възникване на граждански инициативи и разработване на конкретни проекти.

С цел прозрачност и равнопоставеност по отношение достъпа на информацията срещите се протоколират и/или се прави аудио/видео запис, който е достъпен на предварително обявени интернет локации. Периодично заинтересованите страни – посредством каналите за комуникация, се информират за напредъка в изготвянето на ПИРО и се насърчават за предоставяне на становища по него.

В процеса по определяне на зоните за въздействие се организират срещи и консултации с определените целеви групи, вкл. в електронна среда.

При приемането на ПИРО от изключителна важност е той да бъде одобрен от всички заинтересовани лица. Акцентът е поставен върху общинските съветници, които следва да са напълно убедени, че приемат качествен документ, определящ бъдещето устойчиво развитие на общината. Поради тази причина изготвеният проект на ПИРО се изпраща директно на всички общински съветници за запознаване и финални бележки. След приемането му от Общински съвет, ПИРО се изпраща до Областния съвет за развитие за справка.

6.4.3. ДЕЙНОСТИ ВЪВ ФАЗАТА НА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПИРО

В периода на изпълнение на ПИРО се предвижда всяка година да се изготвя годишен доклад за изпълнението му. С оглед популяризиране на процеса и резултатите годишният доклад се публикува на страницата на Общината за запознаване на всички заинтересовани лица. За осигуряването на по-широка публичност е допустимо изготвянето на резюме/презентация и подбор на ключови проекти – изпълнени и/или в процес на реализация, за които да се публикува информация в печатни и електронни медии. Периодично се правят публикации (в социалните мрежи, електронни и печатни издания) за прогреса на ПИРО чрез изпълнението на програмата за реализация.

6.4.4. ДЕЙНОСТИ ВЪВ ФАЗАТА НА ОТЧИТАНЕ НА ПИРО

Тук се включват всички дейности, осъществявани в предходната фаза, само че се прилагат еднократно.



7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За изпълнение на настоящата Комуникационна стратегия кметът на общината създава необходимата организация и отговорници за прилагането ѝ.

За осигуряване на одитна следа от изпълнението на Комуникационната стратегия цялата информация и документация от проведените медийни прояви и публични мероприятия се съхранява в Общината в отделен класьор. В него се прилагат всички покани от събития, списъци с участници, копия на медийни публикации, аудио и видео записи, снимки и т.н., както и други приложими материали, които доказват прилагането на настоящата Комуникационна стратегия към ПИРО.

Неразделна част от Комуникационната стратегия са списъците със заинтересованите страни, приложение към нея.

Забл. Комуникационната стратегия е отделно приложение към ПИРО и не би следвало да се публикува на интернет страницата на Общината, тъй като съдържа лични данни на заинтересованите страни.

Изготвил:

Миглена ВЪГЛЕНОВА

Гл. експерт „Публичност и визуализация“