

Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

## ПРИЛОЖЕНИЕ № 2а

### ТЕХНИЧЕСКО ПРЕДЛОЖЕНИЕ

**ЗА УЧАСТИЕ В ОТКРИТА ПРОЦЕДУРА ЗА ВЪЗЛАГАНЕ НА ОБЩЕСТВЕНА ПОРЪЧКА С ПРЕДМЕТ: „Осигуряване на дейности по информация и публичност“ по Обособена позиция № 1: Осигуряване на дейности за информация и публичност по проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи за електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса“**

#### УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА,

След запознаване с документацията за участие в процедурата за възлагане на обществена поръчка за услуга с цитирания по-горе предмет ние, БГМат ООД, ЕИК: 131017461, адрес на управление: гр. София 1421, бул. Св. Наум № 15, представлявано от Виолина На осн. Чл. 2, ал. 1 от ЗЗЛП Костова, с Банкова сметка IBAN: BG64FINV915010UB220776

правим следното техническо предложение:

1. Заявяваме, че ще изпълним поръчката качествено, в съответствие с всички нормативни изисквания за този вид дейност, както и в съответствие с изискванията, посочени в техническата спецификация на Възложителя. Декларираме, че сме съгласни с поставените от Вас условия и ги приемаме без възражения.

2. Предлагаме да изпълним дейностите от обхвата на обществената поръчка по начин и в срокове, както следва:

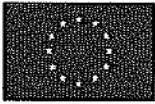
2.1. Предложение за изпълнение на дейност: „Разработване на Комуникационна стратегия на дейностите за информация и публичност и изготвяне на доклад за резултатите от проведената информационна кампания по проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса“

#### **АНАЛИЗ И ОБОСНОВКА НА КАМПАНИЯТА:**

Настоящата кампания има за цел да информира гражданите и бизнеса за резултатите от проект свързан с надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство в МТИТС. Да осигури информация и публичност на проекта, осъществяван с финансовата подкрепа на ОПАК, като се използват подходящи комуникационни средства и материали. Да се предостави на всички заинтересовани страни, както и на широката общественост, информация за целите, които проектът преследва и да се популяризира финансовият принос на ОПАК, Европейския социален фонд и Европейския съюз за тяхната реализация.

За да бъдат постигнати целите и резултатите на кампанията и да бъдат информирани реално потребителите, предоставяната информация за резултатите от проекта ще бъде ясна, конкретна и обективна. Целта ни ще бъде да представим пред широката общественост много ясно и точно позитивите от електронните услуги на МТИТС, както и

0000011



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие

ЕСФ  
Европул

Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

възможностите на въведената нова информационно-комуникационна среда за бизнеса и гражданите така, че за да не се създават грешни представи или нереалистични очаквания в целевите групи.

Ние напълно осъзнаваме и отчитаме голямата важност широката общественост да бъде информирана за финансовото подпомагане, което е отпуснато на МТИТС от фондовете; за ролята както на ЕС при отпускане на помощта; за целите, дейностите и резултатите от изпълнението на проекта; за ползите от неговото реализиране; за осигуряването на прозрачност на цялостната реализация и напредъка по проекта. В този контекст ще се фокусираме върху качествено изпълнение на предмета на поръчката, за да гарантираме оптимални условия на участниците в планираните събития, информационна обезпеченост с работни и рекламни материали, широко медийно отразяване чрез разнообразни информационни канали и подпомагане на екипа на проекта през цялото време на изпълнението на дейностите с професионални съвети и консултации. Наш ангажимент ще бъде да изпълним настоящата поръчка финансово ефективно съгласно изискванията на Възложителя и неговия договор за безвъзмездна финансова помощ, както и да осигурим атрактивно и успешно представяне на информация по изпълнението на проекта и неговите резултати, с цел повишаването на информираността на целевите групи, както и осигуряване на прозрачност на действията на Възложителя.

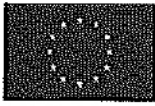
Кампанията ще използва и миксира няколко различни информационни и комуникационни инструменти и медийни канали, които са най-подходящи за предоставяне на информацията свързана с резултатите от изпълнението на проекта и ползите за широката общественост, за да се постигнат следните **ЦЕЛИ**:

- Отразяване на проекта сред широката общественост – цели, дейности, резултати и ползи;
- Осигуряване на публичност и прозрачност на проекта и етапите на неговото изпълнение;
- Повишаване на информираността на целевите групи и обществото като цяло за въведената в МТИТС информационно-комуникационна среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса;
- Създаване на положителна нагласа в обществеността за работата на МТИТС, както и за ролята на Европейския съюз при предоставяне на безвъзмездни средства за подобряване на услугите предоставяни на граждани;
- Осигуряване на добро разбиране сред обществеността на новите възможности за достъп до електронните услуги на МТИТС, които са в улеснение на гражданите и бизнеса;
- Привличане на медиите като официален партньор в процеса на отразяване на проекта и напредъка му, както и неговата значимост.

#### РАЗРАБОТКА НА КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ

В изпълнение на тази дейност, която е основополагаща за реализацията на всички останали дейности на поръчката, ние ще разработим Комуникационна стратегия на дейностите за информация и публичност. Комуникационната стратегия ще бъде фокусирана върху целевите групи, информационните канали и техники, които са най-

000002 2



Европейски съюз



ОПАК Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

подходящи за предоставяне на информация за проекта, за целите, които той преследва и за популяризиране на финансовия принос на Европейския съюз за реализацията му.

Комуникационната стратегия ще съдържа следните елементи:

1. Ситуационен анализ;
2. Приоритети и цели;
3. Целеви групи - аудитории;
4. Комуникационни канали;
5. Информационни и комуникационни средства и методи;
6. Дейности;
7. План за действие – времеви график за изпълнение на комуникационната стратегия;
8. Индикатори за изпълнение.

Ние ще изпълним дейността по разработване на Комуникационната стратегия до 20 (двадесет) работни дни от подписване на договора за възлагане на обществената поръчка.

След приключване на информационната кампания, ние ще изготвим и представим за одобрение на Възложителя финален доклад за резултатите от проведената информационна кампания не по-късно от крайния срок за изпълнение на поръчката. Слде всяка реализирана дейност ще предоставяме междинни доклади за изпълнение на конкретната дейност.

### КОНЦЕПЦИЯ ЗА РАЗРАБОТКА НА КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ

Стратегията, която залагаме е максимално покритие сред целевата аудиторията, чрез използване на разнообразни информационни канали и инструменти.

**1. Ситуационен анализ** - За успеха на комуникационната кампания е необходимо да се вземе под внимание степента на информираност на представителите на различните целеви групи по отношение на разработените от МТИТС системи за електронно управление на услугите предоставяни на гражданите и бизнеса от Възложителя, вкл. и на степента на информираност и готовността за прилагане на услугите от регионалните администрации. На базата на този анализ ние ще можем по-точно и ясно да разработим съдържанието на информационните материали и да организираме и проведем информационната кампания най-ефективно. Следва да се отбележи, че осявен постигане на целта повишаване на степента на информираност, ще се промени и нагласата на целевите групи в положителна посока, както и тяхната ангажираност и съпричастност към новите електронни услуги.

**2. Цели и приоритети** - Целта на Комуникационната стратегия е да предаде разбираемо използвайки различни комуникационни канали и техники на всички заинтересовани страни и най-вече на широката общественост конкретно послание, което най-общо трябва да съдържа следното:

- информираност по отношение на финансовата и институционална рамка на проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-



комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса“;

- информирност за ролята на Европейския съюз и ЕСФ при отпускане на помощта;
- информирност за ролята на МТИТС в процеса на изпълнение на проекта и прозрачност по отношение на неговите резултати и ползи за обществеността;
- създаване на положителна нагласа и убеждение в гражданите, че е повишена прозрачността;
- информирност по отношение на разработените и внедрени в експлоатация автоматизирани системи и електронни услуги в резултат от изпълнението на проекта от МТИТС с основен акцент върху ползите от неговото реализиране за целевите групи – централна областни и общински администрации, граждани и бизнес;
- осигуряване на заинтересованост и разбиране на широката общественост по отношение на улесняването на достъпа на гражданите и бизнеса до електронни услуги;
- привличане на медиите като официален и постоянен партньор в процеса на отразяване на напредъка на проекта и неговата значимост, включително резултатите от неговата реализация.

Основен акцент ще бъде поставен върху широката общественост – граждани и бизнес, за да могат те ясно да разберат целите и ползите от проекта и да се идентифицират с значимостта на резултатите. За тази цел обществеността трябва да бъде последователно и точно информирана.

За успешното изпълнение на заложените в кампанията мерки за информация и публичност пред широката общественост относно всички въпроси, свързани с осигуряването на информация и публичност на ниво проект, респективно постигането на поставените цели на комуникационния план, е необходимо осигуряване на непрекъснато партньорство между различните участници в процеса и най-вече с медиите, които ще играят ролята на мост между МТИТС и широката общественост.

Тази цел може ще бъде постигната чрез достигане до различните целеви групи посредством предпочитаните от тях комуникационни канали, при използване на внимателно подбран кръг от инструменти.

**3. Целеви групи** - Поради спецификата на проекта и неговото финансиране, както и всички приложими регламенти и правила за публичност и визуализация, може да се каже, че целевите групи са широко обхватни:

*Външна целева група:*

- Широка общественост – гражданите и бизнеса на РБългария;
- Управляващия орган (УО) на ОПАК;
- Експерти или звена в рамките на УО, отговорни за мерките за информация и публичност.

*Целева група на медиаторите:*

- Средствата за масово осведомяване чрез журналистите;



**Вътрешна целева група:**

- администрацията на МТИТС;
- експертите от звеното за изпълнение и управление на проекта;
- централна областни и общински администрации.

**4, 5. Комуникационни канали, средства и методи** - Подходът в комуникацията, по отношение на използваните канали и средства, ще бъде строго специфичен за всяка една от целевите групи и ще бъде съобразен с тяхното ниво на информираност, техните очаквания и нагласи. Ще се използват тези дейности, инструменти и канали, които дават най-голяма гаранция посланието да стигне до желаната аудитория.

За постигане на целите на плана е избрана комбинация от различни инструменти и канали, които са:

- Обществени събития – конференции;
- Постоянна работа с широк кръг от медийни партньори - телевизия, радио, електронни информационни агенции, национална и регионална преса;
- Различни видове информационни материали – интернет банери, ПР материали, публикации, прессъобщение, интервюта, рекламни/информационни карета, видео и аудио клипове, информационни бюлетини.

По отношение на **външната целева група** ние определяме следните комуникационни:

Канал	Инструменти
Телевизия	Видео клип
Радио	Аудио спот
Национални и регионални всекидневници	Интервюта Рекламни / Информационни карета
Интернет информационни агенции	ПР материали Динамични банери

По отношение на целева група на медиите ние определяме следните комуникационни:

Канал	Инструменти
Обществени събития	Информационни материали Рекламни материали Визуален брандинг
Телевизия	Видео клип
Радио	Аудио спот
Национални и регионални всекидневници	Прессъобщения Интервюта Рекламни / Информационни карета
Интернет информационни агенции	ПР материали



По отношение на вътрешната целева група ние определяме следните комуникационни:

Канал	Инструменти
Обществени събития	Информационни материали Рекламни материали Визуален брандинг
Национални и регионални всекидневници	Прессъобщения Интервюта Рекламни / Информационни карета
Интернет информационни агенции	PR материали
Интернет страницата на Възложителя	Информационни материали
Електронна поща	Информационни бюлетини

**6. Дейности** – Планираните дейности за изпълнение на информационната кампания изцяло отговарят на изискванията на Възложителя. Ние обаче предлагаме и няколко допълнителни дейности свързани с подготовка на електронен бюлетин, който да бъде разпространен по електронна поща до представители на областните и общински администрации, които имат отношение към резултатите от изпълнението на проекта. При разработването на стратегията ще се разпишат всички взаимовръзки на видовете дейности спрямо всеки информационен канал и инструменти за изпълнение на кампанията.

**7. План на действие** – Дейностите, предвидени за изпълнение в рамките на дефинирания срок се характеризират с относителна съподчиненост и автономност. Тази относителна автономност открива възможност за изпълнение на поставените задачи в срок, чрез паралелна работа по отделните задачи, но същевременно налага строг синхрон на свързаните дейности във времевия график.

В съответствие с дефинирания срок за изпълнение ще бъде приложен следния подход:

**„ПОДХОД ЗА ГЪВКАВА ПАРАЛЕЛНА РАЗРАБОТКА НА ЧАСТИЧНО СВЪРЗАНИ ЗАДАЧИ ПРИ ПОЕТАПНА ОБРАТНА ВРЪЗКА В ЗОНИТЕ НА ТЯХНАТА ОТНОСИТЕЛНА СЪПОДЧИНЕНОСТ“.**

Същността на избраният подход се свежда до:

- дефиниране на **относително самостоятелни задачи**;
- дефиниране на степеннта им на **свързаност и съподчиненост**;
- разработване на **кръстосан график и индикатори за напредък**, чрез които периодично се оценява напредъка на отделните задачи, тестват се за съответствие с променящите се параметри на тяхното задание, свързано с поетапното разработване на общите концепции, синхронизират се в зависимост от променените условия;



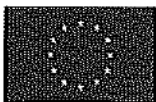
- възможности за гъвкавост на предварителния график при възникване на извънредни ситуации. Гъвкавостта се осигурява чрез предварително заложен резерв от времеви, финансови, технически и човешки ресурси.

Основния подход, който ще приложим при изпълнението на конкретните дейности е свързан с подходящо комбиниране на различните канали и инструменти за комуникация, за да може да се достигне не само до широката аудитория, но и да се осигурява непрекъсваемост на процеса на информиране и публичност.

Плана за действие освен това ще бъде разработен в неговата цялост като ще съдържа освен разпределението на конкретните задачи във времето и цялостен медиа план – комбиниращ всички видове информационни канали.

**8. Индикатори за изпълнение** – За наблюдение и оценка на комуникационните дейности ще бъдат използвани следните **индикатори**, които ще бъдат приложими към всички целеви групи дефинирани по-горе:

Комуникационен инструмент	Индикатори	Референтен брой
Обществени събития	Брой организирани събития; Брой присъствали журналисти; Брой присъствали официални гости; Брой на подготвените инфо материали; Брой раздадени рекламни материали.	Минимум: 1 пресконференция за напредъка по проекта организирана и проведена; 1 заключителна конференция организирана и проведена; 10 журналиста присъствали на всяко едно от събитията; 130 инфо материали подготвени за всяко едно от събитията; 130 комплекта с рекламни материали раздадени на участниците реализирани материали, статии, предавания по конкретната тема
Визуални средства	Брой на изработени видео клипове Брой на изработени аудио клипове Брой изработени динамични банери Брой излъчени клипове в ТВ и радио медии	Изработен 1 брой 60 секунден видео клип; Изработен 1 брой 30 секунден аудио спот; Изработени 5 броя динамични банери с размер 300 x 250 px; Минимум 10 излъчвания на видео клипа в национални телевизии с ефирно покритие; Минимум 20 излъчвания на



		<p>видео клипа в регионални телевизии;</p> <p>Минимум 10 излъчвания на аудио клипа национални радиостанции с ефирно покритие</p> <p>Минимум 30 излъчвания на аудио клипа регионални радиостанции;</p> <p>Публикувани банери в 3 електронни информационни агенции в продължение на 1 месец.</p>
<p>ПР материали;</p> <p>Пресъобщения;</p> <p>Интервюта;</p> <p>Карета.</p>	<p>Брой публикувани ПР материали в интернет портали на информационни агенции;</p> <p>Брой публикувани пресъобщения в печатни медии;</p> <p>Брой публикувани интервюта;</p> <p>Брой публикувани информационни/рекламни карета;</p>	<p>Минимум:</p> <p>20 публикации на ПР материали в информационни агенции;</p> <p>10 пресъобщения публикувани в национални всекидневници;</p> <p>3 пресъобщения публикувани в регионални всекидневници;</p> <p>5 интервюта публикувани в национални всекидневници;</p> <p>5 карета публикувани в национални всекидневници;</p> <p>3 карета публикувани в регионални всекидневници;</p>
<p>Рекламни материали</p>	<p>Брой на изработени материали</p>	<p>Изработени и разпространени рекламни материали:</p> <p>200 бр. бадж с телскопичен държач;</p> <p>2 бр. банера на стойка;</p> <p>500 flash памети;</p> <p>1000 метални химикалки;</p> <p>100 безжични контролера за презентации;</p> <p>100 сгъваеми чадъра;</p> <p>200 чанти за лаптоп.</p>

**Ресурси:**

- *човешки* – ключови експерти: Ръководител екип; Изработване на информационни материали; Медия планиране;
- *технически* – компютри и софтуер;





Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие

ЕСФ

България

Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

2.2. Предложение за изпълнение на дейност: „Изработка на видео и аудио клипове по проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса” и излъчване на клиповете в национални и регионални телевизии и радиостанции“

**Описание:** Ние се ангажираме да изработим **1 видео и 1 аудио клип**, както и да осигурим излъчването на клиповете в телевизии и радиа с национален и регионален обхват съгласно стратегически медия план, с цел осигуряване на информираност и публичност по изпълнението на проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса”, осъществяван с финансовата подкрепа на ОПАК, съфинансирана от ЕС чрез ЕСФ, съгласно изискванията в документацията на Възложителя и при изпълнение на следните конкретни задачи описани по-долу в концепцията.

#### КОНЦЕПЦИЯ ЗА ИЗРАБОТКА НА 1 БР. ВИДЕО КЛИП И 1 БР. АУДИО КЛИП

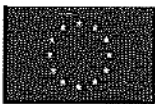
Телевизията дава възможност за максимално широко покритие на целевите групи затова тя е един от избраните канали за информираност и публичност. Чрез този информационен канал ние ще осигурим покритие на близо 99% от населението на страната при това в кратки срокове, което от гледна точка на медиапланирането е възможно най-добрата комуникация за постигане на конкретни цели. Информационен видео клип с продължителност 60 секунди ще бъде разработен и разпространен съгласно изискванията на Възложителя и нашата оферта.

От друга страна радиото също е много добро комуникационно средство, защото предполага широк обхват на разнообразни аудитории, насищане на информационното пространство, един по-различен и непретенциозен подход на поднасяне на информацията. Информационен аудио спот с продължителност 30 секунди ще бъде разработен и разпространен съгласно изискванията на Възложителя и нашата оферта.

#### **Етап 1. Подготовка на сценарии и стори борд, съгласуване и одобрение**

В самото начало на изпълнението на договора ще бъде сформиран сценарен екип, който ще бъде под ръководството на ключов експерт Изработване на информационни материали. Ключовият експерт ще запознае екипа с конкретното задание на Възложителя и съпътстващата документация, ще се обсъдят насоките, визията и съдържанието на двата клипа. След това екипът ще пристъпи към подготовка на варианти на идейни проекти на сценарии за всеки клип, което ще включва – анализ на насоките, избор на сценография, разписване на сценариите, избор на персонажи и диктор за аудио клипа. Ще бъдат разработени по три варианта на сценарии и стори борд за всеки клип. Така разработените варианти на идейни сценарии и стори борд ще бъдат предоставени на Възложителя за съгласуване, когато се получи заявка за изработка на конкретни клипове в срок до 10 (десет) работни дни от получаване на заявката. Ако експертите на Възложителя имат някакви забележки или препоръки, то идейните проекти ще бъдат коригирани и отново представени в завършен вид на Възложителя за одобрение. В случай, че Възложителят отхвърли всички предложени

000009



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

варианти, то ние ще предоставим нови три варианта за преглед и одобрение в срок до 5 (пет) работни дни от последващата заявка. След получаване на окончателно одобрение от страна на Възложителя ключовия експерт ще изготви работните режисьорски книги и ще подготви подробен снимачен график.

Видео и аудио клиповете ще предоставят ясна и изчерпателна информация за целта на проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса” и резултатите от него.

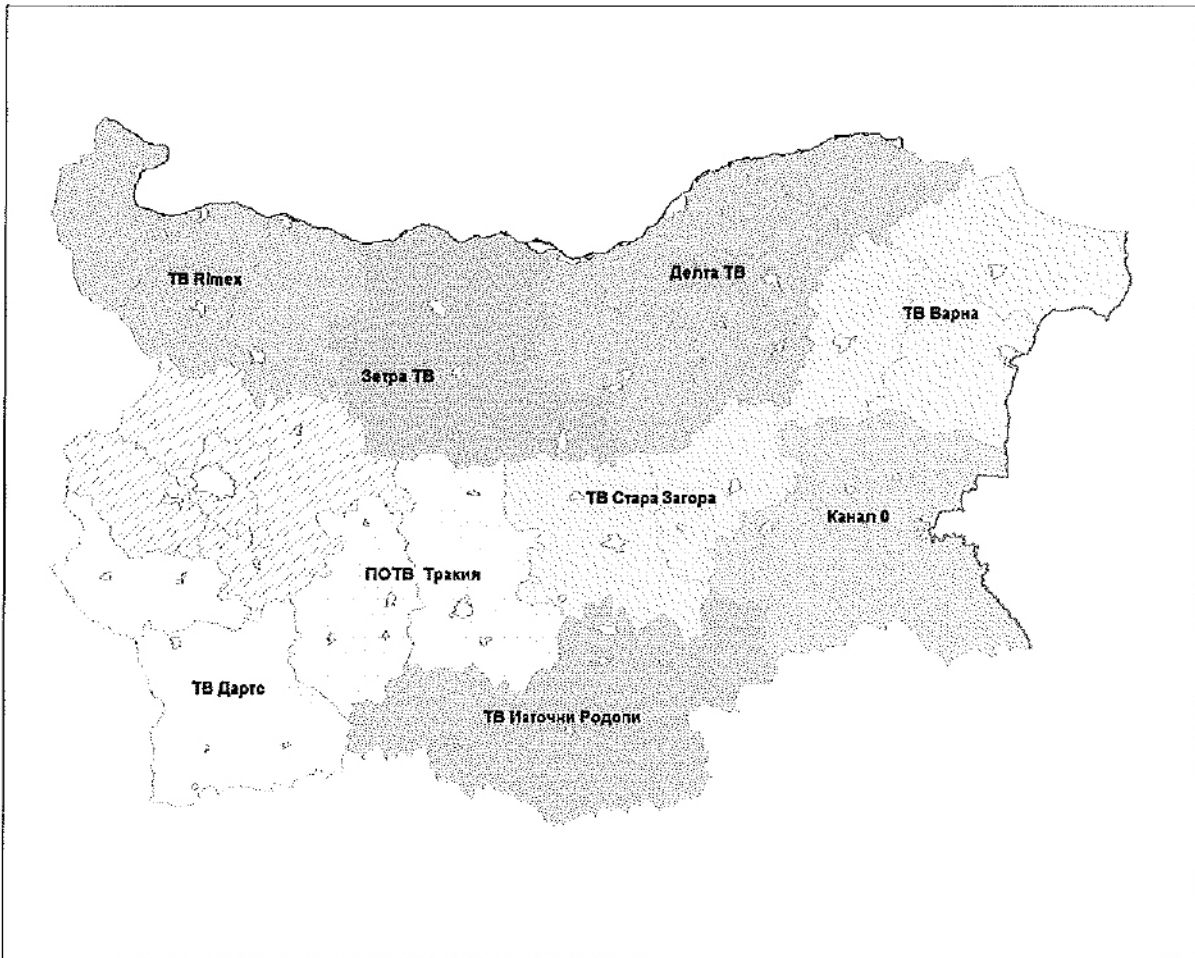
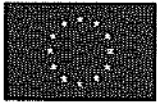
Чрез ярки и будещи доверие персонажи, ще се изричат точни и ясни послания. С оглед дефинираните целеви групи и целта на аудио-визуалните клипове ще въздействаме на зрителя директно, но не с обяснения и формулировки, а посредством картини, ситуации и лица. Важна част от самите сюжети ще бъдат и различните съпътстващи визията образи с техните гласове, както и текстове (слогани, програми, абривиатури, сайтове, телефони...), които ще се появяват анимирани в синхрон с визията и ще насочват допълнително към желаните емоционален или разяснителен ефект. В края на всеки аудио-визуален клип ще бъде позиционирана заставка, която ще визуализира всички задължителни елементи за информация и публичност съгласно Регламент 1828/2006 на ЕК.

## **Етап 2. Разработване на стратегически медия план**

В нашата оферта сме предложили индикативен медия план, който ще бъде ревизиран и актуализиран по отношение на времевия график, след подписване на договор за изпълнение с Възложителя. За постигане на целите на кампанията ние сме избрали телевизия с национално ефирно покритие, която е с висок рейтинг. Планирани са 10 излъчвания (съгласно изискванията на Възложителя) в сутрешния и вечерен блок на новините на националната телевизия, защото това са най-гледаемите предавания и така ще достигнем до най-широк кръг потребители.

В своето техническо задание Възложителят е заложил и 4 (четири) излъчвания в телевизии с регионален обхват. Ние смятаме, че броят е недостатъчен за постигане на целите на кампанията. Затова в нашето предложение сме заложили 20 излъчвания в телевизии с регионален обхват. Освен това, за да се покрие максимално територията на страната, следва да се излъчи клипа в най-малко 5-7 регионални телевизии. На картата по-долу сме показали максимално покритие в регионален план.

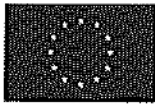
0000100



Регионална ТВ	Обхват /областен/	аудитория
ТВ Делта	Русе, Разград, Велико Търново, Търговище, Силистра	624 880
ТВ Дартс	Благоевград, Кюстендил	448 400
ПОТВ Тракия	Пловдив, Пазарджик,	947 480
ТВ Римекс	Враца, Монтана, Видин	415 460
ТВ Родопи	Кърджали, Хасково, Смолян	186 160
ТВ Стара Загора	Стара Загора, Сливен	420 000
ТВ Зетра	Ловеч, Плевен, Габрово	406 800
ТВ Варна	Варна, Шумен, Добрич	510 350
ТВ Канал 0	Бургас, Ямбол	427 200

В индикативния медиен план към офертата сме разработили вариант, в който публикуваме излъчване във всяка една от посочените регионални телевизии, като достигаме общо 20 излъчвания. След подписване на договор за изпълнение и подготовка на актуализирания медиен план, по желание на Възложителя бихме могли да разработим и друг вариант, в който ще запазим общата бройка на излъчванията, но можем да намалим броя на регионалните телевизии, за сметка на броя излъчвания във всяка телевизия.

За излъчването на аудио клипа в национални радиа сме избрали две радиостанции, които са най-слушаеми в национален мащаб. Планирали сме 30 излъчвания (съгласно изискванията на Възложителя) в Дарик радио и БНР. Освен това сме планирали малко



повече излъчвания (30) в радиостанции с регионален обхват, като сме избрали такива, които имат най-високо покритие като брой потребители – Пловдив, Варна, Бургас, Стара Загора, Видин, Благоевград. Радио се слуша най-често в колата на път за/от работа и в затова сме избрали такива часови пояси, които да покриват това условие – сутрин между 9 и 10 часа и вечер между 18 и 19 часа.

Нашият индикативен медиа план е заложен в рамките на месец юни, защото смятаме, че след този период, вземайки под внимание че започват отпуските на граждани, които са и участници от бизнеса, ще бъде по-неефективно достигането до широк кръг потребители реално. Разбира се след подписване на договор за изпълнение с Възложителя и ако се окаже, че резултатите от изпълнението на проекта все още не са налични за да се стартира информационната кампания през планирания индикативен месец, то медиа плана ще бъде актуализиран и съгласуван отново с Възложителя.

От друга страна, за да има ефект от кампанията и да постигнем заложените цели за информираност е необходимо да има насищане в една и съща информация в определен кратък период от време, за да създадем елемент на сугистопедия у тези, които ще гледат или слушат клиповете. При разпределяне на броя излъчвания в по-дълъг период от време има опасност да се загуби ефекта от насищане и съответно запомняне на посланията.

### **Етап 3. Заснемане / Записване на клиповете**

**Видео клип** - След одобрение на финалния сценарий и сториборда и подготовка на съпътстващата документация по заснемане на видео клипа ще се пристъпи към формиране на снимачен екип. При заснемането на клиповете ще се спазва стриктно снимачния график, като целия процес по заснемане ще се организира и ръководи от ключовият експерт, а в екипа ще има и режисьор, оператор и помощен персонал. Режисьорът ще управлява целия процес по заснемане на клиповете. Заедно с оператора ще подберат подходящата техника за заснемане в зависимост от сценографията, която ще се снима, ще определят техническите детайли като позиция на камерите, използване на осветление, дължина и съдържание на музиката към клиповете и други специфични елементи. В допълнение операторът ще организира работата с всяка отделна камера, както и ще заснеме всички сцени съгласно одобрения сценарий и стори борда. Той ще се грижи през цялото време за осигуряване на необходимата светлинна атмосфера и избора на снимачните техники.

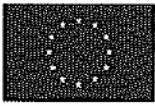
**Технически характеристики:** Видео клипът ще бъде с продължителност 60", Quick Time MOV Avi Full HD (1920x1080), MP4(1 Full HD (1920x1080), Quick time MOV 16 x 9 (720x576) frame rate 25, MPEG2 16 x 9 ( 770 x 576) frame rate 25.

**Аудио клип** - След одобрение на финалния сценарий и сториборда на клипа, ключовият експерт ще подаде клипа в студио за записване – диктор, музика, ефекти, друго.

**Технически характеристики:** Аудио клипът ще бъде с продължителност 30", WAV 48 000 Hz 16 bit Stereo

### **Етап 4. Постпродукция (за видео клипа)**





След приключване на снимките на видео клипа, суровият материал ще бъде обработен в студио, където специален екип по монтаж и допълнителна обработка ще подготви финалният вариант. Ще бъде извършена компютърна обработка на заснетия видеоматериал - цифров монтаж и мишунг, визуални ефекти, музикално оформление, друго. Режисьорът и ключовият експерт ще участват в процеса, като напътстват и наставляват монтажистите в тяхната работа. Финалната версия на клипа ще бъдат редактирана по отношение на грешки.

Клипът ще бъде изработен (заснемане + постпродукция) в рамките на 10 (десет) работни дни от получаване на одобрение на сценария и стори борда от Възложителя.

Двата клипа ще бъдат предоставени на Възложителя на електронен носител в подходящ формат, позволяващ по-нататъшното ползване на продукта за електронните медии.

#### **Етап 5. Излъчване**

След приемане на продуктите (видео и аудио клипа) от страна на Възложителя, ние ще осигурим тяхното излъчване при спазване на актуализираните медиа планове.

След приключване на дейностите, свързани с излъчването на клиповете, ние ще изготвим доклад за извършената работа, който ще предоставим на Възложителя.

#### **Ресурси:**

- *човешки* – ключови експерти: Ръководител екип, Изработване на информационни материали, Медия планиране; Режисьор, Оператор, Монтажист, Актьор, Диктор, Технически координатор;
- *технически* – снимачна техника: Камера: JVC GY-HM700UX; Обективи: P+S Technik, Zeiss Ultra Prime lens – 14 mm, 18 mm, 25 mm, 35 mm, 18 mm, 50 mm, 85 mm, 100 mm; Трипод Sachtler; Монитор: JVC 10' – SD CRT; Стедикам и фарт; Осветителна техника: KinoFlo – 2ft-4 tubes 3200k/5600k Arrilite 800w – 2000w; Dedolight Отражателни бленди; Дифузии LED Cameralight - 3200k/5600k; Звукова техника: Shotguns: Sennheiser MKH – 60, Sennheiser MKH – 416 Wireless System Microphone Lavalier /mini mic./ Sennheiser, Record Sound Devices – 744, Mixer Sound Devices - 4 channels – 422, Accessories: Sennheiser pistol grip Sennheiser windshield, Sennheiser boom stand, Sennheiser hair cover;

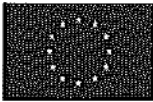
**ПРИМЕРЕН ВАРИАНТ НА СТОРИ БОРД НА ВИДЕО КЛИП****Време:** 60 секунди**Текстова информация:** Диктор – мъжки глас за кадър



**Картини:** Динамични, с акценти, със съвременно звучене, включени ефекти с цел засилване на възприятието. В 21-ви век в забързаното ежедневие, в което живеем времето е ценно. Точно това е тънкият акцент върху, който ще се базира клипът. Въвеждането и усъвършенстването е-управлението, е-правителството и предоставянето на електронни административни услуги е национален приоритет, който на практика ще улесни достъпа до тези услуги. Ето защо едно от решенията при този клип е използването на таймери като видео ефект, който ще илюстрира акцентът време. Слогънят „Работим за Вас“ е с идеята, че тези услуги са в полза на гражданите и бизнеса. Посредством статисти – лъчезарни лица, които ще разиграят роли, които нагледно ще представят на обществеността начина и ползите от използването на електронните услуги. Диктор ще акцентира ключовите моменти и акценти и важни напътствия при използването на електронни услуги.

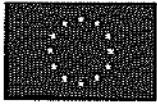
**Музика:** Запомняща се, характерна, ритмична, на моменти с леко забавено темпо (с авторски права)

Баланс и синхрон между картина, текст и музика

№	картина	текст	описание	време
1.		Началото без няма текст  Развитие на електронното управление в България „Работим за Вас“	<i>Началото: започва с музика – няколко силни характерни акорда</i> <i>Диктор зад кадър, заглушена музика за фон</i>  Забързано, динамично ежедневие – движещи се хора по улици, в транспорта, др.	5 сек.  5 сек.
2.		Край на опашките и чакането по гишета.	<i>Диктор зад кадър, заглушена музика за фон</i>  Напрегнати и изнервени хора, чакащи на опашки по гишета.	8 сек.



<p>3.</p> 	<p>Осигурена съвместимост на информационните системи в изпълнителната власт и централните и общински администрации.</p>	<p><i>Диктор зад кадър, заглушена музика за фон</i></p> <p>Хардуерни устройства в комбинация с екрани с визуализирани бази данни и портали за предоставяне на електронни услуги</p>	<p>8 сек.</p>
<p>4.</p> 	<p>Повече от 200 услуги по електронен път чрез Единния портал за достъп до електронни административни услуги.</p>	<p><i>Диктор зад кадър, заглушена музика за фон</i></p> <p>Спокойни ползватели – кадри от офиси, домашна обстановка</p> <p>Надпис: <a href="http://www.egov.bg">www.egov.bg</a></p>	<p>12 сек.</p>



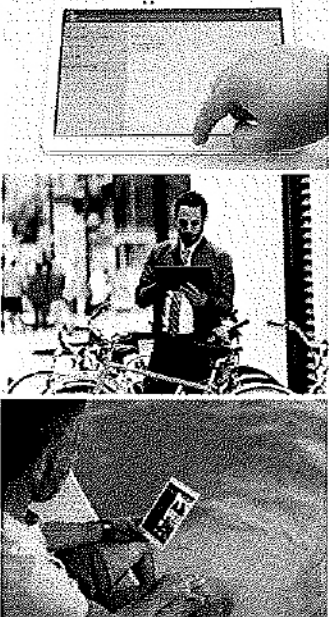

Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

<p>5.</p>		<p>Достъп и през мобилни устройства - навсякъде, по всяко време. Защото работим за Вас!</p> <p>Няма текст</p>	<p><i>Диктор зад кадър, заглушена музика за фон</i></p> <p>Щастливи и усмихнати хора – ползвачи електронните услуги през своите мобилни устройства в парка, на морето и т.н. <i>музика – няколко силни характерни акорда</i></p>	<p>10 сек.</p> <p>2 сек.</p>
<p>6.</p>	 <p><b>Проект</b> <b>№ К13-32-1/30.09.2013 г.</b></p> <p>„Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи за електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса“</p> <p><small>Изпълнител: Обединен център за електронно правителство „Административен капацитет“, съфинансиран от Европейския съюз и Европейския социален фонд</small></p>	<p>Изпълнител Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията</p> <p>Деятностите са по проект Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса, осъществен с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет“, съфинансирана от Европейския съюз, чрез Европейския социален фонд.</p>	<p><b>ФИНАЛ:</b> <i>Диктора зад кадър, леко забързано темпо и заглушена музика за фон</i></p> <p>Кадър със задължителните елементи по изискванията за информация и публичност на Регламент (ЕО) 1828/2006 г. на ЕК</p>	<p>10 сек.</p>

000016





Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

### ПРИМЕРЕН ВАРИАНТ НА СТОРИ БОРД НА АУДИО КЛИП

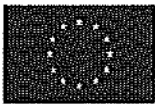
**Време:** 30 секунди

**Текстова информация:** Диктор – мъжки глас

**Музика:** запомняща се, характерна, ритмична, на моменти с леко забавено темпо (с авторски права)

**Баланс и синхрон между текст и музика**

№	текст	музика	описание	време
1.	Няма текст	Няколко силни характерни акорда	Началото: започва с музика	2 сек.
2.	Развитие на електронното управление в България „Работим за Вас“	заглушена музика за фон	Диктор	3 сек.
3.	Няма текст	Няколко силни характерни акорда	Само музика	1 сек.
4.	Край на опашките и чакането по гишета.	заглушена музика за фон	Диктор	2 сек.
5.	Няма текст	Няколко силни характерни акорда	Само музика	1 сек.
6.	Повече от 200 услуги по електронен път чрез Единния портал за достъп до електронни административни услуги.	заглушена музика за фон	Диктор	5 сек.
7.	Достъп и през мобилни устройства навсякъде, по всяко време.	заглушена музика за фон	Диктор	4 сек.
8.	В помощ на гражданите и бизнеса	заглушена музика за фон	Диктор	2 сек.
9.	Няма текст	Няколко силни характерни акорда	Само музика	1 сек.
10.	Изпълнител Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията	заглушена музика за фон	Диктор	3 сек.
11.	Няма текст	Няколко силни характерни акорда	Само музика	1 сек.



Европейски съюз

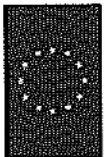


ОПАК, Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

№	текст	музика	описание	време
12.	Проект "Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса", е осъществен с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет“, съфинансирана от Европейския съюз, чрез Европейския социален фонд.	заглушена музика за фон	ФИНАЛ: Диктора, леко забързано със задължителната информация по изискванията на Регламент (ЕО) 1828/2006 г. на ЕК	5 сек.



Европейски съюз



ОПАК Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

**ИНДИКАТИВЕН МЕДИЯ ПЛАН**

**Излъчване на рекламен клип:**

Месеца **Юни, 2015** /индикативен/

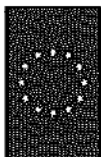
Целева група	25 +
Формат	видео клип
Продължителност	60"
национални телевизии с ефирно покритие	пакет 10 излъчвания на едноминутен видео клип
регионални телевизии	пакет 21 излъчвания на едноминутен видео клип

		МЕДИЯ ПЛАН																	
1.6.2015	5.6.2015	06.06.15	07.06.15	08.06.15	09.06.15	10.06.15	11.06.15	12.06.15	13.06.15	14.06.15	15.06.15	16.06.15	17.06.15	18.06.15	19.06.15	20.06.15	21.06.15	22.6.2015	30.6.2015

Канал	Телевизия	Програма/Предаване	Час. пояс	Рейтинг	СРР	Брой клипове
ТВ 7	национално	Добро утро България	07:00 - 09:30	0,55	307	4
ТВ 7	национално	Новини	18:30 - 19:30	0,82	347	6
ТВ Делта	регионално	Емисия Новини	19:00 - 20:00	0,75	268	2
ТВ Дартс	регионално	Новини	18:00 - 23:00	0,69	319	2
ПОТВ Тракия	регионално	Новините от Пловдив	19:00 - 22:30	0,71	413	3
ТВ Римекс	регионално	Новини	19:30 - 22:30	0,56	212	2
ТВ Родопи	регионално	Новини	18:00 - 23:00	0,45	198	2
ТВ Ст. Загора	регионално	Емисия Новини	19:00 - 22:00	0,55	234	2
ТВ Зетра	регионално	Информационна емисия	18:00 - 19:00	0,43	217	2
ТВ Варна	регионално	Новини	18:00 - 20:30	1,12	409	3
ТВ Канал 0	регионално	Новини	18:00 - 22:00	0,98	306	3

Излъчвания в национален обхват: **10**  
Излъчвания в регионален обхват: **21**

000019



## Излъчване на аудио клип:

Месец	Юни, 2015	Индикативен/
Целева група	25 +	
Формат	аудио клип	
Продължителност	30"	
Национални радиостанции с ефирно покритие	пакет 30 излъчвания на 30-секунден аудио клип	
регионални радиостанции	пакет 30 излъчвания на 30-секунден аудио клип	

Канал	Радио	Програма/Предаване	час. пояс	Брой спотове
Дарик радио	национално	Сутрешен блок - ДАРИК КАФЕ	09:00 - 10:00	8
БНР	национално	Обеден осведомителен бюлетин	12:00 - 13:00	8
Дарик радио	национално	Новините в 18	18:00 - 19:00	7
БНР	национално	Вечерен осведомителен бюлетин	18:00 - 18:30	7
Радио Пловдив	регионално	Сутрешен блок	09:00 - 10:00	5
Радио Ст. Загора	регионално	Сутрешен блок	09:00 - 10:00	5
Радио Бургас	регионално	Сутрешен блок	09:00 - 10:00	5
Радио Варна	регионално	Сутрешен блок	09:00 - 10:00	5
Радио Благоевград	регионално	Сутрешен блок	09:00 - 10:00	5
Радио Видин	регионално	Сутрешен блок	09:00 - 10:00	5

Излъчвания в национален обхват: 30

Излъчвания в регионален обхват: 30

		МЕДИЯ ПЛАН														27.6.2015	30.6.2015								
1.6.2015	5.6.2015	06.06.15	07.06.15	08.06.15	09.06.15	10.06.15	11.06.15	12.06.15	13.06.15	14.06.15	15.06.15	16.06.15	17.06.15	18.06.15	19.06.15	20.06.15	21.06.15	22.06.15	23.06.15	24.06.15	25.06.15	26.06.15			
				1	1	1	1				1	1	1	1											
				1	1	1	1				1	1	1	1											
				1	1	1	1				1	1	1	1											
				1	1	1	1				1	1	1	1											
																		1	1	1	1	1	1	1	
																		1	1	1	1	1	1	1	
																		1	1	1	1	1	1	1	
																		1	1	1	1	1	1	1	
																		1	1	1	1	1	1	1	
0				4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	0

000020





2.3. Предложение за изпълнение на дейност: „Публикуване на материали в електронни информационни агенции, национални и регионални всекидневници по проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса“

**Описание:** Ние се ангажираме да изработим ПР публикации, пресъобщения, интервюта и информационните карета, както и да осигурим тяхното публикуване в електронни информационни агенции, национални и регионални всекидневници, съгласно стратегически медия план, с цел осигуряване на информираност и публичност по изпълнението на проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса“, осъществяван с финансовата подкрепа на ОПАК, съфинансирана от ЕС чрез ЕСФ, съгласно изискванията в документацията на Възложителя и нашата оферта.

Освен това предлагаме да подготвим до 3 електронни информационни бюлетина, които да бъдат разпространени чрез електронна поща до всички заинтересувани страни в областните и общински администрации. Първите два ще отразяват напредъка по проекта и предстоящите дейности и събития, а последният ще отразява резултатите от проекта и друга важна и полезна информация за ползвателите. Бюлетините ще бъдат разпространени по списък с електронни пощи предоставен от Възложителя и съгласно план съгласуван предварително с екипа по изпълнение на проекта.

#### **Методология на изпълнение:**

- Цялостната визуална концепция на материалите и въобще общата визия на всички материали и продукти по проекта ще бъде комуникирана предварително с екипа на Възложителя на встъпителна среща, за да може по-лесно и бързо да се подготвят финалните варианти на всеки продукт. На тази среща се ще дискутират и готовността на Възложителя с резултатите по проекта и актуализацията на медия плановете.
- В срок до 3 (три) работни дни от получаване на заявка за конкретен материал (публикация или пресъобщение или интервю или информационно каре) ние ще представим на Възложителя минимум три варианта на дизайн на съответния материал, който следва да се публикува. Възложителят респективно следва да избере един от тези варианти или да направи комбинация от предложените.
- В случай на отхвърляне от страна на Възложителя на предложените варианти, ние се ангажираме да представим нови 3 (три) варианта, в срок до 2 (два) работни дни от последваща заявка на Възложителя.
- След одобряване на даден вариант на дизайн на конкретен материал, ние ще осигурим неговото публикуване в срок до 3 (три) работни дни, считано от дата на одобряване и съгласно актуализирания медия план.

**Съдържание и визия:**

- ПР публикациите и информационните карета ще съдържат синтезирано представяне на проекта, неговите резултати, ползите за потребителите, и друга полезна и важна информация.
- Прессъобщенията като основен комуникационен инструмент ще съдържат информация за публичните събития, както и други въпроси и информация за напредъка и хода на изпълнение на проекта и важна социално-икономическа информация за ползите от изпълнението на проекта в дългосрочен аспект.
- Целта на интервютата ще бъде да подсили публичността на проекта, да създаде по-голяма прозрачност, да популяризира извършените дейности и да представи на обществеността резултатите и ползите от проекта.
- Графичната визия на всички материали ще бъде подчинена на единна творческа концепция обща за всички визуални материали по проекта и ще бъде съобразена с целта на кампанията – сериозно поднесена, но с провокативен елемент, за да провокира интереса на целевите групи.
- Текстовете на материалите ще бъдат подготвени от професионални копорайтъри, като ще бъдат ясни, разбираеми, изчерпателни и провокативни.
- Всички материали ще бъдат брандирани със задължителните елементи за информация и публичност съгласно Регламент 1828/2006 на ЕК.

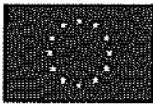
**СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕДИЯ ПЛАН****Публикации в електронни информационни агенции**

Електронните информационни агенции са канал, чрез който най-бързо и мащабно се достига до широк кръг потребители, каквато е целта на тази кампания. Ние сме избрали две информационни агенции (mediapool и news), които са с най-висок рейтинг в страната, както и други две, които обхващат изключително висок брой от целевата група. Включените в плана медии и посочените стойности са планирани, въз основа на представителна, аналитична информация /Източник: Gemius SA - gemiusAudience: 2015/. Посредством медия микса ще достигнем до широк кръг от целевата аудитория.

- Брой публикации – 20 бр.
- Вид на публикацията – ПР статия/материал
- Общо показвания за периода на кампанията – 8 000 000 пъти.

Канал	Информационни портали					
	Медиа	Формат	Вид	Категория	Уникални потребители	Брой публикации
plovdiv24.bg	PR	Standard	новини	212,137	5	1,060,685
moreto.net	PR	Standard	новини	627,267	5	3,136,335
mediapool.bg	PR	Standard	новини	186,269	5	931,345
news.bg	PR	Standard	новини	627,267	5	3,136,335

000022



## Брой реални потребители на ден за планираните медии

Целева група	Медиа	Потребители (реални)	
		PC	mobile
централна, областни и общински администрации, граждани, бизнес	mediapool.bg	179 105	7 164
	mediapool.bg - Home page	46 152	4 607
	mediapool.bg - Other pages	172 150	4 587
	news.bg	169 326	62 860
	moreto.net	137 403	65 276
	plovdiv24.bg	127 137	85 157

## Публикации в национална и регионална преса – пресъобщения, интервюта и рекламни карета

Когато целевата група е “широка аудитория” най-подходящите комуникационни канали са многотиражните национални ежедневници и разбира се регионални всекидневници с висок рейтинг и четаемост в различни области на страната.

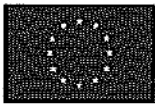
Медиите в плана са планирани, въз основа на изискванията заложенни в заданието, анализ на аудиторията съгласно дефинираните целеви групи, тиражите за достигане на максимална покриваемост.

- Брой пресъобщения заложен в плана - 10 бр.
- Брой публикации заложен в плана - 5 бр. информационни материали/рекламни карета.
- Брой интервюта заложен в плана - 5 бр.
- Общ брой издания на комуникацията в пресата за миналата година – 873 000 бр.  
*/въз основа официално обявените тиражи от медиите/*

Вестник	тираж	основа	височина	страница	размер	мерна единица	#
	2014	колони	мм				
Сега	15 000	4	148	вътрешна страница Политика/Бизнес	592	колмм	4
Дума	15 000	3	198	вътрешна страница Политика/Бизнес	594	колмм	4
Телеграф	145 000	4	148	вътрешна страница Политика/Бизнес	592	колмм	4
Монитор	20 000	4	148	вътрешна страница Политика/Бизнес	592	колмм	4
Новинар	15 000	172	146	вътрешна страница Политика/Бизнес	251,12	кв.см.	4
Черно море	5 500	161	156	вътрешна страница Политика/Бизнес	251,16	кв.см.	2
Шуменска заря	5 500	158	159	вътрешна страница Политика/Бизнес	251,22	кв.см.	2
Утро	5 500	4	148	вътрешна страница Политика/Бизнес	592	колмм	2

## Технически параметри на материалите:

- Пресъобщения – Размер: не по-малък от 250 кв. см. или 592 кол. мм., публикувани на вътрешна страница – „Политика” и/или „Бизнес”, пълноцветна публикация;



- *Интервютата* – Размер: не по-малък от 250 кв. см. или 592 кол. мм., публикувани на вътрешна страница – „Политика” и/или „Бизнес”, пълноцветна публикация;
- *Рекламно каре/информационен материал* – Размер: не по-малък от 250 кв. см. или 592 кол. мм., публикувани на вътрешна страница – „Политика” и/или „Бизнес”, пълноцветна публикация.

Вестник	покрытие - всекидневник	МЕДИЯ ПЛАН																													
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
		п	в	с	ч	п	с	н	п	в	с	ч	п	с	н	п	в	с	ч	п	с	н	п	в	с	ч	п	с	н	п	в
Сега	национален	1							1																						
Дума	национален	1							1																						
Телеграф	национален			1						1										1											
Монитор	национален			1						1										1											
Новинар	национален	1								1											1										
Черно море	регионален	1																													
Шуменска зоря	регионален			1																											
Утро	регионален					1																									

прессъобщение
интервю
рекламно каре

*Забележка: Разположението в медия плана ще бъде фиксирано спрямо нуждите на Възложителя след подписване на договор за изпълнение.*

Чрез заложения медия микс:

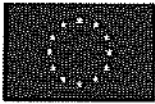
- достигаме до целевата аудиторията /изпълняваме комуникационните цели/;
- постигаме максимална ефективност на вложените средства;
- осигуряваме в максимална степен информираност и публичност на проекта на МТИТС.

След приключване на дейностите, свързани с публикуване на материалите, ние ще изготвим и представим на Възложителя доклад за извършената работа не по-късно от крайния срок за изпълнение на поръчката.

#### Ресурси:

- *човешки* – ключови експерти: Изработване на информационни материали; Медия планиране;
- *технически* – компютри и софтуер;
- *друго* – медия план.

000024



2.4. Предложение за изпълнение на дейност: „Изработване и публикуване на интерактивни интернет банери по проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса”

#### КОНЦЕПЦИЯ ЗА ИЗРАБОТКА НА 1 БРОЙ ИНТЕРНЕТ БАНЕР

Динамичен (интерактивен) интернет банер с размер 300 x 250 px, брандиран със задължителни елементи за информация и публичност съгласно Регламент 1828/2006 на ЕК, който комуникира кратко, ясно и точно послание към аудиторията. В зависимост от изискванията банерът може да бъде с от две до четири смени на информацията.

Ние ще разработим 5 банера, всеки с размер 300 x 250 px, с различни послания и насочени към различни целеви аудитории от целевите групи по проакт, но следващи единната визуална концепция на цялата кампания. Ще осигурим публикуването им на първа страница на предложените от нас в медийния план медийни канали.

В срок до 5 (пет) работни дни от получаване на заявка за изработка на банер ние ще представим на Възложителя минимум три варианта на интернет банер. Възложителят респективно следва да избере един от тези варианти или да направи комбинация от предложените. В случай на отхвърляне от страна на Възложителя на предложените варианти, ние се ангажираме да представим нови 3 (три) варианта, в срок до 5 (пет) работни дни от последваща заявка на Възложителя. След одобряване на даден вариант или комбинация от варианти на банера, ние ще предоставим на Възложителя финалния вариант в срок до 5 (пет) работни дни, считано от дата на одобряването.

Банерът ще бъде разработен от ключов експерт Изработване на информационни материали, а експертът по медия планиране ще подготви актуалният медия план и ще координира неговото изпълнение.

#### СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕДИЯ ПЛАН - ИНДИКАТИВЕН

##### Комуникиране на банер реклама

- Период – 30 дни
- Брой показвания – 980 000

Даните да са въз основа на подадена информация от медиите за броя на дневни излъчвания.

Целева група	25 +
Формат	Динамичен банер
Размер	300x250
Продължителност	30 дни

000025



Интернет информационни агенции						
Канал	Медиа	Формат	Позиция	Вид	Категория	Брой показвания на банера за периода на кампанията

focus-news.net	300x250	първа страница	банер	новини	80 000	980 000
bta.bg	300x250	първа страница	банер	новини	780 000	
mediapool.bg	300x250	първа страница	банер	новини	120 000	

Медиа	Формат	Позиция	Среднодневен брой показвания / импресии 100% ротация	продължителност на импресия
-------	--------	---------	--	-----------------------------

focus-news.net	300x250	първа страница	20 000	от 1 до 2 мин.
bta.bg	300x250	първа страница	35 450	от 1 до 2 мин.
mediapool.bg	300x250	първа страница	30 000	от 1 до 2 мин.

МЕДИЯ ПЛАН																														Брой дни	
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
п	в	с	ч	п	с	н	п	в	с	ч	п	с	н	п	в	с	ч	п	с	н	п	в	с	ч	п	с	н	п	в		
							1	1																				1	1	4	
1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1					1	1	1	1		1	1	22	
																													1	1	4

*Забележка: Разположението в медия плана, както по отношение на времевия график, така и по отношение на това кой банер къде и кога ще бъде публикуван, ще бъде фиксирано спрямо нуждите на Възложителя след подписване на договор за изпълнение.*

След приключване на дейностите, свързани с публикуване на банерите, ние ще изготвим и представим на Възложителя доклад за извършената работа не по-късно от крайния срок за изпълнение на поръчката.

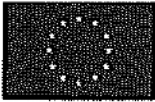
#### Ресурси:

- *човешки* – ключови експерти: Изработване на информационни материали; Медия планиране;
- *технически* – компютри и софтуер за изработка на динамични банери;
- *друго* – медия план.

2.5. Предложение за изпълнение на дейност: „Организиране на публични събития по проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса”

**Описание:** Ние се ангажираме да организираме и проведем 2 публични събития за осигуряване на информираност и публичност по изпълнението на проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на





електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса”, осъществяван с финансовата подкрепа на ОПАК, съфинансирана от ЕС чрез ЕСФ, съгласно изискванията в документацията на Възложителя и при изпълнение на следните конкретни задачи описани по-долу в нашата примерна концепция за всяко едно от събитията.

## ПРИМЕРНА КОНЦЕПЦИЯ ЗА ПОДГОТОВКА И ОРГАНИЗИРАНЕ НА КОНФЕРЕНЦИЯ ЗА НАПРЕДЪКА ПО ПРОЕКТА

### **2.5.1. Организиране и провеждане на конференция с участието на медиите извън гр. София за представяне на напредъка по проекта.**

#### **Етап 1. Предварително съгласуване**

В срок до 10 (десет) работни дни след получаване на заявка от страна на Възложителя за „Организиране и провеждане на конференция с участие на медиите“, ние ще подготвим и представим за съгласуване и одобрение цялостна концепция за подготовка и организация на конференцията. Концепцията ще включва:

- 3 (три) варианта на предложение за място на провеждане на конференцията съгласно изискванията на Възложителя и нашата оферта;
- Цялостна визия на събитието, включваща: визия на залата, техническо обезпечаване на провеждането на конференцията, менютата за кафе паузите, обедите и вечерята, информационните и презентационни материали, програмата на конференцията, подготовката на модератора и представителите на екипите на Възложителя и Изпълнителя и други;
- Подробен план за действие на провеждането на събитието, с който ще се гарантира безпроблемната организация и изпълнение на всички задачи.
- „*Step by step*“ алгоритъм (конкретни стъпки) за организирането, провеждането и отчитането на събитието, с посочен срок за изпълнение на всяка планирана дейност по организацията и провеждането на конференцията. Този документ ще дава ориентир на екипа за отговорностите на всеки експерт, за крайните срокове на всяка задача, за необходимите ресурси и въобще за цялата подготовка преди и по време на публичното събитие.

Възложителят следва да разгледа предложените варианти и да избере един от тях. В случай, че нито един от вариантите не съответства на изискванията на Възложителя, то последния е в правото си да изисква допълнително нови 3 (три) варианта за одобрение. В този случай, ние като Изпълнител, гарантираме, че ще предоставим допълнителни 3 (три) варианта за съгласуване и одобрение, като преди това обсъдим с Възложителя неговите коментари и изисквания по отношение както на локацията, така и на визията и програмата.

#### **Етап 2. Подготовка**

След одобрение на финален вариант на Концепцията от Възложителя и дефиниране на точна дата за провеждане на конференцията, ние ще пристъпим към подготовка на цялостната организация на провеждане на публичното събитие:

1. Подготовка на визия на поканите до участниците (дизайн и текст). Поканите ще бъдат разработени в два варианта – печатна и електронна покана, като и двете



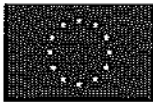


- ще бъдат с единна визия. Поканите ще бъдат предварително съгласувани и одобрени от Възложителя.
2. Изпращане на поканите по електронен път до участници, които ще бъдат предоставени в списък от Възложителя, както и до журналисти от национални печатни и електронни медии предоставени в списък от нас. На всички поканени участници ще бъде изпратена и електронна форма за регистрация за публичното събитие.
  3. Доставка с куриер на хартиените покани до всички участници и представители на медиите. Два дни след изпращане на поканите, ние ще организираме и проведем прозвъняване на участниците от списъка (дори и някои от тях да са потвърдили чрез електронна регистрация своето участие) и осигуряване на тяхното потвърждаване за участие в конференцията. След приключване на тази процедура, на Възложителя ще бъде предоставен актуален списък с участниците, които са потвърдили своето присъствие.
  4. Подготовка на информационните папки – Наш ангажимент ще бъде да подготвим предварително комплекти с материали, които ще се раздават на участниците в конференцията. Ние предлагаме за всеки участник да бъдат подготвени следните материали – папка, химикалка и блок ноти всички брандирани съгласно правилата за визуализация на ОПАК, както и програмата на конференцията и копия на презентациите на лекторите. В папките на журналистите ще бъде поставена и специална прес информация предварително съгласувана и одобрена от Възложителя. Освен това към всяка информационна папка ще бъдат комплектовани и предоставени и рекламни материали предоставени от Възложителя.
  5. Отпечатване и окомплектоване на анкетни карти за присъстващите за измерване удовлетвореността им от събитието. Анкетните карти ще бъдат събрани след края на конференцията, анализирани, а резултатите предоставени на Възложителя в доклада.
  6. Подготовка на визията на залата – определяне на президиума и неговото местоположение и начина на разположение на столовете в залата; подготовка на указателни табели, банери, знамена и тяхното локализиране в залата; техническото обезпечаване на провеждането на конференцията; мястото на регистрация на участниците. Визията, която ще бъде част от цялостната концепция и предварително ще бъде съгласувана и одобрена от Възложителя ще бъде представена и във вид на графична концепция.
  7. Договаряне на транспорт за участниците до мястото на провеждане на семинара и обратно.
  8. Договаряне на условията (предварително съгласувани и одобрени от Възложителя) с хотела – настаняване на участниците, менюта, вкл. часовете на кафе паузите, обедите и вечерята, зала и техническо обезпечаване, друга важна и полезна информация.

### **Етап 3. Организация, провеждане и контрол**

**Място на провеждане – избор на локация:** гр. Самоков, КК Боровец

**Времетраене:** 2 дни



Европейски съюз



ОПАК Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

**Участници:** 30 участника – представители на Възложителя, журналисти (представители на национални печатни и електронни медии).

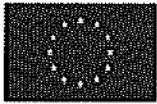
**Организация:** В деня преди провеждане на конференцията нашият екип отговарящ за провеждането на събитието ще извърши проверка на залата, акустиката /озвучаването/, разположението на масите и столовете и други технически параметри свързани с безпроблемното протичане на събитието. Предварително ще бъдат подготвени комплектите с материали и консумативи за участниците – папки, химикалки, брандирани блок-ноти, програмата на конференцията, презентациите на лекторите, рекламните материали, баджове за участниците, както и ще се поставят необходимите атрибути за осигуряване на публичността и информираността на проекта на подходящи за целта места. Ще бъдат подготвени и табелки с имената на лекторите и модераторите на съответните места в залата. Ще се подготвят и поставят и насочващи и информативни табели за събитието. Ние ще извършим проверка на менютата за кафе-паузите, обедите и вечерята за спазване на предварително одобрените от Възложителя менюта и часове. За успешното протичане на конференцията планираме и осигуряването на три помощни маси: първата, позиционирана извън залата - за регистрация на участниците; втора, разположена вътре в залата за поставяне на техниката и с възможност за директен достъп до електрозахранване; трета, вътре в залата, която ще се използва за зареждане на допълнително количество вода. Нашият екип ще отговаря за регистрацията на участниците, като за целта ще бъдат подготвени специални бланки, в които да се попълват данните на регистриращите се. Всеки регистриран ще получава и съответната информационна папка.

Експерти от нашия екип, освен в периода на регистрация на участниците, ще присъстват и ще бъдат на разположение на екипа на Възложителя през цялото време на самото провеждане на конференцията, като по този начин ще могат да реагират незабавно на всяко изискване на Възложителя за осигуряване на техническа или друг вид помощ. От друга страна те ще са на разположение и на участниците през целия период на престоя им, като ги напътстват или дават необходимата полезна информация. Нашите експерти ще имат грижата да следят да се спазва програмата в рамките на зададените часове, като информират участниците, че предстои кафе пауза или обяд или вечеря и т.н., както и къде ще се проведе.

**Транспорт:** За участниците в конференцията ще бъде осигурен транспорт, в двете посоки, отговарящ на всички изисквания за безопасност.

**Настаняване:** Участниците ще бъдат настанени в четиризвезден хотел в КК Боровец - една нощувка, с включена закуска. Всеки от участниците ще бъде настанен в самостоятелна стая. Закуските са на блок маса. Има осигурен безплатен високоскоростен интернет, както и допълнителни услуги за всеки участник, които може да ползва безплатно при желание. Настаняването ще бъде извършено бързо и организирано, защото нашият екип съвместно с хотела предварително ще разпредели всеки един от участниците от финалния списък в коя стая ще бъде, като по този начин в деня на регистрация хората много бързо ще бъдат настанени.

**Зала:** За провеждането на конференцията ще бъде осигурена напълно климатизирана конферентна зала с капацитет до 50 места и разположена в сградата на хотела, в който ще бъдат настанени участниците. Залата ще бъде оборудвана със съответната техника, необходима за провеждане на конференцията и описана по-долу. Мястото за



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

регистрация ще бъде позиционирано пред самата зала, като там ще разположим и лаптоп и принтер, ако е необходимо да се разпечатват документи или други по време на провеждане на събитието. Други две помощни маси ще бъдат разположени в самата зала: едната ще бъде за поставяне на техниката, а другата за зареждане на допълнително количество вода.

Вътре залата ще бъде брандирана с банер – транспарант и знамена, а отвън с информационни плакати, като банера и плакатите ще отговарят на изискванията за публичност, съгласно Регламент на Съвета (ЕО) № 1083/2006 и Регламент на Комисията (ЕО) № 1828/2006 и на ОПАК.

**Техническо обезпечаване:** Залата за провеждане на конференцията ще бъде оборудвана със следната техника: един видеоекран; един мултимедиен проектор; един лаптоп, комутиран с мултимедийния проектор; озвучителна система; дискуссионни микрофони със стойка, разположени на президиума и два подвижни безжични радиомикрофона; интернет – безжичен или LAN. Техниката ще бъде разположена на отделна маса така, че всички участници да виждат презентациите. Ще бъде осигурено резервно оборудване, което да се ползва в случай на необходимост и да се избегне прекъсването на работата на участниците в конференцията при техническа неизправност на техниката по време на събитието.

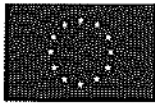
**Кетъринг:** За всички участници по време на конференцията ще бъдат подsigурени **2 кафе паузи, 2 обяда и 1 вечеря**. Кафе паузите ще включват кафе, чай, минерална вода, 2 вида безалкохолни напитки и дребни сладки и солени. Обедите и вечерята ще бъдат организирани в ресторанта на хотела, където са настанени участниците. Обедите ще бъдат организирани на блок-маса и ще включват 3 вида салати, 3 вида основни ястия, 3 вида десерт, вода и безалкохолни напитки. Вечерята ще бъде на блок-маса и ще включва 3 вида салати, 3 вида основни ястия, 3 вида десерт, вода и безалкохолни напитки. Часовете на кафе паузите, обедите и вечерята ще бъдат съгласно предварително одобрените и съгласувани с Възложителя програми за провеждане на публичното събитие. В допълнение ние се ангажираме да осигурим зареждане с вода на масата, където ще бъдат разположени участниците в конференцията и в залата на помощната маса.

**Заснемане:** Ние се ангажираме да извършим фото и видео заснемане по време на провеждането на конференцията, като снимковия и видео материал ще бъде предоставен на екипа на Възложителя след приключване на събитието, заедно с доклада.

В допълнение ние ще предоставим цифров рекордер, с помощта на който да се документира и протоколира публичното събитие. Файловете ще бъдат предоставени на Възложителя, а резюме на изказванията, обсъжданията и други ще бъдат изготвени във вид на доклад и предоставени в хартиен и цифров вариант на екипа на Възложителя.

#### Етап 4. Отчетност

Ще бъде подготвена и разпространявана анкетна карта в рамките на конференцията за мониторинг на удовлетвореността на участниците. Обобщените резултати от това проучване ще бъдат предоставяни на екипа на Възложителя след приключване на конференцията в доклада.



Нашият екип ще изготви и предостави на Възложителя доклад за събитието, съдържащ: копия на присъствени списъци на участниците; копия на анкетни карти и обобщена информация и резултати от тях; копия на материалите предоставени на участниците в конкретния семинар; снимков и видео материал; протоколиран доклад с изказванията, обсъжданията и дискусиите по време на 2-та дни и други материали от конференцията. Докладът ще бъде предоставен на Възложителя в рамките на 5 дни след приключване на публичното събитие.

**Примерен график на изпълнението:**

Задача	ден 1	ден 2	ден 3	ден 4	ден 5	ден 6	ден 7	ден 8	ден 9	ден 10	ден 11	ден 17	ден 18	ден 19	ден 20	ден 21	ден 22
Подготовка на цялостна концепция за подготовка и организация на конференцията																	
Одобрение на концепцията																	
Подготовка на визия на: поканите, анкетната карта и информационните материали																	
Одобрение на поканите и материалите																	
Изпращане на поканите и осъществяване на обратна връзка																	
Брандиране на материалите																	
Окомплектоване на материалите за участниците																	
Договаряне на транспорта																	
Договаряне на окончателните условия по организацията на конференцията с хотела																	
Мониторинг на подготовката на хотела и залата																	
Провеждане на конференцията																	
Доклад от събитието																	



## ПРИМЕРНА КОНЦЕПЦИЯ ЗА ПОДГОТОВКА И ОРГАНИЗИРАНЕ НА ЗАКЛЮЧИТЕЛНА КОНФЕРЕНЦИЯ

**2.5.2. Цялостно организиране и провеждане на заклучителна конференция за до 60 човека с участието на медиите в гр. София за представяне на резултатите от проекта.**

### **Етап 1. Предварително съгласуване**

В срок до 10 (десет) работни дни след получаване на заявка от страна на Възложителя за „Организиране и провеждане на заключителна конференция за до 60 човека с участието на медиите“, ние ще подготвим и представим за съгласуване и одобрение цялостна концепция за подготовка и организация на заключителната конференция. Концепцията ще включва:

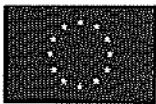
- 3 (три) варианта на предложение за място на провеждане на заключителната конференция съгласно изискванията на Възложителя и нашата оферта;
- Цялостна визия на събитието, включваща: визия на залата, техническо обезпечаване на провеждането на конференцията, менютата за кафе паузата и обяда, информационните и презентационни материали, програмата на конференцията, подготовката на модератора и представителите на екипите на Възложителя и Изпълнителя и други;
- Подробен план за действие на провеждането на събитието, с който ще се гарантира безпроблемната организация и изпълнение на всички задачи.
- „Step by step“ алгоритъм (конкретни стъпки) за организирането, провеждането и отчитането на събитието, с посочен срок за изпълнение на всяка планирана дейност по организацията и провеждането на заключителната конференция. Този документ ще дава ориентир на екипа за отговорностите на всеки експерт, за крайните срокове на всяка задача, за необходимите ресурси и въобще за цялата подготовка преди и по време на публичното събитие.

Възложителят следва да разгледа предложените варианти и да избере един от тях. В случай, че нито един от вариантите не съответства на изискванията на Възложителя, то последния е в правото си да изисква допълнително нови 3 (три) варианта за одобрение. В този случай, ние като Изпълнител, гарантираме, че ще предоставим допълнителни 3 (три) варианта за съгласуване и одобрение, като преди това обсъдим с Възложителя неговите коментари и изисквания по отношение както на локацията, така и на визията и програмата.

### **Етап 2. Подготовка**

След одобрение на финален вариант на Концепцията от Възложителя и дефиниране на точна дата за провеждане на заключителната конференция, ние ще пристъпим към подготовка на цялостната организация на провеждане на публичното събитие:

1. Подготовка на визия на поканите до участниците (дизайн и текст). Поканите ще бъдат разработени в два варианта – печатна и електронна покана, като и двете ще бъдат с единна визия. Поканите ще бъдат предварително съгласувани и одобрени от Възложителя.
2. Изпращане на поканите по електронен път до участници, които ще бъдат предоставени в списък от Възложителя, както и до журналисти от национални печатни и електронни медии предоставени в списък от нас. На всички поканени



- участници ще бъде изпратена и електронна форма за регистрация за публичното събитие.
3. Доставка с куриер на хартиените покани до всички участници и представители на медиите. Два дни след изпращане на поканите, ние ще организираме и проведем прозвъняване на участниците от списъка (дори и някои от тях да са потвърдили чрез електронна регистрация своето участие) и осигуряване на тяхното потвърждаване за участие в конференцията. След приключване на тази процедура, на Възложителя ще бъде предоставен актуален списък с участниците, които са потвърдили своето присъствие.
  4. Подготовка на информационните папки – Наш ангажимент ще бъде да подготвим предварително комплекти с материали, които ще се раздават на участниците в заключителната конференция. Ние предлагаме за всеки участник да бъдат подготвени следните материали – папка, химикалка и блок ноти всички брандирани съгласно правилата за визуализация на ОПАК, както и програмата на конференцията и копия на презентациите на лекторите. В папките на журналистите ще бъде поставена и специална прес информация предварително съгласувана и одобрена от Възложителя. Освен това към всяка информационна папка ще бъдат комплектовани и предоставени и рекламни материали предоставени от Възложителя.
  5. Отпечатване и окомплектоване на анкетни карти за присъстващите за измерване удовлетвореността им от събитието. Анкетните карти ще бъдат събрани след края на конференцията, анализирани, а резултатите предоставени на Възложителя в доклада.
  6. Подготовка на визията на залата – определяне на президиума и неговото местоположение и начина на разположение на столовете в залата; подготовка на указателни табели, банери, знамена и тяхното локализиране в залата; техническото обезпечаване на провеждането на конференцията; мястото на регистрация на участниците. Визията, която ще бъде част от цялостната концепция и предварително ще бъде съгласувана и одобрена от Възложителя ще бъде представена и във вид на графична концепция.
  7. Договаряне на условията (предварително съгласувани и одобрени от Възложителя) с хотела – зала и техническо обезпечаване, менюта, вкл. часовете на кафе паузат и обяда, друга важна и полезна информация.

### **Етап 3. Организация, провеждане и контрол**

**Място на провеждане – избор на локация: гр. София**

**Времетраене: 1 ден**

**Участници: 60 участника** – представители на целевите групи, представители на Възложителя, официални гости, модератор, журналисти (представители на национални печатни и електронни медии).

**Организация:** В деня преди провеждане на заключителната конференция нашият екип отговарящ за провеждането на събитието ще извърши проверка на залата, акустиката /озвучаването/, разположението на масите и столовете и други технически параметри свързани с безпроблемното протичане на събитието. Предварително ще бъдат подготвени комплектите с материали и консумативи за участниците – папки,



химикалки, брандирани блок-ноти, програмата на конференцията, презентациите на лекторите, рекламните материали, баджове за участниците, както и ще се поставят необходимите атрибути за осигуряване на публичността и информираността на проекта на подходящи за целта места. Ще бъдат подготвени и табелки с имената на лекторите и модераторите на съответните места в залата. Ще се подготвят и поставят и насочващи и информативни табели за събитието. Ние ще извършим проверка на менютата за кафе-паузата и обяда за спазване на предварително одобрените от Възложителя менюта и часове. За успешното протичане на заключителната конференция планираме и осигуряването на три помощни маси: първата, позиционирана извън залата - за регистрация на участниците; втора, разположена вътре в залата за поставяне на техниката и с възможност за директен достъп до електрозахранване; трета, вътре в залата, която ще се използва за зареждане на допълнително количество вода. Нашият екип ще отговаря за регистрацията на участниците, като за целта ще бъдат подготвени специални бланки, в които да се попълват данните на регистриращите се. Всеки регистриран ще получава и съответната информационна папка.

Експерти от нашия екип, освен в периода на регистрация на участниците, ще присъстват и ще бъдат на разположение на екипа на Възложителя през цялото време на самото провеждане на конференцията, като по този начин ще могат да реагират незабавно на всяко изискване на Възложителя за осигуряване на техническа или друг вид помощ. Нашите експерти ще имат грижата да следят да се спазва програмата в рамките на зададените часове, като информират участниците, че предстои кафе пауза или обяд и т.н., както и къде ще се проведе.

Като елемент на предварителната подготовка ще бъде осигуряване от страна на Възложителя на 60-секунден клип за проекта. Нашият ангажимент ще бъде да прегледаме клипа и да осигурим безпроблемното му излъчване по време на публичното събитие.

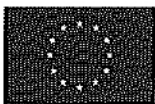
Ние се ангажираме да извършим фото и видео заснемане по време на провеждането на конференцията, като снимковия и видео материал ще бъде предоставен на екипа на Възложителя след приключване на събитието, заедно с доклада.

Наш ангажимент ще бъде да осигурим модератор за събитието, който има необходимият опит във воденето на общесвени събития.

В допълнение ние ще предоставим цифров рекордер, с помощта на който да се документира и протоколира публичното събитие. Файловете ще бъдат предоставени на Възложителя, а резюме на изказванията, обсъжданията и други ще бъдат изготвени във вид на доклад и предоставени в хартиен и цифров вариант на екипа на Възложителя.

**Зала:** За провеждането на заключителната конференция ще бъде осигурена напълно климатизирана конферентна зала с капацитет до 100 места и разположена в сградата на хотел категория минимум четири звезди, с централно местоположение в град София. Залата ще бъде оборудвана със съответната техника, необходима за провеждане на конференцията и описана по-долу. Мястото за регистрация ще бъде позиционирано пред самата зала, като там ще разположим и лаптоп и принтер, ако е необходимо да се разпечатват документи или други по време на провеждане на събитието. Други две помощни маси ще бъдат разположени в самата зала: едната ще бъде за поставяне на





техниката, а другата за зареждане на допълнително количество вода. В залата ще бъде инсталиран президиум декориран по подходящ начин за речите на официалните гости и презентаторите.

Вътре залата ще бъде брандирана с банер – транспарант и знамена, а отвън с информационни плакати, като банера и плакатите ще отговарят на изискванията за публичност, съгласно Регламент на Съвета (ЕО) № 1083/2006 и Регламент на Комисията (ЕО) № 1828/2006 и на ОПАК.

**Техническо обезпечаване:** Залата за провеждане на конференцията ще бъде оборудвана със следната техника: един видеоекран; един мултимедиен проектор; един лаптоп, комутиран с мултимедийния проектор; озвучителна система; дискуссионни микрофони със стойка, разположени на президиума и два подвижни безжични радиомикрофона; интернет – безжичен или LAN. Техниката ще бъде разположена на отделна маса така, че всички участници да виждат презентациите. Ще бъде осигурено резервно оборудване, което да се ползва в случай на необходимост и да се избегне прекъсването на работата на участниците в конференцията при техническа неизправност на техниката по време на събитието.

**Кетъринг:** За всички участника по време на конференцията ще бъдат подsigурени 1 кафе пауза и 1 коктейл обяд. Кафе паузата ще включва кафе, чай, минерална вода, 2 вида безалкохолни напитки и дребни сладки и соленки. Обяда ще бъде под формата на коктейл и ще включва салати, топла кухня, вода, безалкохолни напитки и вино, десерт. Часовете на кафе паузата и обяда ще бъдат съгласно предварително одобрените и съгласувани с Възложителя програми за провеждане на публичното събитие. В допълнение ние се ангажираме да осигурим зареждане с вода на масата, където ще бъдат разположени участниците в конференцията и в залата на помощната маса.

#### Етап 4. Отчетност

Ще бъде подготвена и разпространявана анкетна карта в рамките на конференцията за мониторинг на удовлетвореността на участниците. Обобщените резултати от това проучване ще бъдат предоставяни на екипа на Възложителя след приключване на конференцията в доклада.

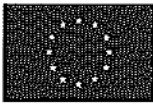
Нашият екип ще изготви и предостави на Възложителя доклад за събитието, съдържащ: копия на присъствени списъци на участниците; копия на анкетни карти и обобщена информация и резултати от тях; копия на материалите предоставени на участниците в конкретния семинар; снимков и видео материал; протоколиран доклад с изказванията, обсъжданията и дискусиите по време на конференцията. Докладът ще бъде предоставен на Възложителя в рамките на 5 дни след приключване на публичното събитие.

**Примерен график на изпълнението:**

Задача	ден 1	ден 2	ден 3	ден 4	ден 5	ден 6	ден 7	ден 8	ден 9	ден 10	ден 11		ден 17	ден 18	ден 19	ден 20	ден 21	ден 22	
Подготовка на цялостна концепция за подготовка и организация на конференцията																			
Одобрение на концепцията																			
Подготовка на визия на: поканите, анкетната карта и информационните материали																			
Одобрение на поканите и материалите																			
Изпращане на поканите и осъществяване на обратна връзка																			
Брандиране на материалите																			
Окомплектоване на материалите за участниците																			
Договаряне на окончателните условия по организацията на конференцията с хотела																			
Мониторинг на подготовката на залата																			
Провеждане на конференцията																			
Доклад от събитието																			

**Ресурси:**

- *човешки* – ключови експерти: Ръководител екип, Организатор на публични събития, Дизайн и изработка на рекламни материали; видео оператор, фотограф, технически сътрудник;
- *технически* – автобус, оборудване за залата (описано по-горе); видео камера и фотоапарат; цифров диктофон; лаптоп и принтер;
- *друго* – информационни материали за брандиране на залите и местата; комплекти с материали за участниците (информационни папки); регистрационни и анкетни карти.



2.6. Предложение за изпълнение на дейност: „Изработване на рекламни материали по проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи на електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса”

**Описание:** Изработването и разпространението на рекламни материали за проекта следва да се разглежда, като неразделна част от инструментариумите за повишаване на обществената информираност за ОПАК и самият проект.

Нашата цел ще бъде да подпомогнем в максимална степен Възложителя в процеса на изпълнение на заложеното в комуникационната стратегия. За изработването на рекламните материали ще използваме алгоритъм на работа, който в пълна степен гарантира качествена изработка на материалите и креативна визия.

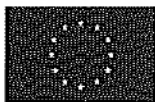
Изработването на рекламните материали ще премине през няколко етапа.

#### **Етап 1. Доставка на мостри и разработване на идейни проекти за брендиране на материалите**

След подписване на договор за изпълнение, ние ще проведем встъпителна среща с екипа на Възложителя, на която среща ще се обсъждат вижданията на екипа на Възложителя за дизайна на материалите, както и индикативен времеви график за изпълнение на конкретните заявки. Веднага след встъпителната среща ключовият експерт по дизайн и изработка на рекламните материали (наричан по-долу Дизайнер) ще стартира с изработване на дизайна на идейните проекти на всички рекламни материали, които трябва да бъдат реализирани в рамките на договора и съгласно изискванията на Възложителя. Идейните проекти ще бъдат разработени по гъвкава схема, която да представя цялостния дизайн на всеки материал. Ще бъдат изработени по 2 макета от вид рекламен материал с различни визуални концепции. При изработването на всеки идеен проект на рекламен материал стриктно ще се спазват правилата и насоките за осъществяване на мерките за информация и публичност на ОПАК, както и техническите правила за изображението на знаците и надписите на всички изискуеми атрибути. Дизайнерът ще подготви и по минимум 3 (три) мостри на всеки рекламен материал за представяне на работната среща и възможност за избор от страна на Възложителя.

#### **Етап 2. Избор на рекламен материал, съгласуване и корекции на брендинга**

След като идейните проекти бъдат готови и мострите на рекламните материали осигурени, ще бъде организирана и проведена работна среща между екипите на Възложителя и Изпълнителя. В рамките на тази среща ще се разгледат и обсъдят представените от нас идейни проекти и мостри на рекламни материали. Възложителят ще има възможност да избере мостра за всеки рекламен материал, както и да генерира мнения, препоръки, коментари и предложения по идейните проекти на материалите. Всичко това ще бъде отразено в протокол от срещата. Ако Възложителят избере един от двата варианта на графични концепции на визията на рекламните материали в рамките на работната среща, то това ще бъде основа за подготовка на окончателния вариант за одобрение и печат. В противен случай, ако Възложителят има някакви коментари и забележки, същите ще бъдат отразени в протокола и дизайнерът



ще коригира идейните проекти, които отново ще бъдат предоставени на Възложителя за съгласуване и одобрение. Последното може да се осъществи и по електронен път.

### Етап 3. Изработване на работни проекти

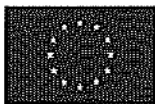
След нанасяне на корекциите (ако има такива), дизайнерът ще подготви съответните работни проекти, които също ще бъдат изпратени на Възложителя за окончателно одобрение. Окончателното приемане на крайния вариант на всеки материал (вид и дизайн) ще се доказва с двустранно подписан утвърдителен протокол и само и след неговото подписване ще се извършва брандирането на рекламните материали. При изготвяне на рекламните материали стриктно ще се спазват изискванията за информация и публичност на Регламент 1828/2006 на ЕК.

### Етап 4. Брандиране и доставка на рекламните материали

След подписване на утвърдителния протокол дизайнерът ще пристъпи към подготовка на предепчата на всеки рекламен материал и изпращането му към печатната база за изпълнение на брандирането. Всички материали ще бъдат и подходящо пакетирани в пакети, всеки съдържащ определено количество, което ще бъде отразено, така че да е видно. Материалите ще бъдат доставени на Възложителя директно, което ще бъде удостоверено с подписването на проемо-предавателен протокол подписан от двете страни след установяване на съответната бройка и спазване на изискванията на техническите параметри съгласно заданието на Възложителя, нашата оферта и утвърдителния протокол.

Следните рекламни материали ще бъдат изработени, брандирани и доставени:

№	Рекламни материали	Брой
1.	<p><i>Бадж</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Пластмасово калъфче с щипка</li> <li>• Хартия: мат, 350 гр.</li> <li>• Брандиране със запазената марка на програмата: 4 цвята</li> <li>• Печат: едностранен, пълноцветен</li> <li>• Формат: 90/57 мм</li> </ul>	200
2.	<p><i>Телескопичен държач за бадж</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Механизъм за автоматично прибиране</li> <li>• Материал: пластмаса</li> <li>• Брандиране със запазената марка на програмата: 4 цвята</li> <li>• Печат: пълноцветен</li> <li>• Размер: - Ф 35/10 мм</li> <li>• С щипка</li> </ul>	200
3.	<p><i>Банер и банер дисплей</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Размери: 80/200 см.</li> <li>• Материал банер: винил</li> <li>• Цветност: 4+0 (едностранен, пълноцветен печат)</li> <li>• Материал банер-дисплей: алуминий/пластмаса</li> <li>• Лесно сглобяема и разглобяема стойка</li> <li>• Чанта/сак за пренасяне</li> <li>• Брандиране: със запазената марка на програмата: 4 цвята</li> </ul>	2



№	Рекламни материали	Брой
4.	<p><i>Метална flash памет с лазерно гравирано лого на проекта</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Запис на презентационен материал върху 500 бр. USB</li> <li>• Материал: метал</li> <li>• Тираж: 500</li> <li>• Размер: 4 GB</li> <li>• Брандиране със запазената марка на програмата: лазерно гравирание</li> </ul>	500
5.	<p><i>Метална химикалка с лазерно гравирано лого на проекта</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Материал: метален корпус с метален клипс</li> <li>• Дебел пълнител</li> <li>• Прибиращ се писец</li> <li>• Брандиране със запазената марка на програмата: лазерно гравирание</li> </ul>	1000
6.	<p><i>Безжичен контролер за презентации</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Размер - Ф 15x120 мм</li> <li>• Цвят: черен</li> <li>• Материал: метал</li> <li>• Брандиране със запазената марка на програмата: 4 цвята (пълноцветен печат)</li> </ul>	100
7.	<p><i>Сгъваем чадър</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Механизъм за автоматично отваряне и затваряне</li> <li>• Материал: полиестер</li> <li>• Диаметър: 90 - 100 см</li> <li>• С телескопична дръжка, метални спици, велкро закопчаване</li> <li>• Цвят – син и/или бял</li> <li>• Брандиране със запазената марка на програмата със ситопечат: 4 цвята (пълноцветен печат)</li> </ul>	100
8.	<p><i>Чанта за лаптоп</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Размер: подходящи за лаптоп с размер 16.4'</li> <li>• Материал: кожа/полиестер</li> <li>• Цвят: черен/син/кафяв</li> <li>• Отделни отделения за лаптоп и аксесоари за лаптоп</li> <li>• Подплатено отделение за по-добра защита на лаптопа</li> <li>• Затваряне: с цип</li> <li>• Допълнителен преден джоб с цип</li> <li>• Брандиране със запазената марка на програмата: 4 цвята</li> </ul>	200

**Срок на изпълнение:** до 30 (тридесет) работни дни след получаване на заявка от страна на Възложителя, но не по-късно от крайния срок за изпълнение на поръчката – 31.08.2015 г.

**Примерен график на изпълнението на рекламните материали:**

Задача	ден 1	ден 2	ден 3	ден 4	ден 5	ден 6	ден 7	ден 8	ден 9	ден 10	ден 11	ден 12	ден 13	ден 14	ден 15	ден 16	ден 17	ден 18	ден 19	ден 20	ден 21	ден 22	ден 23	ден 24
Разработване на идейни проекти за брендиране на материалите																								
Избор на мостри и съгласуване и одобрение на идейните																								
Корекции и последващо одобрение на идейните проекти (ако е необходимо)																								
Подготовка на работните проекти на рекламните материали																								
Окончателно одобрение на работните проекти																								
Брендиране																								
Доставка на готовите материали																								

**Ресурси:**

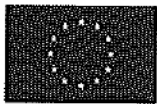
- *човешки* – ключов експерт: Дизайн и изработка на рекламни материали;
- *технически* – компютри и графичен софтуер, печатни машини, машини за лазерно гравирание, други;

За всеки артикул сме представили мостра, чиято визия и съдържание отговарят на посочените от Възложителя технически параметри.

За всеки рекламен материал е приложена и графична концепция – брендинг.

В резултат на изпълнение на всички дейности по настоящата кампания за Осигуряване на дейности за информация и публичност” по проект „Надграждане на съществуващите и изграждане на нови централни системи за електронното правителство с оглед на усъвършенстване на информационно-комуникационната среда за по-добро административно обслужване на гражданите и бизнеса“, осъществяван с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд”, ще бъдат постигнати следните РЕЗУЛТАТИ:

- ✓ Разработена и утвърдена 1 комуникационна стратегия;
- ✓ Изработен 1 бр. видео клип с продължителност от 1 минута;
- ✓ Изработен 1 бр. аудио клип с продължителност от 30 секунди;
- ✓ Реализиран пакет от 10 излъчвания на видео клипа в национални телевизии;
- ✓ Реализирани 20 излъчвания на видео клипа в регионални телевизии;
- ✓ Реализиран пакет от 30 излъчвания на аудио спота в национални радиостанции;
- ✓ Реализиран пакет от 30 излъчвания на аудио спота в регионални радиостанции;
- ✓ Публикуван пакет от 20 ПР материали в електронни информационни агенции;



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

- ✓ Публикувани 10 прессъобщения в национални всекидневници;
- ✓ Публикувани 5 интервюта в национални всекидневници;
- ✓ Публикувани 5 рекламни карета / информационни материали в национални всекидневници;
- ✓ Публикувани 3 прессъобщения и 3 информационни карета в регионални всекидневници;
- ✓ Изработени 5 броя интерактивни интернет банери;
- ✓ Публикувани интернет банери в 3 информационни агенции;
- ✓ Организиран и проведен 2 конференции – 1 за представяне на напредъка на проекта и 1 заключителна;
- ✓ Повече от 100 участника – официални гости, представители на Възложителя, целевите групи и представители на медиите взели участие в конференциите;
- ✓ Изработени, брандирани и доставени рекламни материали – 200 баджове с телекопични държачи, 2 банера и банер дисплея, 500 метални флашки, 1000 метални химикалки, 100 безжични контрилера за презентации, 100 съгъваеми чадъра, 200 чанти за лаптоп;
- ✓ Отразени цели, дейности, напредък, резултати и ползи от изпълнението на проекта сред ширката общественост;
- ✓ Осигурена публичност и прозрачност на проекта и етапите на неговото изпълнение;
- ✓ Създадена положителна нагласа в обществеността за работата на МТИТС, както и за ролята на Европейския съюз при предоставяне на безвъзмездни средства;
- ✓ Повишена информираност на целевите групи и обществото като цяло.

3. Декларация по чл. 33, ал. 4 от Закона за обществените поръчки (ако е приложимо):

Заявяваме, че **НЕПРИЛОЖИМО** (посочване на частите от офертата, за които се декларира **конфиденциален характер**) имат конфиденциален характер и не следва да бъдат разкривани от Възложителя.

С уважение,

Подпис и печат  
Виолина Костова  
Управител



Дата: 02.04.2015 г.

000041





**Fibank**  
Първа инвестиционна банка



## Плащане от/към бюджета

Счет. дата: 30/07/2015

Референция: U01PWVB152110012

Платете на - име на получателя:	
М Т И Т С	
IBAN на получателя:	ВІС на банката на получателя:
B G 7 7 V N B G 9 6 6 1 3 3 0 0 1 2 4 8 0 1	B N B G B G S F
При банка - име на банката на получателя:	Вид плащане*:
Б Ъ Л Г А Р С К А   Н А Р О Д Н А   Б А Н К А	
<b>ПЛАТЕЖНО НАРЕЖДАНЕ</b> за плащане от/към бюджета	Вид валута: Сума:
	B G N      2 , 8 9 4 . 0 0
1	Вид плащане*:
	Сума: 2 , 8 9 4 . 0 0
Основание за плащане :	
Г а р а н ц и я   И з п ъ л н е н и е - О П   О с и г у р и н ф о р м а	
Още пояснения:	
П у б л и ч н о с т - З о б о с .   п о з и ц и и ,   з а   О П 1	
Вид и номер на документ, по който се плаща:	Дата на документа:
9	3 0 / 0 7 / 2 0 1 5
Период, за който се плаща:	До дата:
От дата:	
Задължено лице - наименование на юридическото лице или трите имена на физическото лице:	
Б Г М А П   О О Д	
ЕИК / БУЛСТАТ на задълженото лице:	ЕГН на задълженото лице:
1 3 1 0 1 7 4 6 1	
ЛНЧ на задълженото лице:	
Наредител - наименование на юридическото лице или трите имена на физическото лице:	
Б Г М А П   О О Д	
IBAN на наредителя:	Валута:
B G 6 4 F I N V 9 1 5 0 1 0 U B 2 2 0 7 7 6	B G N
ВІС на банката:	
F I N V B G S F	
Платежна система:	Дата за изпълнение:
БИСЕРА	3 0 / 0 7 / 2 0 1 5
Вид плащане*:	
За суми над 100 хил. лева преводът се насочва към RINGS, независимо от Вашия избор.	
Уведомен/и съм/сме, че ПИБ АД осигурява на разположение на клиентите в банковите салони и на интернет страницата си на адрес: <a href="http://www.fibank.bg">www.fibank.bg</a> действащите Общи условия за ползване на Виртуален банков клон на ПИБ АД, Общи условия за откриване и водене на банкови сметки и за предоставяне на платежни услуги и Тарифата за такси и комисиони, като с подписване на настоящия документ потвърждавам/е, че предварително съм/сме запознат/и с тях и ги приемам/е. Данните и информацията, посочени по-горе, са верни, точни и пълни.	

ГЛАВА II

**РАЗПОРЕДБИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1083/2006**

Раздел 1

**Информирание и публичност**

Член 2

**Изготвяне на комуникационен план**

1. Комуникационният план, както и всяко важно изменение, което се въвежда в него, се изготвят от управителния орган на оперативната програма, за която той отговаря или от държавата-членка, когато става въпрос за няколко или група от оперативни програми, съфинансирани от Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР), Европейския социален фонд (ЕСФ) или Кохезионния фонд.

2. Комуникационният план включва най-малко следните елементи:

- а) целите и целевите групи;
- б) стратегията и съдържанието на действията за информирание и публичност, които трябва да се провеждат от държавата-членка или от управляващия орган за сведение на потенциалните бенефициери, на бенефициерите и на широката общественост по отношение на добавена стойност от помощта на Общността на национално, регионално и местно равнище;
- в) индикативния бюджет за въвеждане на плана;
- г) административните отдели и органи, отговарящи за изпълнението на действията за информация и публичност;
- д) условията и реда за оценка на действията за информация и публичност по отношение на видимостта и осведомеността за оперативните програми и ролята на Общността.

Член 3

**Преглед на съответствието на комуникационния план**

Държавата-членка или управителният орган представят комуникационния план на Комисията в срок от четири месеца, считано от датата на приемане на оперативната програма или, когато комуникационния план обхваща две или повече оперативни програми, считано от датата на приемането на последната оперативна програма.

При отсъствие на забележки от страна на Комисията, в рамките на два месеца след получаването на комуникационния план, той се счита приведен в съответствие с член 2, параграф 2.

Ако Комисията формулира забележки в срок от два месеца след получаването на комуникационния план, държавата-членка или управляващият орган предават на Комисията редактиран комуникационен план в срок от два месеца.

При отсъствие на други забележки от страна на Комисията, два месеца след представянето на редактирания комуникационен план, той се счита годен за въвеждане.

Когато е приложимо, държавата-членка или управляващият орган започват дейностите по информиране и публичност, предвидени с членове 5, 6 и 7, когато е уместно, че все още няма наличен комуникационен план.

#### *Член 4*

##### **Въвеждане и мониторинг на комуникационния план**

1. Управляващият орган информира мониторинговия комитет за всяка оперативна програма за следните документи:

- а) комуникационен план и отчет за хода на въвеждането му;
- б) провеждани действия за информация и публичност;
- в) използваните средства за комуникация.

Управителният орган предоставя на мониторинговия комитет примери за такива мерки.

2. Годишните доклади и окончателният доклад за изпълнението на оперативната програма, посочени в член 67 от Регламент (ЕО) № 1083/2006, включват:

- а) примери за действия за информация и публичност, отнасящи се за оперативните програми, провеждани в рамките на въвеждането на комуникационния план;
- б) условията и редът за действията за информация и публичност, посочени в член 7, параграф 2, буква г), включително, когато е приложимо, адреса на електронната поща, където са налични данните;
- в) съдържание на важните изменения, внесени в комуникационния план.

Годишният доклад за изпълнението за 2010 г. и окончателният доклад за изпълнението включват глава, посветена на резултатите от действията за информация и публичност с оглед оперативните програми и ролята на Общността те да бъдат видни и осъзнати, съгласно разпоредбите на член 2, параграф 2, буква д).

3. Използваните средства за въвеждането, мониторинга и оценката на комуникационния план са пропорционални на действията за информация и публичност, така както са определени в комуникационния план.

#### *Член 5*

##### **Информационни мерки, предназначени за потенциалните бенефициери**

1. Управляващият орган гарантира, съгласно комуникационния план, че оперативната програма е обект на широко разпространение, като се посочва и финансовият принос на съответните фондове и се представя на разположение на всички заинтересовани страни.

Освен това, той гарантира възможно най-широкото разпространение на информацията относно предлаганите възможности за съвместно финансиране в рамките на оперативната програма на Общността и на държавите-членки.

2. Управляващият орган предоставя на потенциалните бенефициери ясна и подробна информация, която включва най-малко:

- а) условията за допустимост, които трябва да бъдат изпълнени, за да е възможно използването на финансиране по линия на определена оперативна програма;

- б) описание на процедурите по разглеждане на заявленията за финансиране и свързаните с това срокове;
- в) критериите за подбор на операциите, които трябва да бъдат финансирани;
- г) лицата за контакт, които на национално, регионално или местно ниво могат да предоставят информация за оперативните програми.

Освен това, управляващият орган информира потенциалните бенефициери за публикациите, предвидени в член 7, параграф 2, буква г).

3. Управляващият орган привлича за действията за информиране и публичност, в съответствие с националното законодателство и практики, най-малко едно от следните звена, което широко да разпространява изброените в параграф 2 данни:

- а) националните, регионални и местни органи, както и агенциите за развитие;
- б) търговските и професионални организации;
- в) социалните и икономически партньори;
- г) неправителствените организации;
- д) организациите, представляващи бизнеса;
- е) информационните центрове за Европа и представителствата на Комисията в държавите-членки;
- ж) учебните заведения.

#### *Член 6*

##### **Информационни мерки, насочени към бенефициерите**

Управляващият орган информира бенефициерите за това, дали приемането на определено финансиране води до тяхното включване в списъка на бенефициерите, публикуван в съответствие с член 7, параграф 2, буква г).

#### *Член 7*

##### **Отговорности на управляващия орган по отношение на мерките за информация и публичност, предназначени за широката общественост**

1. Управляващият орган гарантира, че мерките за информация и публичност се изпълняват в съответствие с комуникационния план и цели да се осигури възможно най-широко медийно покритие, с помощта на различни форми и методи на комуникация на съответното териториално равнище.

2. Управляващият орган е отговорен за организирането най-малко на следните действия за информация и публичност:

- а) голяма информационна кампания, оповестяваща стартирането на оперативната програма, дори и когато окончателната редакция на комуникационния план все още не е налице;
- б) поне една голяма информационна кампания годишно, както е установено в комуникационния план, представяща изпълнението на оперативната/те програма/и, включително, когато е приложимо, на големите проекти;
- в) издигане на знамето на Европейския съюз за една седмица, считано от 9 май, пред помещенията на всеки управляващ орган;
- г) публикуване, в електронен или друг формат, на списъка на бенефициерите, на името на операциите и на размера на публичните средства, отпуснати за операциите.

Името на участниците в операциите на ЕСФ не се упоменава.

#### *Член 8*

#### **Отговорности на бенефициерите по отношение на мерките за информиране и публичност, предназначени за широката общественост**

1. Бенефициерът е отговорен за информирането на широката общественост за финансовото подпомагане, което му е отпуснато от фондовете в приложение на мерките, предвидени в параграфи 2, 3 и 4.

2. Бенефициерът поставя постоянна обяснителна табела, която се вижда и е със значителни размери, най-късно шест месеца след приключването на всяка операция, отговаряща на следните условия:

- а) общото участие на публичните средства за операцията да е над EUR 500 000;
- б) операцията да се отнася до закупуване на материален обект или за финансиране на инфраструктурни или строителни работи;

В табелата се посочва видът и наименованието на операцията и елементите, изброени в член 9. Тези елементи следва да заемат минимум 25 % от табелата.

3. В хода на изпълнение на програмата бенефициерът издига информационно табло на площадката на всяка операция, отговаряща на следните условия:

- а) общото участие на публичните средства за операцията да е над EUR 500 000;
- б) операцията да се отнася до закупуване на материален обект или за финансиране на инфраструктурни или строителни работи.

Елементите, посочени в член 9 заемат минимум 25 % от таблото.

Когато операцията бъде завършена, таблото се замества от постоянната обяснителна табела, посочена в параграф 2.

4. Когато определена операция се ползва от финансиране по линия на оперативна програма, съфинансирана от ЕСФ и там когато е приложимо, когато определена информация се ползва от финансиране по линия на ЕФРР и Кохезионния фонд, бенефициерът гарантира, че участниците в операцията са информирани за това финансиране.

Бенефициерът посочва ясно, че операцията, която изпълнява, е избрана в рамките на оперативната програма, съфинансирана от ЕСФ, ЕФРР или Кохезионния фонд.

Всеки документ, включително всяко уверение за участие или друг сертификат, свързани с операция от този тип включва отметка, сочеща, че оперативната програма е съфинансирана от ЕСФ или, когато е приложимо, от ЕФРР или Кохезионния фонд.

#### *Член 9*

#### **Технически характеристики на действията за информация и публичност по отношение на операцията**

Всички действия за информация и публичност, предназначени за бенефициерите, потенциалните бенефициери и широката общественост включват следните елементи:

а) емблемата на Европейския съюз, в съответствие с графичните стандарти, установени в приложение I и позоваване на Европейския съюз;

б) позоваване на съответния фонд:

i) за ЕФРР: „Европейски фонд за регионално развитие“;

ii) за Кохезионния фонд: „Кохезионен фонд“;

iii) за ЕСФ: „Европейски социален фонд“;

в) изявлението, избрано от управляващия орган, подчертаващо получената добавена стойност от интервенцията на Общността, за предпочитане е: „Инвестиране във вашето бъдеще“.

Букви б) и в) не се прилагат за малки рекламни обекти.

#### *Член 10*

##### **Мрежи и обмяна на опит**

1. Всеки управляващ орган посочва лицата за контакт, отговарящи за информирането и публичността и информира за това Комисията. Освен това, държавите-членки могат да определят едно лице за контакт за всички оперативни програми.

2. Могат да бъдат установени мрежи на Общността, изградени от лица, определени съгласно параграф 1, за обмен на добри практики, включително резултатите от въвеждането на комуникационния план и обмяната на опит по отношение изпълнението на действията за информиране и публичност, посочени в настоящия раздел.

3. Обмяната на опит в областта на информацията и публичността може да използва финансиране по линия на техническата помощ, съгласно член 45 от Регламент (ЕО) № 1083/2006.