

**П Л А Н   З А   Д Е Й С Т В И Е**  
**2 0 0 2 - 2 0 0 6**

---

**И**

**Р А Б О Т Н А   П Р О Г Р А М А   З А   2 0 0 2   Г О Д И Н А**

**ПО РЕАЛИЗИРАНЕ НА КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ  
ЗА ПОДГОТОВКА НА ЧЛЕНСТВОТО НА БЪЛГАРИЯ В  
ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ**

**СЪДЪРЖАНИЕ**

- 1. Увод**
- 2. Етапи на изпълнение**
- 3. Работна програма за 2002 г.**
  - Национален план**
  - Международен план**
- 4. Конкретни действия по целеви групи**
  - Национален план**
  - Международен план**
- 5. Организационна структура**
- 6. Мониторинг и оценка**
- 7. Обща рамка на финансово осигуряване и механизъм на финансиране**

## 1.УВОД

Към настоящия момент европейската интеграция се ползва с огромната подкрепа на обществото и с пълен политически консенсус. Според всички социологически проучвания, за влизането на България в ЕС са над 80 на сто от гражданите. Но поради липсата на разбиране за предизвикателствата и предимствата от реализирането на тази цел, тя се ползва с една консенсусна подкрепа, която няма характер на добре осмислен избор.

Съществуващата обществена подкрепа е благоприятен и окуражаващ факт, но ако следваме опита и логиката на досегашните вълни на разширяване на ЕС, колкото по-далеч е била дадена страна от членство, толкова по-висока е била подкрепата в обществото и съответно с напредване на преговорите, тази подкрепа е намалявала поради натрупването на повече информация и поради сблъскването с предизвикателствата и трудностите да се отговори на всички критерии за членство. Именно това налага провеждането на агресивна информационна кампания, която да обхване всички групи на българското общество и да осигури рационална и осъзната позиция за членството на България в ЕС.

**Провеждането на комуникационната стратегия е насочено в две основни посоки:**

- ✓ към доближаване на българските граждани към всекидневното измерение на членството в ЕС и
- ✓ към целенасочено повишаване на знанията на европейските граждани за България.

Това обуславя и тематичното разделение на цялата кампания на две основни направления в зависимост от целите и публиката, към които е насочена:

- ✓ **НАЦИОНАЛЕН** план – насочен навътре към българското общество с цел разясняване и приобщаване на българските граждани към “европейската идея” на България.
- ✓ **МЕЖДУНАРОДЕН** план - насочен към гражданите на 15-те страни на ЕС, както и към тези на страните от първата вълна на разширяване с цел увеличаване на поддръжниците на кандидатурата на България за член на ЕС. Значението на провеждането на такава популяризаторска кампания е от огромна важност за самия ход на преговорите, за привличането на чуждестранни инвеститори, а и за подобряване цялостния образ на България.

**Настоящият План за действие е основен организационен документ по изпълнението на Комуникационната стратегия за подготовка на членството на Република България в ЕС.**

Планът за действие е съобразен с динамиката на процеса на преговори и с основните насоки, залегнали в Стратегията за ускоряване на преговорите за членство на България в ЕС.

Изработването на Плана за действие започна непосредствено след приемането на Комуникационната стратегия за подготовка на членството на Република България в ЕС от Министерския съвет на 24 януари 2002 г. В

неговото изготвяне участваха Министерство на Външните работи, Института по европейска интеграция и информация и представители на всички министерства, участници от неправителствените организации, свързани с европейска интеграция, експерти от академичната общност в сътрудничество с Делегацията на Европейската комисия в София. Чрез широкото участие при изработването на Плана за действие беше постигнат консенсус по основните приоритети и действия.

При изпълнение на всички етапи от Плана на действие ще се търси максимална обществена подкрепа.

## **2.ЕТАПИ НА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПЛАНА ЗА ДЕЙСТВИЕ**

Планът за действие взема за отправна точка направената в Комуникационната стратегия оценка за обществено-политическия контекст на нейното изпълнение и по-специално за силните и слабите страни на досегашната информационна и комуникационна дейност в страната по проблемите на европейската интеграция.

До този момент редица държавни ведомства, неправителствени организации, професионални асоциации и много други лица са предприемали отделни дейности и кампании с цел повишаване информираността на българското общество за процесите на европейска интеграция и на обществеността и елитите в държавите-членки на Европейския съюз за България. Сред тях са информационни програми и проекти за действие в страната, които са финансирани от държавния бюджет, ЕС (главно чрез програма ФАР, чрез информационната програма на Делегацията на Европейската комисия в България и др.) и/или други донори, проекти (например на МВНР) за подобряване на имиджа на България в чужбина и т.н.

**Настоящият План за действие и произтичащите от него работни програми целят да координират и синхронизират дейността на държавните институции и недържавните партньори в тази посока, като ги подчинят на утвърдената Комуникационна стратегия.**

**Първият етап (от март 2002 до декември 2003 г.)** от изпълнението на Плана за действие съвпада: (а) с решаващите стадии от преговорите за членство, когато предмет на обсъждане са най-трудните глави, както и (б) с редица непопулярни практически мерки по изпълнение на приетото законодателство на ЕС, които не могат да бъдат отложени за времето след присъединяването. Това прави необходимо тясното обвързване на комуникационните действия в този период (а) с дневния ред на преговорите и (б) с изпълнението на Стратегията за ускоряване подготовката за присъединяване и Националната програма за прилагане на достиженията на правото на ЕС.

Основна цел на комуникационните дейности на първия етап трябва да бъде приобщаване на българските граждани към мерките, предприемани от правителството в тази насока. Трябва предварително да се подготви обществото за предприеманите действия, част от които са непопулярни. Фокусът трябва да е върху дългосрочния положителен ефект от тези мерки за стандарта на живот на отделния гражданин. Много е важно на този етап да се отправят послания преди настъпването на конкретно събитие, за да се подготви общественото мнение.

**Вторият етап (от януари 2004 до влизане в сила на Договора за присъединяване)** от изпълнението на Плана за действие обхваща периода,

непосредствено предшестващ присъединяването на България към ЕС и съвпада с редица събития и процеси, свързани с разширяването на ЕС като цяло или с неговото вътрешно развитие. Това е обстоятелство, изискващо:

- интензификация на механизмите за обратна връзка и мониторинг с оглед на възможно най-бързо и адекватно отчитане на промените в общественото мнение в България (за целите на Националната кампания) и в държавите-членки на ЕС (за целите на Международната кампания);
- усъвършенстване координацията между действията по Националната кампания и Международната кампания с цел синхронизиране на посланията за България като бъдещ член на ЕС.

**Третият етап от Комуникационната стратегия (след влизане в сила на Договора за присъединяване)** обхваща периода на първите години на членството на България в ЕС. Той логически произтича от настоящия План за действие, макар че остава извън неговия обхват. В навечерието на влизането в сила на Договора за присъединяване следва да се осъществи актуализация на стратегията и да се разработи специален План за действие в първите години на членството, за да не се допусне негативна промяна в общественото мнение.

**Актуализация:** Програмирането на действията по изпълнение на Комуникационната стратегия налага да се предвиди възможност за:

- изменения в продължителността на действие на отделните етапи от изпълнението на Плана в зависимост от хода на преговорите и от ратификацията на Договора за присъединяване,
- актуализация на Плана за действие вътре в рамките на един етап с оглед на неговата гъвкавост ( ако е необходимо преди всяко председателство и всяка година).

### **3. РАБОТНА ПРОГРАМА ЗА 2002 ГОДИНА**

#### **НАЦИОНАЛЕН ПЛАН**

<b>Действия</b>	<b>Срок</b>	<b>Целева група</b>	<b>Изпълнители</b>	<b>Бюджет (лв)</b>
Изработване на медиен план и изпълнение на приоритетни действия от него	Април 2002г.	Медии	МВнР	500 000
Включване на обособена част от Интернет сайтовете на всички министерства, посветена на европейската интеграция и създаване на дискуссионен форум в тях за обратна връзка от обществеността	юли 2002г	Служители в държавната администрация	МВнР в сътрудничество с пресцентровете на всички министерства	40 000
Ежемесечно социологическо проучване на общественото мнение във връзка с преговорите за присъединяване към ЕС	Всеки месец	Служители в държ. администрация	МВнР	45 000
Обособяване на рубрика по въпросите на европейската	юни	Служители в	МВнР в сътрудничество	50 000

интеграция в бюлетините на всички министерства	2002г.	държ. администрация	о с пресцентровете на всички министерства	
Работни дискусии на регионално и местно ниво по прилагане на стратегията и плана за действие	Втората половина на 2002 г.	Регионална и местна администрация	МРРБ	36 000
Проект за адекватно медийно отразяване на темата за закриването на реактори от АЕЦ "Козлодуй" и други непопулярни мерки в съответствие с поетите от България ангажименти към ЕС	юли 2002г.	медии	МВнР	10 000
Практическо обучение за разработване на европейски проекти – в 3 града	Втората половина на 2002 г.	Местна власт и НПО	МВнР и МРРБ	14 500
Обучение на представители на администрацията по водене на преговори и по общуване с медии – едномесечен семинар в София	юни 2002г	Служители в държ. администрация	Министерство на държавната администрация	3500
Специализирани тематични репортажи в различни телевизионни и радио предавания в националните медии	Втората половина на 2002 г.	Широката общественост	МВнР в сътрудничество с пресцентровете на всички министерства	100 000
Гореща електронна евро-поща	юни 2002г.	Широката общественост	Пряко договаряне	5000
Евро телефон	юни 2002г.	Широката общественост	МВнР	60 000
Кръгла маса: Свободното движение на работници и достъпа им до пазара на труда в държавите-членки - публикация на материали и разпространение (По преговорна глава 2)	Втората половина на 2002 г.	Лидери, младежки организации, синдикати	Министерство на труда и социалната политика	4 000
Кръгла маса: Академичното признаване на квалификациите и мобилността на младежите (По преговорна глава 2)	Втората половина на 2002 г.	Младежки организации, експерти по образование	Министерство на образованието и науката	3500
Кръгла маса по проблемите на ценните книжа, защитата на	Втората половина	Администрация, бизнес среди	Министерство на финансите,	3000

кредиторите, банковата несъстоятелност, развитие на капиталовия пазар (По преговорна глава 3)	на 2002 г.		БНБ,	
Информационни брошури за хармонизирането на българските и европейските стандарти за безопасност на храните, хигиена на приготвянето им и предотвратяване на социално значими заболявания (По преговорна глава 7)	Втората половина на 2002 г.	Широка общественост	Министерство на здравеопазването	3000
Поддържане на Интернет страницата на Министерството на транспорта и съобщенията по проект ЕКСТРА (експлоатация и транспортни проучвания) (По преговорна глава 9)	Втората половина на 2002 г.	Транспортни и спедиционни фирми	Министерство на транспорта и съобщенията	1500
Публикация – албум за проекта “Красива България” и разпространението му в България и чужбина (По преговорна глава 13)	Ноември – декември 2002г.	Широка общественост, медии	Министерство на труда и социалната политика	10 000
Двудневен семинар: Укрепване на трипартизма и развитие капацитета на местната администрация и социалните партньори за работа по програмите на ЕС (По преговорна глава 13)	Втората половина на 2002 г.	Синдикати, местна администрация	Министерство на труда и социалната политика	6000
Обучение по ЕИ на младежки лидери от различни градове на страната и създаване на мрежа от “Европейски посланици”, които разпространяват информация за “Европейската идея” сред своите общности – в 3 пилотни университетски града (напр. Свищов, Шумен, Монтана и др.)	Втората половина на 2002 г.	Младежи, ученици и студенти	МО, ДАМС	21 000
Студентски дискусии за бъдещето на Европа, с цел принос към общия европейски дебат по темата – в 6 от по-големите академични центрове (напр. София, Пловдив, Варна, Бургас,	Втората половина на 2002 г.	Младежи, ученици и студенти	МО и НПО	7 500

<i>Благоевград, Велико Търново)</i>				
Изследователски проект с работно заглавие “Мотивационни нагласи за развитие на евроскептични настроения сред населението”	октомври 2002 г.	Широката общественост	МВнР	10 000
Организиране на кръгла маса за потенциални донори на Плана за действие	Април 2002г.	Донорски организации	МВнР	-
Обучение на журналисти по европейска интеграция (социална политика, регионална политика, земеделска политика и др.)	Втората половина на 2002г.	Журналисти	МВнР	120 000
Мониторинг на изпълнението на Плана за действие	Втората половина на 2002г-	Координаторите по изпълнението	МВнР	20 000
Действия по горещи теми	През целия период	Широката общественост	МВнР	1 000 000

**Общо: 2 073 500**

### Международен план

Действие	Срок	Целева група	Изпълнители	Бюджет
Включване в програмите на планираните за 2002 г. официални посещения на високо равнище на публични изяви на българските политици в представителствата на ЕК в страните-членки и страните-кандидатки за ЕС	Първата половина на 2002 г. – Испанско председателство; Втората половина на 2002 г. – Датско председателство	Журналисти, НПО, академични и политически среди	МВнР и посолствата ни в сътрудничество с всички държавни институции	20 000
Създаване и унифициране на интернет страниците на посолствата ни за представяне на България като кандидат за членство в ЕС	Май – декември 2002 г.	Широка общественост	МВнР, посолствата в сътрудничество с пресцентровете на всички министерства	50 000 лв.

Изпращане на представител на МВнР в посолството ни в страната - председател на ЕС за популяризиране на българската кандидатура	Юни – декември 2002 г.	-	МВнР	-
Предоставяне на посолствата на страните-членки и страните-кандидатки на материали за хода на преговорите на България, както и на бюлетини на различните министерства на английски език	Постоянен	Посолствата на страните-членки и страните-кандидатки; политически и обществени среди	МВнР в сътрудничество с пресцентровете на всички министерства	35 000
Поддържане на традиционните връзки или създаване на нови на регионално и местно ниво	Втората половина на 2002 г. – Датско председателство	Регионалните и местни институции в страните-членки; широката общественост	МВнР, регионалните и местни институции	
Участие на България в Европалия 2002	Септември 2002 – януари 2003 г.	Широката общественост	Фондация “Европалия – България 2002”, МВнР, МК	1,8 млн лв. от Републиканския бюджет
Организиране на посещения на журналисти от водещи медии на страните-членки за популяризиране на България и на кандидатурата ѝ за ЕС (10-15 журналиста)	Втората половина на 2002 г.	Журналисти и широка общественост	МВнР в сътрудничество с пресцентровете на всички министерства	150 000
Издаване на специални приложения и страници в авторитетни печатни	Втората половина на 2002 г. – Датско председателство	Широка общественост	МВнР в сътрудничество с пресцентровете на всички	100 000



издания в страните-членки, посветени на България с акцент върху европейската ѝ перспектива, както и предавания по радио			министерства	
Издаване на книга и диск за европейската кандидатура на България	Втората половина на 2002 г. – Датско председателство	Политически и обществен елит	МВнР, МИ	50 000 лв.
Информационни пакети за кандидатурата на България за членство в ЕС	Май – ноември 2002 г.	Широка общественост	МВнР, НПО	30 000 лв.
Осигуряване на участие на български представители в предвидените през годината форуми в страните-членки, посветени на разширяването на ЕС (като напр. Model European Parliament и др.)	Втората половина на 2002г. – Датско председателство	НПО, академични среди, политически елит	МВнР, НПО	500 000
Участие при разработване на съвместни проекти с фондации на страни-членки за представяне на България като бъдещ член на ЕС	Втората половина на 2002г. – Датско председателство	НПО, академични среди, политически елит	МВнР, НПО	10 000
Международна научна конференция “Делото на Кирил и Методий в съвременната културна идентификация и интеграция в Европа”	Братислава, 23-24 май 2002г.	Академични среди, политици, НПО	МВнР, посолството	-
Подготвяне на документален филм	Втората половина на 2002 г. –	Широка общественост	МВнР в сътрудничество	20 000 лв.

за България с акцент върху европейската интеграция	Датско председателство		с всички държавни институции	
Изработване на “Европейски календар” на различните български институции с кратък преглед на отношенията България – ЕС на английски език (за протоколни нужди)	Октомври – декември 2002г.		МВнР	20 000 лв.
Действия по горещи теми	През целия период	Широката общественост	МВнР	800 000
Медиен анализ (включващ и интернет) и социологически проучвания	През целия период	Широката общественост	МВнР	200 000

**Общо:1 918 000**

## 4. КОНКРЕТНИ ДЕЙСТВИЯ ПО ЦЕЛЕВИ ГРУПИ

### НАЦИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ

В рамките на Националната кампания, Планът за действие ще обхваща два типа дейности:

- **Действия по горещи теми**, имащи за цел представянето на обективна информация под формата на послания, адресирани до специфични обществени и професионални групи. Тези дейности ще дават ад хок отговори най-вече на болезнени и тревожни въпроси на обществени групи, възникнали вследствие на предприемани реформи в България, свързани с посрещане на задълженията за членство и с провежданите преговори. *Този тип дейности ще се осъществяват от Агенции за връзка с обществеността (подбрани от СЕК чрез търг) в сътрудничество със СЕК, отделите за връзка с обществеността към Министерствата и Дирекция “Евроинтеграция” (отговорници за работни групи) към МВнР.*
- **Действия по постоянни теми**, насочени към предоставяне на знания за ЕС и за присъединяването на България. Тези дейности ще покриват целия период от преговорите до членството в ЕС. *Този тип дейности ще се осъществяват от (подбрани от СЕК чрез търг) НПО и образователни институции, които разполагат с експерти по европейска интеграция и по проблематиката на отделните целеви групи.*

#### А. Действия по горещи теми

През **първия етап** на изпълнение на Плана комуникационните дейности, които имат за цел да дават отговори на тревожни въпроси на обществени групи, ще бъдат пряко насочени към протичащите преговори за членство. Това обуславя организацията на дейностите да следва структурата на главите за преговори, като по всеки въпрос се конкретизира ефектът на предприеманите от правителството мерки за реформа върху специфични целеви групи.

ЦЕЛЕВА ГРУПА	Широката общественост
<b>ЦЕЛИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се предотврати появата на обществено недоволство по съответните теми и спрямо непопулярните действия на правителството</li> <li>- Да се разясни причината за предприемането на определени непопулярни мерки и предварително да се насочи вниманието към положителните дългосрочни предимства, които ги оправдават</li> </ul>
<b>ТЕМИ (посочени са само примерни теми, които вече са формулирани в обществения дебат)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>закриването на реактори от 1 до 4 на АЕЦ “Козлодуй”;</b></li> <li>- <b>намаляване съдържанието на катран в цигарите, произвеждани у нас;</b></li> <li>- <b>спиране на предприятия от хранителната промишленост, които не отговарят на хигиенните изисквания за безопасност на храните;</b></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- признаването на дипломите от българските висши и професионални училища в държавите-членки на ЕС;</li> <li>- прилагането на строги правила за държавните помощи;</li> <li>- повишаване на акцизите върху отделни групи стоки;</li> <li>- ценообразуване при енергоносителите – отстраняване на разликите в третирането на отделните категории потребители;</li> <li>- необходими инвестиции за опазване на околната среда – питейна вода, отпадни води, вредни отпадъци и др.</li> </ul>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР в сътрудничество с всички други министерства, медии и др.

През **втория период** от прилагането на Плана действията по горещи теми трябва да отчитат влиянието върху общественото мнение в страната (за националния план) и в държавите-членки и страните-кандидатки (за международния план) на такива фактори като:

- ходът на ратификацията на Договорите за присъединяване към ЕС на другите страни-кандидатки;
- първите реакции на другите страни-кандидатки към членството им в ЕС – проявяващите се веднага ефекти и техният резонанс в общественото мнение;
- изборите за Европейски парламент през юни 2004 г.;
- резултатите от работата на Конвента 2002-2003 г. и Междуправителствената конференция 2004 г.
- реформата на Общата селскостопанска политика и структурните фондове на ЕС;
- изготвянето през 2005 г. на следващите финансови перспективи на ЕС (за периода 2007-2012 г.).

### **Б. Действия по постоянни теми**

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Правителство, парламент, президентство, служители в държавната администрация</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да разяснява решенията на държавните институции, свързани с процеса на присъединяване и с това да гарантира тяхната подкрепа,</li> <li>- Да подготви всички професионални среди в България за успешно вписване в политиките на ЕС от момента на присъединяването на България,</li> <li>- Съобразяване на кампанията и поведението на политическите участници в нея с реакциите на обществото като цяло и на отделни негови групи.</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Участие на управляващи в публични радио и телевизионни дебати по присъединяването, особено по горещи теми.</i></li> <li>2. <i>Популяризиране на съществуващите Интернет сайтове за ЕС,</i></li> <li>3. <i>Обучение на представители на администрацията по водене на преговори и по общуване с медии,</i></li> <li>4. <i>Проект за адекватно медийно отразяване на темата за закриването на реактори от АЕЦ "Козлодуй" и други непопулярни мерки в съответствие с поетите от България ангажименти към ЕС,</i></li> <li>5. <i>Включване на обособена част от Интернет сайтовете на</i></li> </ol>

	<p><i>всички министерства, посветена на европейската интеграция и създаване на дискуссионен форум в тях за обратна връзка от обществеността,</i></p> <p><b>6. Издаване на специализиран бюлетин по хода на преговорите на България, както и обособяване на рубрика по въпросите на европейската интеграция в бюлетините на всички министерства.</b></p> <p><b>1. Популяризиране на резултатите от преговорите по ГЛАВА 12 (статистика), ГЛАВА 21 (регионална политика), ГЛАВА 28 (финансов контрол);</b></p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР в сътрудничество с всички останали министерства, Национален статистически институт, НПО

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Представители на регионалните и местните власти (PR специалистите на областните управи и общините; служителите, които отговарят за международната дейност в общините; общински съветници и др.)</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да разяснява решенията на държавните институции, свързани с процеса на присъединяване и с това да гарантира тяхната подкрепа;</li> <li>- Да подготви всички професионални среди в България за успешно вписване в политиките на ЕС от момента на присъединяването на България;</li> <li>- Да се подобри общественото познаване и разбиране на предприєдинителните програми на ЕС и да се мотивират всички партньори за по-активно участие в процеса на програмиране, изпълнение, мониторинг и оценка на предприєдинителните инструменти на ЕС.</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Привличане на кметове в публичния диалог по присъединяването.</b></li> <li><b>2. работни срещи и дискусии с експерти в различни области от преговорите,</b></li> <li><b>3. Действия във връзка с резултатите от преговорите по ГЛАВА 12 (статистика), ГЛАВА 21 (регионална политика), ГЛАВА 28 (финансов контрол) върху регионалната и местната администрация;</b></li> </ol> <p><b>Втори етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. работни семинари по комуникационни техники за предаване на европейски послания към целеви аудитории и широката общественост,</li> <li>2. обучителни семинари по основни въпроси на ЕИ с акцент върху регионалната политика на ЕС, ролята на регионите на Общностно ниво и на Комитета на регионите,</li> <li>3. информационни сесии за европейските програми, които представляват интерес за общините,</li> </ol>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, МРРБ, организации на регионално и местно ниво

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Лидери на обществени организации</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	- Да се обясни какви са ползите от членството,

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се обясни предварително какво ще се промени при настъпването на пълноправно членство,</li> <li>- Да разяснява решенията на държавните институции, свързани с процеса на присъединяване и с това да гарантира тяхната подкрепа,</li> <li>- Да се подобри общественото познаване и разбиране на предприєдинителните програми на ЕС и да се мотивират всички партньори за по-активно участие в процеса на програмиране, изпълнение, мониторинг и оценка на предприєдинителните инструменти на ЕС.</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи и втори етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Информационни сесии за европейските програми с практически указания за разработване на проекти,</i></li> <li>2. <i>Провеждане на курсове за обучение по законовите и нормативни уредби в ЕС в различни области,</i></li> <li>3. <i>Организиране на редовни срещи с експерти в различни области по конкретните промени след постигане на членството,</i></li> </ol> <p><b>Втори и трети етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Организиране на срещи с подобни организации или партньори в държави-членки за обсъждане на реалните резултати от членството.</li> </ol>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, НПО

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Представители на средствата за масово осведомяване</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се обясни какви са ползите и предизвикателствата от членството,</li> <li>- Да се обясни предварително какво ще се промени при настъпването на пълноправно членство,</li> <li>- Да се разпространява обективна информация за ЕС и за страните-членки в България,</li> <li>- Да мотивира по-активното участие на българите в процеса на интегриране и в дебата за бъдещето на Европа,</li> <li>- Да разяснява решенията на държавните институции, свързани с процеса на присъединяване и с това да гарантира тяхната подкрепа.</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Обучение на ресорни журналисти по теми от преговорните глави,</i></li> <li>2. <i>Изготвяне и регулярно подаване на информационни пакети по съответната тема,</i></li> <li>3. <i>Пресконференции и брифинги за хода на изпълнение на правителствената комуникационна стратегия и по повод значимите за обществото събития от Плана за действие.</i></li> </ol> <p><b>Втори етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Семинари по основни въпроси на ЕИ (приоритетно обучение на журналисти от регионалните и местните медии) за журналисти, които отразяват въпросите на вътрешната политика и икономика,</li> <li>5. Информирание за събитията и нагласите в страните-кандидатки за членство, които вероятно ще влязат в ЕС преди нас,</li> <li>6. Популяризиране на програмите на ЕС (Медиа+ и др.),</li> <li>7. Изпреварващи пресконференции и брифинги за важни “европейски” събития.</li> <li>8. Тематични периодични издания.</li> </ol>

	<b>Трети етап:</b> 9. Информационно обезпечаване при изработването на медийни “портрети” на различни социални общности в новоприетите страни-членки на ЕС и представяне на разликите в начина и стандарта им на живот преди и след членството им,
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	Медии, МВнР, неправителствени организации, организации от публичния сектор

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Социално-икономически партньори</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	- Да се обясни какви са ползите от членството, - Да се обясни предварително какво ще се промени при настъпването на пълноправно членство, - Да разяснява решенията на държавните институции, свързани с процеса на присъединяване и с това да гарантира тяхната подкрепа, - Да се подобри общественото познаване и разбиране на предприсъединителните програми на ЕС и да се мотивират всички партньори за по-активно участие в процеса на програмиране, изпълнение, мониторинг и оценка на предприсъединителните инструменти на ЕС.
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<b>Първи и втори етап:</b> <i>1. Популяризиране на резултатите от преговорите по ГЛАВА 13 (социална политика и заетост);</i> <i>2. Информационни сесии за европейските програми с практически указания за разработване на проекти,</i> <i>3. Провеждане на курсове за обучение по социалната политика на ЕС,</i> <i>4. Организиране на редовни срещи с експерти в различни области по конкретните промени след постигане на членството,</i> <b>Трети етап:</b> 1. Организиране на срещи с подобни организации или партньори в държави-членки за обсъждане на реалните резултати от членството.
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, Социално-икономически партньори и НПО

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Академична общност и други представители на образователната сфера</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	- Да се разпространява обективна информация за ЕС и за страните-членки в България; - Да подготви всички професионални среди в България за успешно вписване в политиките на ЕС от момента на присъединяването на България.
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<b>Първи етап:</b> <i>1. Популяризиране на резултатите от преговорите по ГЛАВА 2 (движение на хора), ГЛАВА 17 (наука и изследвания) и ГЛАВА 18 (образование и професионално обучение)</i> <i>2. Информационни сесии за европейските програми, свързани с образование, наука, професионално обучение и култура, които са от интерес за университети, училища, читалища и библиотеки</i>

	<p><b>Втори и трети етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Обучение по ЕИ за университетски преподаватели и учители от средните училища с представяне на нови учебни помагала по ЕИ,</li> <li>4. Тематични научни дискусии за академичните среди,</li> <li>5. Обучителни семинари по основни въпроси на ЕИ за читалищни дейци и библиотечни служители,</li> <li>6. Създаване на Евроклубове в читалищата, които да провеждат тематични дискусии (подборът по препоръка на Министерството на културата),</li> </ol>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, МОН и университети

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Бизнес среди</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се подобри общественото познаване и разбиране на предприсъединителните програми на ЕС и да се мотивират всички партньори за по-активно участие в процеса на програмиране, изпълнение, мониторинг и оценка на предприсъединителните инструменти на ЕС.</li> <li>- Да се обясни предварително какво ще се промени при настъпването на пълноправно членство</li> <li>- Да разяснява решенията на държавните институции, свързани с процеса на присъединяване и с това да гарантира тяхната подкрепа</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи и втори етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Популяризиране на резултатите от преговорите по ГЛАВА 1 (движение на стоки), ГЛАВА 3 (предоставяне на услуги), ГЛАВА 3 (движение на капитали), ГЛАВА 6 (конкуренция), ГЛАВА 10 (данъчна политика), ГЛАВА 13 (социална политика и заетост), ГЛАВА 14 (енергетика), ГЛАВА 15 (индустриална политика), ГЛАВА 16 (малки и средни предприятия), ГЛАВА 18 (образование и професионално обучение), ГЛАВА 21 (регионална политика), ГЛАВА 22 (околна среда), ГЛАВА 23 (защита на потребителите), ГЛАВА 25 (митнически съюз)</i></li> <li>2. <i>Информационни сесии за ФАР, ИСПА, САПАРД и другите програми на ЕС, които са в подкрепа на бизнеса и предприемачеството, с практически указания за разработване на проекти,</i></li> <li>3. <i>Провеждане на семинари за разясняване на законовите и нормативни уредби в ЕС в различни области,</i></li> <li>4. <i>Организиране на редовни срещи на предприемачите с експерти от различни области по конкретни предстоящи промени, свързани с членството,</i></li> </ol> <p><b>Трети етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Организиране на срещи със сродни бизнес организации в държави-членки за обсъждане на реалните резултати от членството,</li> <li>6. Научно-практическо изследване за конкурентоспособността на българския бизнес (за професионални групи, съсловни професионални организации и синдикати – от стаманодобива, тютюнопроизводството, енергетиката, месопроизводството, млекопроизводството).</li> </ol>



<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, МИ в сътрудничество с другите държавни институции, НПО
<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Земеделски стопани</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се обясни какви са ползите и каква е цената на членството за земеделските стопани, както и какво ще се промени при настъпването на пълноправно членство,</li> <li>- Да разяснява решенията на държавните институции, свързани с процеса на присъединяване и с това да гарантира тяхната подкрепа,</li> <li>- Да се подобри общественото познаване и разбиране на предприсъединителните програми на ЕС и да се мотивират всички партньори за по-активно участие в процеса на програмиране, изпълнение, мониторинг и оценка на предприсъединителните инструменти на ЕС.</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Съгласуване и координиране на информационните действие на фонд Земеделие и програма САПАРД</i></li> <li>2. <i>Популяризиране на резултатите от преговорите по ГЛАВА 7 (земеделие) и, по ГЛАВА 3 (движение на капитали),</i></li> <li>3. <i>Дискусии и срещи с представители на земеделски сдружения и браншови организации по актуални въпроси на земеделската политика на България в контекста на европейската интеграция на страната – популяризиране на Общата селскостопанска политика на ЕС и обучение за фермерите;</i></li> </ol> <p><b>Втори етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Организиране на редовни срещи по места с експерти от Министерство на земеделието или от Фонд “Земеделие” за подпомагане усвояването на средствата по програма САПАРД,</li> <li>5. Тематични европейски рубрики в медиите, които да разясняват Общата селскостопанска политика на ЕС и какво означава участието на България в нея</li> <li>6. Подобряване на достъпа до информация за земеделската политика на ЕС.</li> </ol>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, Министерство на земеделието и горите, неправителствени организации, браншови организации, организации от публичния сектор, общини

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Младежи</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се обясни какви са ползите от членството,</li> <li>- Да се обясни какви ще се промени при настъпването на пълноправно членство ,</li> <li>- Да се разпространява обективна информация за ЕС и за страните-членки в България,</li> <li>- Да мотивира по-активното участие на младежите в процеса на интегриране и в дебата за бъдещето на Европа.</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Популяризиране на резултатите от преговорите по ГЛАВА 2 (движение на хора) и по ГЛАВА 22 (околна среда);</i></li> <li>2. <i>Обучение по ЕИ на младежки лидери от различни градове на страната и създаване на мрежа от “Европейски посланици”, които разпространяват информация за “Европейската идея”</i></li> </ol>

	<p><i>сред своите общности,</i></p> <p>3. <i>Студентски дискусии за бъдещето на Европа, с цел принос към общия европейски дебат по темата,</i></p> <p>4. <i>Симулационни игри за студенти и ученици за процеса на присъединяване и бъдещето на Европа,</i></p> <p><b>Втори етап:</b></p> <p>5. Специализирани предавания по студентските радиостанции,</p> <p>6. Дискусионни чатове по Интернет по актуални въпроси на разширяването и бъдещето на Европа, с участие на студентски екипи от различни университети, в т.ч. и от други държави, кандидатстващи за членство в ЕС,</p> <p>7. Разширяване на европейския елемент в учебните програми и издаване на съответни помагала,</p> <p><b>Трети етап:</b></p> <p>8. Програма за посещения на младежки групи в институции и организации, които работят по проблемите на ЕИ в България – представяне дейността на институцията и разясняване на ключови въпроси, по които тя работи,</p> <p>9. Краткосрочни стажове за студенти в министерства и организации, които работят в областта на ЕИ (learning in shadow),</p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	Министерство на образованието и науката, ДАМС, неправителствени организации,

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Групи в неравностойно положение</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се обясни какви ще са ползите и предизвикателства от членството на България в ЕС за хората в неравностойно положение,</li> <li>- Да се разпространява обективна информация за социалната политика на ЕС и за различните социални групи в държавите-членки,</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап:</b></p> <p>1. <i>Популяризиране на резултатите от преговорите по ГЛАВА 13 (социална политика и заетост) върху групите в неравностойно положение;</i></p> <p>2. <i>информационни сесии за програмите на ЕС, които са в подкрепа на интеграцията на тези групи,</i></p> <p><b>Втори етап:</b></p> <p>3. <i>целев информационни пакети,</i></p> <p>4. <i>специализирани тематични телевизионни и радио предавания.</i></p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, Министерство на труда и социалната политика, неправителствени организации, организации от публичния сектор

<b>ЦЕЛЕВА ГРУПА</b>	<b>Широката общественост</b>
<b>ЦЕЛИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се обясни какви са ползите и предизвикателствата от членството,</li> <li>- Да се обясни предварително какво ще се промени при настъпването на пълноправно членство,</li> <li>- Да се получи подкрепа за правителствената политика, свързана с покриване на критериите за членство,</li> <li>- Да се формира обективно мнение в отделните граждани, на базата на реално знание,</li> </ul>

	- Изпреварващо реагиране на конфликтни теми.
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Действия във връзка с резултатите от преговорите по <b>ГЛАВА 10 (данъчна политика), ГЛАВА 19 (телекомуникации), ГЛАВА 23 (защита на потребителите) ГЛАВА 13 (социална политика) и ГЛАВА 14 (енергетика) по ГЛАВА 2 (движение на хора) по ГЛАВА 3 (движение на капитали)</b></li> <li>2. Евротелефон за въпроси, свързани с преговорите.</li> <li>3. Изследователски проект с работно заглавие <b>“Мотивационни нагласи за развитие на евроскептични настроения сред населението,</b></li> </ol> <p><b>Първи и втори етап:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Телевизионни предавания с европейска насоченост,</li> <li>5. Радио предавания с диалогичен характер,</li> <li>6. Тематични европейски страници, рубрики и колонки в печатните медии и електронните им варианти,</li> </ol> <p><b>Трети етап</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Изграждане/обособяване на европейски фондове във всички окръжни библиотеки в страната, съпътствано с провеждане на информационни събития на място по време на откриването,</li> <li>8. Изграждане на европейски библиотечни фондове в 20-30 читалища в по-малки градове на страната</li> <li>9. Организиране на Европейски дни,</li> <li>10. Гореща електронна евро-поща,</li> </ol>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	Всички министерства, медии, общини, НПО

### МЕЖДУНАРОДЕН ПЛАН

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Институции на ЕС, държавни глави, национални правителства, парламенти, високопоставени политици</b>
<b>ЦЕЛ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да бъдат спечелени като поддръжници на България в процеса на присъединяването;</li> <li>- Да допринесе за успешна ратификация на Договора за присъединяване на България към ЕС</li> <li>- Да разпространи и намери поддръжници на българската позиция в Дебата за бъдещето на Европа</li> <li>-</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ ПО ЕТАПИ</b>	<p><b>Първи етап</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Провеждане на дискуссионни срещи, семинари, кръгли маси на високо равнище.</li> <li>2. Запознаване с текущото състояние по актуални въпроси, свързани с кандидатурата на България и предоставяне на информационни и рекламни материали за страната.</li> <li>3. Осъществяване на политическата програма на <b>Европалия – България 2002</b></li> <li>4. Планиране и координиране на дейността на посолствата в изпълнение на целите.</li> </ol>

	<p>5. Изпращане на представител на МВнР в страната, която председателства ЕС за по-силно представяне на България</p> <p><b>Втори етап</b></p> <p>6. Привличане на двустранните парламентарни дружества като привърженици на българската кауза</p> <p>7. Популяризация на предстоящи председателства или домакинства на България, както и на кандидатурата на България за различни международни прояви (от типа на: председателство на ОССЕ, ЧИС, участие в Европалия, кандидатура за домакин на олимпийски игри и др.)</p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, посолствата на България

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Регионални и местни власти</b>
<b>ЦЕЛ</b>	- Да бъдат спечелени като поддръжници на България в процеса на присъединяването;
<b>ДЕЙНОСТИ ПО ЕТАПИ</b>	<p><b>Първи етап</b></p> <p><i>1.Провеждане на срещи и поддържане на контакти с аналогични институции на регионално и местно равнище и обмяна на информация за актуалната ситуация в страната.</i></p> <p><i>2.Изготвяне и разпространение на анализи за напредъка на България и за извършваните промени</i></p> <p><i>3.Реализиране на политическата, икономическата и културната програма на Европалия – България 2002</i></p> <p><i>4.Поддържане на традиционни връзки или създаване на нови на регионално и местно ниво - между различни селища и общини</i></p> <p><b>Втори етап</b></p> <p>4.Дискутиране в различен формат на различни аспекти от членството в ЕС и гледната точка на България</p> <p>5.Засилване на контактите с различни европейски движения с цел лобиране за българската кандидатура</p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, посолствата на България, регионални власти

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Представители на медиите</b>
<b>ЦЕЛ</b>	<p>- Да спечели подкрепата и положителното отношение на възможно най-широките пластове на обществото в страните членки и кандидатки за членство в ЕС.</p> <p>- Да разпространи и намери поддръжници на българската позиция в дебата за бъдещето на Европа</p> <p>-Да представя динамиката на промените в страната и да създава актуален и коректен образ за България от съвременния живот</p>
<b>ДЕЙНОСТИ ПО</b>	<b>Първи етап</b>

<b>ЕТАПИ</b>	<p><i>1. Организиране на посещения на журналисти от водещи медии за популяризиране на България</i></p> <p><i>2. Изработване и редовно изпращане на актуална информация за страната на водещи медии в съответните страни</i></p> <p><i>3. Осъществяване на културната, политическата и икономическата програма на Европалия – България 2002</i></p> <p><b>Втори етап</b></p> <p>4. Издаване на специални броеве на английски, френски или немски на списания, посветени на актуален въпрос от хода на преговорите и членството на България в ЕС</p> <p><b>Трети етап</b></p> <p>5. Изработване на документални филми за променяща се България</p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР в сътрудничество с всички министерства, посолства, медии, НПО

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Академична общност</b>
<b>ЦЕЛ</b>	<p>- Разширяване на кръга интересуващи се от България и от хода на преговорите ѝ с ЕС и осигуряването им с информация;</p> <p>- Разпространяване на знанията за българския език и култура сред общности, които имат интерес към темата</p>
<b>ДЕЙНОСТИ ПО ЕТАПИ</b>	<p><b>Първи етап</b></p> <p><i>1. Организиране на специализирани конференции и срещи, свързани с анализи на обществено – политическата ситуация на Балканите и ролята на България като фактор за стабилност</i></p> <p><i>2. Обезпечаване на българското участие в информационни сайтове, свързани с европейската интеграция и използвани от академичните общности;</i></p> <p>3. Включване към обявените от ЕС европейски години на образованието, културата, езиците и пр.</p> <p><b>Втори етап</b></p> <p>4. Подпомагане на дейността на лекторите по български език и литература</p> <p><b>Трети етап</b></p> <p>5. Привличане на представители на академичните среди за лица на българската кампания в чужбина (носителите на престижни научни награди, почетни доктори на чужди и български университети)</p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, МОН, НПО, университети и научни институти

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Посолствата на страните-членки, на страните-кандидатки за членство и на мисиите на международни организации у нас</b>
<b>ЦЕЛ</b>	- Да бъдат спечелени като поддръжници на България в процеса на

	присъединяването;
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<b>Първи етап</b> <i>1. Организиране на срещи и дискусии по актуални въпроси от хода на преговорите, както и от тенденциите в самия ЕС</i> <i>2. Представяне на материали за хода на преговорите на България, както и на бюлетини на различните министерства на английски език</i>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР в сътрудничество с всички други държавни институции, НПО

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>НПО</b>
<b>ЦЕЛ</b>	- Да спечели подкрепата и положителното отношение на НПО в страните-членки и кандидатки за членство в ЕС
<b>ДЕЙНОСТИ ПО ЕТАПИ</b>	<b>Първи етап</b> <i>1. Информиране на представителите на тези организации с напредъка на България в процеса на присъединяване и организиране на срещи с аналогични организации в България</i> <i>2. Организиране на дискусии по въпросите на националната идентичност и членството в ЕС от гледната точка на страните-кандидатки</i>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, НПО

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Бизнес среди</b>
<b>ЦЕЛ</b>	- Изграждане на единен образ на България, организиран около няколко основни имиджови послания, фокусирани върху туризма и инвестициите - Популяризиране на предимствата, които страната ни ще придобие за чуждестранните бизнес-среди след присъединяването си към ЕС
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<b>Първи етап</b> <i>1. Използване на българското участие в Европа за популяризиране на страната ни с насочени към бизнес-средите послания</i> <i>2. Изработване на информационни пакети, които да са фокусирани върху предимствата, които ще придобие България с присъединяването си към ЕС като туристическа дестинация и като пространство за инвестиции</i> <i>3. Подпомагане работата на търговските представители в българските посолства в чужбина</i> <i>4. Организиране на икономически дни на България</i> <b>Втори етап</b>

	5. Организиране на дискуссионни форуми по предимствата на интеграцията за бизнес-средите
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, МИ, бизнес-организации и сдружения

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Българската общност в страните-членки и в страните-кандидатки за членство</b>
<b>ЦЕЛ</b>	- Организационното им приобщаване към каузата на България като българско лоби
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап</b></p> <p><i>1. Приобщаването им към участие в кампанията (прояви, свързани с България)</i></p> <p><i>2. Укрепване и подпомагане на дейността на българските дружества</i></p> <p>3. Организиране на срещи и лекции с тези организации или дружества при посещения на български лидери</p> <p><b>Втори етап</b></p> <p>4. Приобщаване на българските студенти в тези държави при организацията на прояви, свързани с България</p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, Агенцията за българите в чужбина, посолствата

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Широки кръгове на обществото на страните-членки и кандидатки за членство</b>
<b>ЦЕЛ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да популяризира актуален и коректен образ на България</li> <li>- Да преодолява възможните негативни настроения, породени от перспективата за разширяване на ЕС;</li> <li>- Да спечели подкрепата и положителното отношение на възможно най-широките пластове на обществото в страните-членки и кандидатки за членство в ЕС</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап</b></p> <p><i>1. Организиране на политически, икономически и културни прояви, които да представят България и кандидатурата ѝ за членство в ЕС</i></p> <p><i>2. Активизиране на българското участие в организираните от ЕС обществени дебати по разширяването</i></p> <p><i>2. Представяне на актуални данни и образи от България чрез публикации в централната и местната преса, предавания по радиото и телевизията</i></p> <p><i>3. Организиране на културни прояви в подкрепа на присъединяването на България към ЕС и на представянето на българската култура като част от европейската</i></p>

	<p><b>Втори етап</b></p> <p>4. Откриване на културно – информационни центрове за България в столиците на страните-членки и кандидатки за членство, където такива няма.</p> <p>5. Организиране на културни прояви</p> <p>6. Организиране на отворени дни на посолствата ни в чужбина със съпътстващи култури прояви</p> <p>8. Изработване на информационни материали за България и разпространението им чрез нашите посолства</p> <p><b>Трети етап</b></p> <p>9. Изработване на кратки документални филми за различни аспекти от живота в България (всекидневие, клубен живот на младежите, образование, улици)</p> <p>10. Издаване на притурки, посветени на България в авторитетни печатни издания в съответната страна</p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, посолствата ни в съответните страни, НПО

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Страни извън ЕС, които формират мнение (Швейцария, САЩ, Япония)</b>
<b>ЦЕЛ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да популяризира подходящи имиджови за страната послания</li> <li>- Да представя динамиката на промените в страната</li> <li>- Да се генерира подкрепа за процесите и реформите, съпровождащи процеса на присъединяване</li> </ul>
<b>ДЕЙНОСТИ</b>	<p><b>Първи етап</b></p> <p><i>1. Редовно изпращане на информация за България</i></p> <p><i>2. Отпращане на покани за посещения в България на представители на тези страни, както и за участие в конференции, посветени на България</i></p> <p><i>3. Организиране на лекции и представяния за политическите и икономическите промени и динамика в България</i></p> <p><b>Втори етап</b></p> <p>4. Организиране на сезон на българската култура в Япония</p>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, посолствата

<b>ЦЕЛЕВИ ГРУПИ</b>	<b>Всички изброени целеви групи</b>
<b>ЦЕЛ</b>	- Изработване на банка от послания, с които да се работи към всички целеви групи в международен план, с цел да се постигне максимално професионален и единен ефект в подобряването и актуализирането на имиджа на България
<b>ДЕЙНОСТИ ПО</b>	<b>Първи етап:</b>



<b>ЕТАПИ</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Критичен анализ на съществуващия имидж на страната ни</i></li> <li>2. <i>Идентифициране на няколко основни послания за всяка от целевите групи.</i></li> </ol> <p>Втори етап:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Мониторинг на промяната в имиджа на България.</li> <li>4. Актуализиране на посланията.</li> </ol>
<b>ИЗПЪЛНИТЕЛИ</b>	МВнР, НПО, посолства на България

## 5. ОРГАНИЗАЦИОННА СТРУКТУРА

Национален координатор : Министерство на външните работи, Дирекция “Евроинтеграция”, отдел “Европейски секретариат и координация”. Създава се звено “Комуникационна стратегия” към отдела.

<b>Организационна структура</b>	<b>Основни функции</b>	<b>Състав</b>	<b>Работен цикъл</b>
Съвет по европейска комуникация (СЕК)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Стратегическо планиране по въпросите на Комуникационната стратегия.</li> <li>-Следи изпълнението на Плана.</li> <li>-Мониторинг и оценка.</li> </ul>	<p><b>Председател:</b> Зам.министър и главен преговарящ с ЕС.</p> <p><b>Членове:</b> Членовете на основния екип за преговорите с ЕС, председателите на Комисиите за икономическо и социално сближаване, председателят на Националното сдружение на общините в Република България, директорът на Дирекция “Евроинтеграция” в Министерство на външните работи, представители на неправителствения сектор, социално-икономическите партньори,</p>	При необходимост, най-малко-веднъж на три месеца.

		<p>академичните среди, одобрени от председателя.</p> <p><b>Наблюдатели:</b> Делегация на ЕК в София, определени донорски институции.</p>	
<p>Министерство на външните работи, Дирекция “Евроинтеграция” отдел “Европейски секретариат и координация”.</p>	<p>-Обща координация по изпълнение на Плана за действие. -Предлага актуализация на Плана за действие -Изготвя проекти за решения по реализиране на Плана за действие. -Координира привличането на финансови средства и тяхното управление -Възлага и приема дейности на консултативните звената -Координира дейността на двете работни групи -Секретариат на СЕК</p>		<p>Постоянно</p>
<p>Национално ниво работна група I:</p>	<p>-Координира дейностите по Плана на държавните институции и на външните изпълнители на национално ниво. -Изготвя Доклади по напредъка в изпълнение на Плана и на отчети . -Изготвя предложения за актуализиране на Плана за действие.</p>	<p>Представители, определени от ресорните заместник министри на всички ведомства; представители на определени от председателя дирекции в МВнР; неправителствения сектор, социално-икономическите партньори, академичните среди, представители на Делегацията на Европейската комисия и представители на средствата за масова информация</p>	<p>При необходимост, но най-малко два пъти месечно.</p>

Международно ниво работна група 2:	-Координира дейността на представителите на Посолствата ни в страните от ЕС и в държавите-кандидатки за членство, както и на външните изпълнители на международно ниво. -Изготвя проекти за Доклади по напредъка в изпълнение на Плана и на отчети . -Изготвя предложения за актуализиране на Плана за действие.	Министерство на външните работи, Дирекция “Евроинтеграция”и определени от председателя други дирекции в МВнР, представители на средствата за масова информация; представители на Делегацията на ЕК, НПО.	Постоянно.
Звена на национално ниво  Звена на международно ниво	-Изработват критерии за избор на изпълнители и на проекти. -Координират и наблюдават изпълнителите на отделните проекти	Определя се от председателя на Съвета.	Постоянно.
Изпълнители	-Реализират проекти по Плана -Получават задания от националния координатор и работните групи и се отчитат пред него и работните групи.	Избират се или се определят от националния координатор, работните групи или съответните водещи ведомства	

2

**Подготовка на екипа, който се занимава с координацията и провеждането на плана за действие и работната програма.** Самото провеждане на цялата дейност на Комуникационната стратегия зависи в много голяма степен от добрата координация и редовната обмяна на информация между отделните участници в екипа. Това ще гарантира правилното и единно приоритизиране на различните дейности и отчитане на спецификите на различните групи, към които е насочена комуникацията. За целта се предвиждат следните дейности за гарантиране на успешната работа на:

**Работна група 1 (екип за работа по националната кампания)**

- 1.Обучение на екипа
- 2.Изработване на мрежа, която да свързва участниците

3. Систематизиране на основните послания и образи, които искаме да се представят пред българското общество

4. Изработване на единен модел на интернет сайтовете на отделните министерства и отделяне в тях на част, посветена на европейска интеграция

5. Обособяване в тези интернет сайтове на интерактивна част за въпроси и коментари

### **Работна група 2 (екип за работа по международната кампания)**

1. Изработване на единен модел на интернет сайтовете на българските посолства и обособяване на част в тях за популяризиране на страната като кандидат за членство в ЕС и захранването им с актуална информация

2. Обособяване в тези интернет сайтове на интерактивна част за въпроси и коментари

3. Създаване на база за аудиовизуални материали към посолствата ни в чужбина

4. Координиране на действия на българските посолства в държавите-членки и кандидатки за членство в началото на всяко председателство с цел обсъждане на приоритетите на България през този период.

5. Подбор на няколко големи форума за представяне на България в чужбина за предстоящата една година от различни области (политика, бизнес, туризъм, култура и др.) и концентриране на дейностите, посланията и финансирането около тях

6. Събиране на най-добрите образци от вече създадени промоционни материали – публикации, книги, предмети, образи, които могат да се ползват за кампанията или в съществуващия готов вид или след актуализация и допълнително финансиране (допълнителен тираж, добавяне на логото на кампанията и др.)

## **6. Мониторинг и оценка**

Ефективното реализиране на плана изисква осигуряването на постоянен мониторинг в следните аспекти:

Работните групи изготвят обобщение на извършената дейност и на планирани следващи действия, и Доклади по напредъка в изпълнението на Плана на всеки шест месеца. По т.нар. горещи теми такъв мониторинг следва да се извършва и през по-кратки периоди. Съветът по европейска комуникация приема изработени от работните групи и консултативните звена обективни критерии за мониторинг и оценка; приема годишен доклад по изпълнението на Плана, базиран на докладите на работните групи.

Ефективността на действията ще се оценява от работните групи, националния координатор и Съвета и чрез социологически проучвания на общественото мнение/обща и специализирани/ в България и чужбина; ползване на резултати от аналогични проучвания на общоевропейско ниво; въпросници; доклади от експерти; информация, бележки, мнения от изпълнители, партньори други. Проучванията следва да са фокусирани върху отделните цели групи.

Финансовият мониторинг ще се осъществява в рамките на отделните проекти от съответните ведомства и от донорите, съобразно типа на прилаганите процедури, а работните групи и националният координатор ще обобщават информацията в тази насока.

## **7.Обща рамка на финансовото осигуряване и механизми на финансиране**

Основен източник на финансиране за изпълнение на Плана е държавният бюджет. За периода на реализиране на Плана средствата за изпълнение на дейности, за които изпълнител се предвижда да е държавна институция, ще бъдат включвани в бюджета на съответните ведомства, които ще избират и съответна процедура за финансиране на дейностите по Плана.

Критериите за избор на изпълнител и на проект са определени в Закона за обществените поръчки, а Съветът може да приема допълнителни обективни критерии в тази насока.

Допълнителни източници на финансиране са финансови помощи от Европейския съюз; инициативи от други международни организации, партньори от неправителствения сектор, частния бизнес и т.н.

### **Необходимите средства за изпълнение на действията по Плана са:**

За 2002г. От държавния бюджет:  
В Национален план – 2 073 500  
В Международен план – 1 918 000

Обща необходима сума 8 млн.  
В Национален план – 5 млн  
В Международен план – 3 млн

От 2003г. нататък- по 18 млн. лв. годишно.  
От държавния бюджет - 10 млн.лв.

Дирекция “Евроинтеграция” на МВнР  
Институт за европейски изследвания и информация

18 март 2002г.