

Укрепване на първичната медицинска помощ в
изолирани и неблагоприятни трансгранични територии



D.2.1.1.

Комуникационен План
(Информационен и Публицистичен Наръчник)

Lead Partner: 4th Health District of Macedonia Thrace
 Aristotelous 16, Thessaloniki
 Telephone: 2313 327804, Fax: 2313 327871
 URL: www.4type.gr, E-mail: www.4type.gr

Договор ID

Заглавие на договора	Техническа помощ за 4-ти здравен регион Македония Тракия по проект "Укрепване на първичната медицинска помощ в изолираните и неблагоприятни трансгранични зони" - SMiLe, в рамките на Програма за сътрудничество "Гърция-България 2014-2020" Interreg
Договор No	18SYMV003444283
Възложител	4-ти здравен регион Македония Тракия
Контактор:	planO ₂ Частна консултантска компания
Резултати от съответния договор	Допълнителни резултати
Автор(и):	Papaioannou Ioanna Tsekeridis Vasileios Argyropoulou Kiriaki Papaioannou Christos Gkiouzepas Giorgos

Преглед на историята

Версия	Дата	Прегледан от	Обосновка

Deliverable ID

Код на Проекта:	5012828
Акроним:	SMiLe
Име на Проекта:	Укрепване на първичната медицинска помощ в изолираните и неблагоприятни трансгранични зони

Издание:	D.2.1.1. Комуникационен План (Информационен и Публицистичен Наръчник)
Версия:	V.1.0

Описание:	Този документ е издание D.2.1.1. Комуникационен План (Информационен и Публицистичен Наръчник) на проекта SMiLe. Информационния и публицистичен наръчник обединява основното постижение за всички проекти по програма за сътрудничество Interreg V-A "Гърция-България 2014-2020" като стратегически инструмент, насочен към широко разпространение и повишена чувствителност към проекта и неговите резултати. Освен това той допринася за ефективната комуникация между партньорите в съответствие с насоките на наръчника за партньори по проекта за информираност, предоставен от програмата.
Ключови Думи:	SMiLe, информация, публицистика, план за разпространение, визуална идентичност, трансгранично здравеопазване, здравеопазване, Interreg V-A Програма за сътрудничество "Гърция-България 2014-2020" трансгранично сътрудничество, Европейски съюз, Солун, Ардино, Харманли

Целева аудитория

Притежате	Описание / Предназначение	Публика
-----------	---------------------------	---------

л		
Водещ бенефициент	Комуникационният план е стратегически инструмент, насочен към широко разпространение и усещане за проекта и неговите резултати.	Участници в проекта Спонсорът на проекта, старши ръководители и екипа на проекта

ЗАПАЗВАНЕ НА ПРАВОТО

Тази публикация е създадена с финансовата подкрепа на Европейския съюз. Съдържанието на публикацията е изключителна отговорност на 4-ти здравен регион на Македония Тракия и при никакви обстоятелства не може да се счита, че представлява становището на Европейския съюз, участващите държави, Управляващия орган и Обединения секретариат..

Партньори по проекта

Роля	Име на партньора	Държава
Водещ бенефициент	4-ти здравен регион Македония Тракия	Гърция
Партньор 2	Солунски университет „Аристотел “ - изследователски фонд (Катедра по Медицина)	Гърция
Партньор 3	Многопрофилна болница за активно лечение - гр. Ардино	България
Партньор 4	Община Харманли	България
Партньор 5	Национален център за спешна помощ	Гърция

Кратко представяне на програмата

Програмата за сътрудничество "Гърция-България 2014-2020" бе одобрена от Европейската комисия на 09/09/2015 с Решение С (2015) 6283. Общият бюджет (ЕФРР и национално участие) за Европейската териториална програма "Гърция-България 2007 -2013 "е € 129,695,572.00. Общият размер на финансирането се състои от 110,241,234.00 (85%) финансиране от ЕФРР и 19.434.338,00 (15%) национално участие. Избираемата област на програмата се

състои от Регион Източна Македония-Тракия (Регионални звена на Еврос, Кавала, Ксанти, Родопи и Драма) и Регион Централна Македония (Регионални звена на Солун и Серес) в Гърция и Южен централен район Район за планиране и Югозападен район за планиране (областите Благоевград, Смолян, Кърджали и Хасково) в България. Приоритетните оси са РА 1: конкурентоспособна и иновативна трансгранична зона, РА 2: устойчива и адаптивна към климата трансгранична зона РА 3: по-добра взаимосвързана трансгранична зона, РА 4: трансгранична зона, обхващаща социалната сфера.

Съкращения

ФК: Формуляр за Кандидатстване

ТГ: Транс Гранична (област)

ОБ: Оправдаване на Бюджета

ОС: Обединен Секретариат

ВБ: Водещ Бенефициент

УО: Управляващ Орган

ПБ: Партньорски бенефициент

ПСПС: План за Стартиране и План за Снабдяване

СРТ: Структура на Разбивката на Труда

DYRE: Здравни Региони в Гърция

ИПН: Информационен и Публицистичен Наръчник

Съдържание

1	Въведение	9
2	Стратегия на Информационния и Публицистичен Наръчник	10
3	Цели	12
3.1	Основни Комуникационни Цели	12
3.3	Специфични Цели	13
3.4	Дейности по целева аудитория	14
4	Комуникационни дейности	17
4.1	Категории на интервенция	17
4.2	Налични инструменти	17
4.3	Препоръчителни средства за комуникация	18
4.4	Информация и публичност. Задачи	20
4.4.1	Задача 1 Комуникационен план	37
4.4.2	Задача 2 Разработване на визуална идентичност на проекта SMiLe	37
4.4.3	Задача 3 Проектиране и изработка на информационни и рекламни материали на проекта SMiLe	52
4.4.4	Задача 4 Организиране на открити събития по проекта	63
4.4.5	Задача 5 Уеб страница на проекта	66
4.4.6	Задача 6 Изготвяне на пет-минутен видео спот	70
4.4.7	Задача 7 Създаване и публикуване на вестникарски статии и прессъобщения	72
4.4.8	Задача 8 Кампания в социалните мрежи	74
5	Индикатори на ефективността	77
6	Ресурси	78
6.1.1	Комуникационен екип и човешки ресурси	78
6.2	Бюджет	82

1 Въведение

Следното издание D.2.1.1. Комуникационен План (Информационен и Публицистичен Наръчник) е част от договор № 140/2018 "Техническа помощ за 4-ти здравен регион Македония Тракия" по проект "Укрепване на първичната медицинска помощ в изолирани и неблагоприятни трансгранични зони" на програма Interreg VA "Гърция-България 2014-2020", между 4-ти здравен регион (DYPE) (здравна област на Македония Тракия) и частна консултантска компания planO.

Информационния и публицистичен наръчник обединява основното постижение за всички проекти по програма за сътрудничество Interreg V-A "Гърция-България 2014-2020" като стратегически инструмент, насочен към широко разпространение и повишена чувствителност към проекта и неговите резултати. Освен това той допринася за ефективната комуникация между партньорите в съответствие с насоките на наръчника за партньори по проекта за информираност, предоставен от програмата.

Комуникационната стратегия (Информационен и Публицистичен Наръчник - по-нататък "ИПН") представлява динамичен инструмент, приспособен към ефективността на дейностите по информиране и публичност на проекта, както към вътрешната така и външната му среда. Корекции варират в зависимост от промените в бюджета или от добавянето / премахването на дейности в рамките на обхват на Наръчника.

Целта на ИПН е организирането на информация и разпространението и, както и манифестиране на дейностите и резултатите от проекта SMiLe. Основната цел на проекта е подобряване на ефективността на първичната и спешната медицинска помощ в изолираните и бедни обществени групи от трансгранични зони.

2 Стратегия на Информационния и Публицистичен Наръчник

Комуникационният план ("Информационен и Публицистичен Наръчник") е ключово издание за всички проекти, включени в програмата за сътрудничество Interreg VA "Гърция-България 2014-2020" като стратегически инструмент, целящ да повиши осведомеността относно проекта и разпространението на неговите резултати, насочени както към общността, така и към конкретни групи.

ИПН на проекта SMiLe представлява основното средство за планиране и изпълнение на всички дейности по даване на гласност на проекта. Междувременно той допринася за осигуряване на ефективна комуникация между партньорите по проекта.

Приетият подход на Комуникационната стратегия се доближава до бизнес план по своята същност, със своята вътрешна и външна среда, методология, стратегия, цели, инструменти, индикатори, алтернативи и коригиращи действия.

За да отговори на комуникационната стратегия и целите ИПН трябва да отговори на няколко предизвикателства:

- Да оползотвори извлечените поуки от други проекти за териториално сътрудничество;
- Трансграничното естество на програмата, в която е свързан проектът;
- Достигане до аудитории с много различни нива на осведоменост по темата.

В общи линии, връзката между разработването и прилагането на ИПН е сложна и динамична процедура, която изисква постоянен мониторинг, за да се гарантира правилното действие в точното време. Освен това комуникационната стратегия трябва да притежава:

- Специализирана комуникация с целевите групи, постигната чрез персонализирани инструменти и дейности;
- Съгласувани, интегрирани и синергични действия, които да носят конкретни и положителни резултати;
- Лесен, ефективен и прозрачен език, целящ да информира и в същото време да "преодолее пропастта" между институциите и гражданите на ЕС и извън него;
- Ключови послания, които да отчитат различията в езика, културата, религията, обществото и т.н.;
- Активно сътрудничество със заинтересованите страни чрез методи на планирано участие;
- Широко разпространение чрез традиционни и иновативни канали;

- Трансверсален подход (връзки с обществеността, пресцентър), имащ за цел да информира общественото мнение за положителния принос на Европейския съюз.

3 Цели

3.1 Основни Комуникационни Цели

Комуникационните цели са в съответствие със специфичните цели на проекта SMiLe и в съответствие със стратегията на програма за сътрудничество "Гърция-България 2014-2020" на Interreg V-A, както следва:

- **Повишаване на общата осведоменост по отношение на проекта SMiLe, неговите дейности и потенциалното му въздействие в трансграничния регион.**
 - Повишаване на вниманието на заинтересованите страни и лицата, вземащи решения, към проекта като важен инструмент в полза на програмната област.
 - Повишаване на информираността на широката общественост за резултатите и ползите, постигнати от проекта.
 - Създаването на положителна атмосфера за приемане на проекта и за мобилизиране на целевите групи, с цел да се увеличи участието в дейностите по проекта.
- **Да се демонстрира ролята на ЕС и да се осигури прозрачност относно използването на публичното финансиране.**
 - Да се отбележи приноса на европейските фондове за реализиране на проекта и да се подчертае добавената стойност за общността.
 - Да се покаже къде и как се изразходват средствата на ЕС, както и конкретните постижения на дейностите по проекта.

3.2 Целева Аудитория

Целева аудитория са всички групи, до които проектът SMiLe е адресиран и се опитва да достигне. Някои от тях са цели на вътрешната комуникация, а други са извън структурата на проекта. Основната целева аудитория на проекта SMiLe в Трансграничната зона, страните на интервенция и на ниво ЕС, които в действителност трябва да бъдат разгледани чрез този Комуникационен план, са:

- Заинтересовани страни за модернизирането на първичните здравни услуги и спешната медицинска помощ на местно, регионално и национално ниво
- Представители на всички местни, регионални и национални органи в трансграничния регион
- Местни, регионални, национални, европейски, но и тясно специализирани медии
- Персонала на партньорите

- Широката общественост

3.3 Специфични Цели

Популяризирането на общата цел на проекта SMiLe, е пряко свързана с подобряването на ефективността на първичната и спешната медицинска помощ в изолираните и неблагоприятни територии в трансграничната зона.

В този контекст е особено важно да се разработи Комуникационен План, чрез който да се постигне максимална осведоменост и достъп до информация за ползите от дейностите по проекта чрез мерки за информиране и публичност.

По отношение на осведомеността	Да се популяризира ролята на проекта в трансграничната зона на Гърция - България Да се популяризират ползите за хората от трансграничната зона в резултат на изпълнението на проекта
По отношение на насърчаване на ролята на ЕС	Да се насърчи ролята на европейското финансиране за разрешаване на ежедневните проблеми на гражданите Да се определи приноса на проекта SMiLe за подобряване на достъпа до първична и спешна медицинска помощ (в изолирани и бедни общности) в трансграничната зона.

Имайки в предвид изложените цели, комуникационната стратегия трябва да:

- популяризира проекта и неговите резултати пред широката общественост и всички заинтересовани страни,
- предоставя адекватна информация за проекта, неговата роля и ползи за бенефициентите,
- подчертае специфичните въздействия от изпълнението на проекта в секторите на здравеопазването, здравеопазване, в сътрудничеството за подобряване на стандарта на живот на местното население и ноу-хау, произтичащи от изпълнението на проекта,
- създаде партньорски канал между заинтересованите страни в региона
- спомогне за намаляване на потенциалните отрицателни въздействия на границите върху качеството на живот,
- подчертае краткосрочните, средносрочните и дългосрочните ползи, които ще бъдат резултат от изпълнението на проекта.

3.4 Дейности по целева аудитория

Информацията, която ще бъде предоставена, както и публичността, ще бъдат насочени към различните целеви групи, диференцирани въз основа на техните нужди и уникални характеристики. Освен това, специфичните цели на ИПН се различават в зависимост от целевата група.

Целева аудитория	Конкретна цел	Информация/Съобщение	Цели/Очакван резултат/Expected result
Заинтересовани страни в сектора на здравеопазването (местни, регионални, национални)	Да се запознаят с проекта, да го подкрепят и да участват в постигането на неговите цели. Да се търсят други възможности за териториално сътрудничество. Да действат като информационни мултипликатори като популяризират изпълнението на проекта.	Възможностите на териториалното сътрудничество в сектора на здравеопазването.	Максимално широко разпространение и разбиране на детайлите на проекта. Подкрепа за реализирането на проекта и планиране на нови проекти с по-голям мащаб
Местни, регионални, национални органи	Да се запознаят с проекта, да го подкрепят и да се постигнат общи ползи. Да се провери за потенциала на вертикалното териториално (или не само) сътрудничество. Да действат като информационни мултипликатори, като популяризират изпълнението на проекта.	Възможностите за сътрудничество в областта на първичните здравни услуги. Подобряване на качеството на живот.	Осигуряване на информация и повишаване на чувствителността на лицата, местното общество. Осигуряване на взаимното допълване и синергия за информация. Оползотворяване на обхват и предмета, за който субектите и партньорите са отговорни за създаването на мрежи и стратегическо сътрудничество в полза на постигането на целите на проекта.
Средства за масова информация (местни, регионални, национални, европейски и специализирани медии, преса, радио, телевизия и електронни медии)	Да се включат в стратегията за разпространение. Да се превърнат в рекламни мултипликатори. Да съблюдават спазването на изискванията за прозрачност.	Информация за проекта, неговите предимства и очакваните резултати.	Периодично предоставяне на интересни новини за проекта на масмедии. Участие на медиите в мероприятия и действия, свързани с проекта. Осигуряване на точност, яснота и надеждност по отношение на информацията, свързана с проекта. Насърчаване на резултатите от изпълнението на проекта. Категоризиране на новините и популяризиране със съответните медии (на местно или национално ниво).

			Подкрепа за инициативата чрез проекта. Прозрачност по отношение на управлението на средствата от Европейския съюз.
Широката общественост	Насърчаване на ползите от трансграничното сътрудничество в сектора на здравеопазването и неговите резултати	Информация за проекта, неговите ползи и очаквани резултати относно първичната и спешната медицинска помощ	Насърчаване на резултатите и ползите от изпълнението на проекта чрез изтъкване на добри практики. Насърчаване на социалното и икономическо въздействие на проекта. Увеличаване на знанията на обществеността за проекта и подкрепата за инициативата. Прозрачност по отношение на управлението на средствата от Европейския съюз.
Персонал на звената за първична здравна помощ (ПЗП)	Участие на персонала на звената на ПЗП в изпълнението на проекта и вдъхновяването им на ново ниво на здравеопазване. Насърчаване на персонала да бъде комуникатор на целите и действията на проекта Разпространение на резултатите на проекта от персонала на болниците	Информация за проекта. Потенциални ползи от сътрудничеството в сектора на здравеопазването	Участие на персонала на звената на ПЗП. Вдъхновяване на персонала на звената на ПЗП да участват в създаването на ново измерение в ежедневната си работа. Увеличаване на знанията им по отношение на трансграничното сътрудничество в сектора на здравеопазването.

4 Комуникационни дейности

4.1 Категории на интервенция

Интервенциите в Наръчника за информация и публичност са разделени на три категории:

I. Институционална комуникация

- Визуална идентичност и координирано изображение
- Информационен материал и външна комуникация
- Вътрешна комуникация и уеб сайт, базиран на иновативни решения за ИКТ

II. Връзки с обществеността

- Пресцентър
- Събития, конференции, семинари
- Изложби, спонсорства

III. Маркетинг комуникации

- Реклама
- Видеоклипове, кратки съобщения
- Рекламни материали

4.2 Налични инструменти

Изпълнението на стратегията е тясно свързано със специфични комуникационни инструменти. Тези инструменти се използват в зависимост от целевата група и целта на всяка кампания.

Основните инструменти на комуникация, които ще бъдат използвани, са:

- Печатни материали
- Маркетинг материали
- Уебсайт
- Видео спот
- Социални мрежи
- Статии в пресата (печатни и електронни) и прессъобщения
- Бюлетени (печатни и цифрови)
- Комуникационни събития, семинари, еднодневни конференции и др.

4.3 Препоръчителни средства за комуникация

Инструментите, които ще се използват за насърчаване и популяризиране на проекта SMiLe, ще бъдат съобразени със специфичните нужди на целевите групи на проекта.

Във всеки случай, комуникационната стратегия за популяризиране и реклама включва използването на три категории информационни инструменти:

- **Средства за масова информация**, като вестници, списания, радиостанции, телевизия, външна реклама, интернет.
- **Насърчаване на дейности** като брошури, бюлетини, съобщения за пресата, статии, телевизия и радио продукции, документални филми.
- **Дейности за директна комуникация** като например информационни центрове, доклади, конференции, кол-центрове, специални събития и дейности, мобилни информационни единици.

Необходима е комбинация от различни медии и средства за комуникация, за да се осигури ефективност на съобщенията. Проектирането и осъществяването на много информационни дейности трябва да се основава на ключовите принципи на общуване, описани по-горе, като по този начин да се допринася за подобряване на ефективността на информацията и за посрещане на нуждите на целевите групи.

В тази рамка, е препоръчително да се използват следните инструменти:

Информационен материал (плакати, брошури, информационни пакети)

Използването на печатни и електронни материали е важен начин за предоставянето на информация на целевите групи. Дизайнът и разпространението на информационните материали трябва да позволяват на обществеността да разбира и приема проекта. Тези инструменти се допълват и с други рекламни дейности. Очакваните резултати от разпространението на информационния материал са: да се информира и повиши осведомеността сред обществеността и заинтересованите групи, да се популяризира идеята за проекта, неговите цели и дейности, както и разпространението на резултатите до заинтересованите страни и обществото като цяло.

Прессъобщения и статии

Пресата (вестници и списания) е средство за осигуряване на широка и ежедневна видимост на национално, регионално и местно ниво. Могат да бъдат използвани различни публикации в пресата, интервюта и публикуване на доклади. Езикът трябва да бъде прост, за да бъде лесно възприет от обикновения читател. Що се отнася до покритието на вестници, е препоръчително да се правят статии във

вестници с високи коефициенти за четливост, за да се повиши ефективността на информационната кампания. Също толкова важно е използването на малки обяви или кратки съобщения в специализирани вестници, които са насочени предимно към специалисти. Съобщенията за пресата са форма на периодична публична информация за напредъка на проекта и неговите дейности.

Аудиовизуален материал

Аудиовизуалният материал е един от най-важните инструменти за информиране и популяризиране. Използването му гарантира, че идеята и посланията на проекта ще бъдат разбрани по прост и разбираем начин от широката общественост и целевите групи. Използването на композитни визуални и звукови средства повишава убедителността и прави посланието по-интересно и по-резонантно.

Според Ръководството за видео продукция "Interreg in motion" , създадено от INTERACT за Interreg през юли 2017 г., използването на видео като инструмент за насърчаване е абсолютно необходимо и може да комуникира целите на проекта по интелигентен, модерен, икономически ефективен и забавен начин.

Социални мрежи

Социални мрежи предлагат голям потенциал и гъвкавост на потребителите. Ползите от правилното използване на социалните мрежи са много:

- възможност за създаване на връзки с много голям брой хора, тъй като интернет привлича много хора от всички краища на света
- възможност за създаване на връзки с различни хора, от различни краища на света, тъй като интернет премахва разстоянията
- възможност за създаване на широк кръг от социални контакти
- избор между голям брой социални групи и улеснение при търсене на група, която най-добре би изразила потребностите на потребителите
- възможност за търсене и намиране на съдържание (снимки, видео и т.н.), които потребителите не могат да намерят по друг начин
- непосредствено актуализиране на всяка информация свързана с проекта и в района, тъй като новините се разпространяват много бързо сред интернет потребителите

Социални мрежи като Facebook, Twitter и т.н. ще се използват като платформи за сътрудничество с цел осъществяване на контакти с организации по целия свят по различни начини. Тези инструменти привеждат технологията в контакт с бизнеса и организациите, свързвайки хората с информация, създавайки нови

потенциални пазари, подобрявайки комуникацията с целевите групи и спомагайки за разпространението на марката на проекта.

4.4 Информация и публичност. Задачи

Работен пакет 2 "Комуникация и разпространение" (РП2) е основна част от проекта, която се провежда през целия срок на проекта. Популяризирането и насърчаването на дейностите са част от успеха на целия проект.

Предмет на РП2 е планирането на комуникационната стратегия на проекта SMiLe, включително интегриране на група от дейности и инструменти във връзка с целите, които трябва да бъдат постигнати, както и планирането и осъществяването на информационни и рекламни дейности за популяризиране на проектната концепция, цели, активности и резултати. Основната цел в рамките на този работен пакет е формирането на интегриран бранд на проекта, който да го отличи и идентифицира като набор от интервенции за подобряване на услугите за първична и спешна помощ в допустимата област.



В допълнение, РП 2 цели:

- Да посочи ролята и добавената стойност на Програмата за сътрудничество "Гърция-България 2014-2020" на Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) и Европейския съюз за подобряване на високото качество на предоставяне на първична и спешна медицинска помощ в трансграничната зона.
- осигуряване на прозрачност
- насърчаване на положителна обществена нагласа за приемане на идеята на проекта и за мобилизиране на целевите групи, с цел увеличаване на участието в интервенциите и действията на проекта SMiLe.

РП 2 включва следните дейности:

- детайлно планиране и изпълнение на комуникационната стратегия на проекта и най-вече разработването на Комуникационен план (Информационен и Публицистичен Наръчник)
- разработване на визуална идентичност на проекта
- планиране и разработване на печатни информационни материали за разпространение, насочени към местното население в района на интервенцията, които да включват: 20 000 информационни пощенски

картички, както и 1000 в системата Брайл насочени към хора със зрителни увреждания, 600 информационни комплекти, състоящи се от една папка, бележник, химикалка, както и двуезични информационни брошури, 10 рол-банери, 1000 броя по 16 страници триезични брошури, свързани с резултатите от проекта

- Разпространение на горепосочения информационен материал
- Планиране и организиране на серия от отворени информационни дейности. По-специално,
 - Две (2) пресконференции, които ще се проведат в България
 - Три (3) информационни дни на тема "Първичните здравни грижи достъпни за всички", които ще се проведат в гр. Неврокоп, гр. Димотика, (с акцент медицински и парамедицински персонал) и в гр. Ясмос (с акцент в медицински и помощен персонал в първична здравна помощ, както и други заинтересовани страни по проекта)
 - Два (2) информационни дни, които ще се проведат в България
 - Научна конференция, която ще се проведе в Солун.
 - Заключителна конференция в България
- Планиране, разработване, редактиране и актуализиране на съдържанието на уеб страницата на проекта, която ще е на 3 езика, и ще информира широката общественост за изпълнението на плана, действията и т.н., по време на неговата продължителност.
- Изготвяне на 5-минутен видеоклип за популяризиране на проекта и неговите резултати, както и разработване на 20 броя 80` тийзъра.
- Изготвяне и публикуване на 14 прессъобщения от 280-350 думи в местната преса (шест в Гърция и осем в България), както и статии за популяризиране на идеята, действията и резултатите от проекта в областите на интервенция.

Цели и очаквани резултати

Основната цел на този работен пакет е да осигури широка публичност и популяризиране на идеята, целите, дейностите и резултатите от проекта в териториите на партньорите и извън тях, както в рамките на трансграничния регион и извън него.

Освен това, чрез прилагане на споменатите по-горе действия, очакваните резултати са следните:

- идентифицирането на участващите и заинтересованите страни, целевите групи и потенциалните бенефициенти. Предоставянето на подробна информация относно идеята, целите, дейностите и резултатите от проекта
- разработването на Комуникационен План, основана на принципите и правилата на ръководството за информация и публичност на програмата, както и на комуникацията и разпространението на целите, определени от проекта SMiLe
- разпространението на дейностите по проекта и резултатите от него в рамките на допустимата за програмата зона
- широката публичност на самия проект, както и на основните му резултати
- подчертаването на ползите от програмата за трансграничния регион, както и необходимостта от финансиране от ЕС.

Задача 1 Комуникационен план (Информационен и Публицистичен Наръчник)	
Кратко описание	Комуникационният план (ИПН) представлява динамичен инструмент, приспособен към ефективността на дейностите по информиране и публичност на проекти, както и към вътрешната и външната му среда. Корекциите варират в зависимост от модификациите на бюджета или от добавянето / премахването на дейности в рамките на по-широките критерии от Handbook.
Участващи партньори	ВБ
Бенефициенти /целеви групи	Екип на проекта
Времеви график	18.07.2018-01.08.2018
Преглед на ролята на партньорите и техния принос към планирането и изпълнението на дейностите	
Роля на бенефициентите	ВБ ще отговаря за разработването и комуникирането на комуникационния план на партньорите по проекта
Роля на бенефициентите във връзка с резултатите	ВБ Разработва и комуникира Комуникационен план D2.1.1.
Опорни точки	
Фактори за успех	Изпълнението на проекта, съблюдаването на комуникационния дизайн и привлекателността на концептуалната идея и философия ще осигурят дългосрочна видимост на проекта
Ключови моменти	- Навременна подготовка на визуалната идентичност на проекта
Индикатори за оценка	- Представяне на стратегията на първата среща на партньорите - Съответствие с ИПН и разработване на обща, модерна, промоционална и ефективна визуална идентичност - Месец на завършване на проекта (например М3 или М4) - Стратегията на проекта ще бъде представена в началото на срещата на партньорите
Мултипликатори	- Експлоатация на идентичността на проекта от всички партньори и екипи

Задача 2. Разработване на визуална идентичност на проекта SMiLe

Кратко описание	Дизайнът на информационния и рекламен материал на проекта SMiLe изисква проектирането и разработването на визуално идентифициране на проекта, което включва дизайн на лого, графичното представяне като цяло идентичността (марката) на проекта. Взема се под внимание и фактът, че всички проекти, изпълнявани в рамките на програмите за европейско териториално сътрудничество, трябва да спазват набор от правила за комуникация, които предлагат ограничена рамка от възможности, но съществено повишават видимостта си. Тази дейност включва проектиране на лого, слоган и представянето на насоките за графичното представяне на проекта.
Участващи партньори	ВБ
Бенефициенти /целеви групи	Екип на проекта
Времеви график	18.0.2018-01.08.2018
Преглед на ролята на партньорите и техния принос към планирането и изпълнението на дейностите	
Роля на бенефициентите	ВБ ще отговаря за проектирането на логото, като предлага слогани и ще предлага насоки за дизайна на проекта.
Роля на бенефициентите във връзка с резултатите	Лого на проекта Насоки за графичен дизайн и философия
Опорни точки	
Фактори за успех	Непосредственото изпълнение на проекта, съблюдаването на комуникационния дизайн и привлекателността на концептуалната идея и философията на дизайна ще осигурят дългосрочна видимост на проекта
Ключови моменти	- Своевременното изготвяне на визуалната идентичност на проекта
Индикатори за оценка	- Представяне на стратегията по време на учредителната среща на партньорите - Съответствие с ИПН на програмата и разработване на обща, модерна, промоционална и ефективна визуална идентичност - Месец на завършване на дизайна (например М3 или М4) стратегия - Стратегията на проекта ще бъде представена в началото на срещата на партньорите

Мултипликатори

- - Експлоатация на идентичността на проекта от всички партньори и екипи

Задача 3 Проектиране и изработка на информационни и рекламни материали на проекта SMiLe	
Кратко описание	Дейността включва подготовка и изработване на многоезичен комуникационен материал в двете страни с цел популяризиране и популяризиране на проекта, както и неговите действия и резултати в трансграничния регион, като се използват както традиционни, така и съвременни инструменти. Дейността включва изработване на пощенски картички, информационен ок за бележки, писалка, двуезичен бюлетин, ролен банер, триезичен формуляр за резултатите от проекта).
Участващи партньори	ВБ ПБЗ, ПБ4
Бенефициенти /целеви групи	- Административен персонал, лекари и медицински персонал от първични, вторични и третични здравни звена в трансграничния регион. -Здравни специалисти. - Местното население в трансграничния регион.
Времеви график	18.07.2018-20.08.2018
Преглед на ролята на партньорите и техния принос към планирането и изпълнението на дейностите	
Роля на бенефициентите	ВБ ще отговаря за изготвянето на информационния и рекламния материал на проекта, който ще бъде използван като основа за разпространение на дейности на местно и регионално ниво въз основа на общи проектни стандарти, одобрени от партньорите по проекта.. ПБЗ, ПБ4 Ще отговаря за изработването и отпечатването информационните материали на български език
Роля на бенефициентите във връзка с резултатите	ВБ D.2.1.2.A Пощенски картички (20,000) D.2.1.2.B Пощенски картички в Брайлово писмо (1,000) D.2.1.2.C Информационни пакети (600) D.2.1.2.D Рол банери (10) D.2.1.2.E Booklet about the project results (1,000) ПБЗ

	D.2.3.1.A Информационни пакети (150) D.2.3.1.B Рол банери (2) ПБ4 D.2.4.1.A Информационни пакети (150) D.2.4.1.B Рол банери (2)
Опорни точки	
Фактори за успех	Навременното проектиране и изработка на материалите, спазването на комуникационния дизайн и привлекателността на концепцията и философията на дизайна (съдържание и визуализация) ще осигурят дългосрочна видимост на проекта.
Ключови моменти	- Навременно изготвяне на информационните материали. - Навременна подготовка на информационните пакети за планираните събития
Индикатори за оценка	- Съответствие с ИПН на програмата и общата визуална идентичност на отделните продукти - Брой получатели - Точки на разпространение
Мултипликатори	- Точки за разпространение до други заинтересовани страни

Задача 4 Организиране на събития по проекта	
Кратко описание	Дейността се отнася до организирането на пресконференция, последното събитие (конференция) на проекта, както и три информационни събития. Тези пет събития ще имат за цел да стимулират обществен интерес към проекта, но и да информират обществеността, властите, организациите и т.н. относно идеята за програмата, планираните дейности, целите и очакваните резултати. Освен това повече научно ориентирани събития ще бъдат адресирани до по-специализирана аудитория от здравния сектор (лекари, медицински сестри, здравни специалисти).
Участващи партньори	ВБ ПБ2, ПБ3, ПБ4
Бенефициенти /целеви групи	- Административен персонал, лекари и медицински персонал на първични, вторични и третични здравни звена в трансграничния регион. - Здравни специалисти (частни лекари, служители в частни медицински центрове или болници и др.), Други заинтересовани страни, свързани със здравето. - Професионалисти, доброволци и други организации, работещи в сектора на здравеопазването. - Местни и регионални власти. - Медии - Местното население на трансграничния регион Родопи-Кърджали.
Времеви график	18.07.2018- неопределен
Преглед на ролята на партньорите и техния принос към планирането и изпълнението на дейностите	
Роля на бенефициентите	ВБ ще отговаря за 1 финална конференция 3 отворени събития по проекта. ПБ2 1 Научна конференция ПБ3 ще отговаря за

	1 прес конференция 1 заключителна конференция 1 информационен ден ПБ4 ще отговаря за 1 прес конференция 1 информационен ден
Роля на бенефициентите във връзка с резултатите	ВБ D.2.1.3.A Организиране на дво (2) информационни дни озаглавени "Първична медицинска помощ, достъпна за всички", която ще се проведе в гр. Неврокоп и в гр. Димотика, с фокус върху широката общественост. D.2.1.3.B: Организиране на един (1) информационен ден "Първична медицинска помощ, достъпна за всички", която ще се проведе в гр. Ясъкьой (Iasmos) (съсредоточена в ПЗП и заинтересованите страни) D.2.1.3.C: Заключителна конференция в Солун (Thessaloniki) ПБ2 D 2.2.3. Организиране на една научна конференция ПБ3 D 2.3.2.A. Организиране на една пресконференция D 2.3.2.B Организиране на заключителна конференция D 2.3.2.C Организиране на един информационен ден ПБ4 D 2.4.2.A. Организиране на една пресконференция D 2.4.2.B Организиране на заключителна конференция D 2.4.2.C Организиране на един информационен ден
Опорни точки	
Фактори за успех	Широкият и тесен таргет на рекламите за всяко събитие. Изборът на привлекателни и свързани с проекта теми. Покани до

	лектори, които са с висока степен на осведоменост и/или задълбочени и актуални познания по темите, които трябва да бъдат представени. Планираните събития ще бъдат съобразени с работните дни и часове, националните и местни празници. Възможности за съчетаване на събития на проекта с други популярни събития в региона.
Ключови моменти	Планирането и дневния ред на всяко събитие трябва да са окончателно приключили и официално обявени най-малко 15 дни преди всяко събитие. Разпространение на печатните покани (и не само) за събитията посредством пощата, чрез електронна поща, по факс, петнадесет дни преди началото на всяко събитие. Промотиране на окончателното прессъобщение ден преди началото на всяко събитие и веднъж в деня на събитието (след завършването му) за разпространение на основните резултати.
Индикатори за оценка	- Брой участници - интензивност на разпространение от медиите
Мултипликатори	- Средства за масова информация - Социални мрежи

Задача 5 Уеб страница на проекта

Кратко описание	Дейността се отнася до актуализирането на съществуващия уебсайт на проекта Smile и редовното актуализиране на съдържанието му, за да се информира широката общественост за хода на проекта, неговите действия и т.н. Сайтът ще: • Позволява широка видимост на проекта и неговата концепция без географски ограничения. • Дава директна информация за проекта в реално време, за да се популяризират по-добре дейностите и събитията от проекта. • Поддържа интереса не само в областта на здравеопазването на местно ниво, но и в държавата от другата страна на границата и след края на проекта. • Информира обществеността, органите на властта, други организации и т.н. относно идеята на проекта, предвидените дейности, целите и очакваните резултати.
Участващи партньори	ВБ ПБ2, ПБ3, ПБ5
Бенефициенти /целеви групи	- Административен персонал, лекари и медицински персонал на първични, вторични и третични здравни звена в трансграничния регион.

	- Здравни специалисти (частни лекари, служители в частни медицински центрове или болници и др.), Други заинтересовани страни, свързани със здравето. - Професионалисти, доброволци и други организации, работещи в сектора на здравеопазването. - Местни и регионални власти. - Медии. - Местното население в трансграничния регион
Времеви график	18.07.2018-20.08.2018
Преглед на ролята на партньорите и техния принос към планирането и изпълнението на дейностите	
Роля на бенефициентите	ВБ ще отговаря за ъпгрейждането и редовното актуализиране на уебсайта на проекта. ПБ2 Ще бъде отговорен за приноса към актуализирането на уеб страницата чрез предоставяне на критични опции за изпълнението на проекта ПБ3 Ще отговаря за предоставянето на актуализиран материал за уебсайта на проекта, преведен на български език
Роля на бенефициентите във връзка с резултатите	ВБ D.2.1.4.A Триезична уеб страница за проекта SMiLe ПБ2 D 2.2.2.A 4 критични редакционни коментари за изпълнение на проекта ПБ3 D 2.3.3.A.Превод и актуализиране на уебсайта на български език
Опорни точки	
Фактори за успех	Навременно актуализиране на сайта, така че да може да бъде използвано от партньорите.
Ключови моменти	Планирано и навременно осигурено преведено съдържание.

Индикатори за оценка	Брой посетители
Мултипликатори	- Социални мрежи
Задача 6 Изработване на пет минутен видео клип	
Кратко описание	Дейността се отнася до изработването на 5-минутен видеоклип и 80`тийзър, които ще популяризират резултатите и ефектите от проекта от двете страни на границата. • Ще бъдат включени видеозаписи от интервенциите и дейностите по проекта. Материалът ще бъде с висока разделителна способност и ще бъде използван като презентационен материал (в презентации, видеоклипове) и за промоционалните цели на проекта. • Ще бъде издаден в DVD формат (немодифициран), но също така и в 5-минутен видеоклип и 80` тийзър, със сценарий, реч и безплатна музика и минимални характеристики: Формат: QuickTime филм (.mov), Apple ProRes 422, 25fps, 1920x1080, стерео, 48.000k Hz, HD звук.
Участващи партньори	ВБ
Бенефициенти /целеви групи	- Административен персонал, лекари и медицински персонал на първични, вторични и третични здравни звена в трансграничния регион. - Здравни специалисти (частни лекари, служители в частни медицински центрове или болници и др.), Други заинтересовани страни, свързани със здравето. - Професионалисти, доброволци и други организации, работещи в сектора на здравеопазването. - Местни и регионални власти. - Медии. - Местното население в трансграничния регион
Времеви график	18.07.2018-31.07.2019
Преглед на ролята на партньорите и техния принос към планирането и изпълнението на дейностите	
Роля на бенефициентите	ВБ Тракия (Thrace) ще отговаря за проектирането и изработката на петминутно телевизионно видео, което ще популяризира резултатите от проекта от двете страни на границата.
Роля на бенефициентите във връзка с	ВБ

резултатите	D.2.1.4.B 5-минутно видео и 80' тийзър, който ще популяризира резултатите от проекта от двете страни на
Опорни точки	
Фактори за успех	Видео спот, обхващащ всички основни резултати по проекта и резултатите от двете страни на границата
Ключови моменти	Видео продукция Видео публикация
Индикатори за оценка	- брой преглеждания
Мултипликатори	- уебстраница, YouTube, социални мрежи
Задача 7 Съставяне и публикуване на вестникарски статии и прессъобщения	
Кратко описание	Активност 2.7 включва подготовката, издаването на шест авторски статии от по 280-350 думи в местната преса, медии, които да популяризират дейностите и резултатите по проекта (6 в Гърция и 8 в България), както и издаването на 12 прессъобщения от ПБ5. Чрез планираните дейности по проекта целевите групи и бенефициентите ще бъдат информирани за действията, целите и очакваните резултати от проекта. Това се очаква да увеличи интереса на общността към проекта. Дейността включва: • Съставяне и публикуване на 14 вестникарски статии
Участващи партньори	ВБ, ПБ3, ПБ4
Бенефициенти /целеви групи	- Административен персонал, лекари и медицински персонал на първични, вторични и третични здравни звена в трансграничния регион. - Здравни специалисти (частни лекари, служители в частни медицински центрове или болници и др.), Други заинтересовани страни, свързани със здравето. - Професионалисти, доброволци и други организации, работещи в сектора на здравеопазването. - Местни и регионални власти. - Медии. - Местното население в трансграничния регион
Времеви график	18.07.2018-31.07.2019
Преглед на ролята на партньорите и техния принос към планирането и изпълнението на дейностите	

Роля на бенефициентите	ВБ ще е отговорен за написването и публикуването на 6 статии в местната преса ПБ3 ще е отговорен за написването и публикуването на 4 статии в местната преса ПБ4 ще е отговорен за написването и публикуването на 6 статии в местната преса ПБ5 ще е отговорен за публикуване на 12 прессъобщения чрез наличните си канали
Роля на бенефициентите във връзка с резултатите	ВБ D.2.1.4.C Шест (6) 280-350 статии в местните медии за промотиране и популяризиране на проекта, както и неговите действия и резултати. ПБ3 D 2.3.3.B Четири (4) статии с по 280-350 думи в местните медии, които да промотират и популяризират проекта, както и неговите действия и резултати. ПБ4 D2.3.4.A Четири (4) статии с по 280-350 думи в местните медии, които да промотират и популяризират проекта, както и неговите действия и резултати. ПБ5 D 2.5.1.A Дванадесет (12) прессъобщения през каналите за комуникация на ПБ5
Опорни точки	
Фактори за успех	Избор на прости, разбираеми и ясни съобщения (съобщенията трябва да са свързани със съдържанието на проекта и да са прости и разбираеми). Избор на средствата за масова информация с най-голямо влияние върху целевите групи и бенефициентите, споменати по-горе. Навременно осигуряване на телевизионни клипове, за да се постигне възможно най-голямото им въздействие и да се допринесе за ефективното разпространение на резултатите от проекта

Ключови моменти	Публикуване на прессъобщения
Индикатори за оценка	брой статии
Мултипликатори	Масмедии социални мрежи

Задача 8 Кампании в социалните мрежи

Кратко описание	Дейност 2.8 е с фокус върху реализирането на специална онлайн рекламна кампания и дейности за по-нататъшно популяризиране на проекта SMiLe. Дейността включва серия от действия с висока интензивност в социалните мрежи. Целевата аудитория и бенефициентите ще бъдат информирани за действията, целите и очакваните резултати от проекта посредством работен график на проекта. Дейността ще включва: - Разработване на профил в Facebook, Twitter и YouTube - Редовна информация за изпълнението на проекта.
Участващи партньори	ВБ
Бенефициенти /целеви групи	- Административен персонал, лекари и медицински персонал на първични, вторични и третични здравни звена в трансграничния регион. - Здравни специалисти (частни лекари, служители в частни медицински центрове или болници и др.), Други заинтересовани страни, свързани със здравето. - Професионалисти, доброволци и други организации, работещи в сектора на здравеопазването. - Местни и регионални власти. - Медии. - Местното население в трансграничния регион
Времеви график	18.07.2018-31.07.2019

Преглед на ролята на партньорите и техния принос към планирането и изпълнението на дейностите

Роля на бенефициентите	ВБ Избор на прости, разбираеми и ясни комуникационни съобщения (съобщенията трябва да са свързани със съдържанието на проекта и да са прости и разбираеми). Избор на социални мрежи с най-голямо влияние върху целевите групи и бенефициентите, споменати по-горе.) Навременни и редовни публикации, които да допринесат за разпространението на
------------------------	--

	проекта
Роля на бенефициентите във връзка с резултатите	LB D2.1.5.D Разработване на профили в социални мрежи 30 последователя, абонати и други във всяка социална медия 1 публикация всяка седмица
Роля на 4-ти здравен регион Македония Тракия (Macedonia Thrace) във връзка с резултатите	Брой публикации
Наличен бюджет за гръцкия партньор в рамките на дейността (% от общия бюджет на проекта)	Уеб страница на проекта Уеб страниците на партньорите или профилите в социалните мрежи

4.4.1 Задача 1 Комуникационен план

Задача 1 се отнася до настоящия "Информационен и Публицистичен Наръчник" (ИПН). Комуникационният план е ключов инструмент за всички проекти, които са част от Програмата за сътрудничество "Гърция-България 2014-2020" на Interreg V-A

Целта на проекта е да бъде стратегически инструмент за планиране и изпълнение на всички дейности по разпространение на проекта. Освен това, да допринесе за изпълнението чрез осигуряване на ефективна комуникация между партньорите по проекта.

4.4.2 Задача 2 Разработване на визуална идентичност на проекта SMiLe

Дизайнът на информационния и рекламния материал на проекта SMiLe първоначално предполага проектирането и развитието на визуалната идентичност на проекта, което включва дизайна на логото, слоган, графичния дизайн и по-общо "марката" на проекта. Като се има предвид обаче, че проектите, включени в Оперативните програми по Цел "Европейско териториално сътрудничество", изискват спазването на набор от правила за публичност, това ограничава творческата свобода на всеки проект, но същевременно оптимизира неговата видимост

През настоящия програмен период 2014-2020 г. визуалната идентичност на проектите в оперативните програми на целта "Европейско териториално сътрудничество" беше променена в една посока, целяща най-доброто признаване и разпространение на ролята на Европейския съюз и неговите тематични цели за развитие.

Новата рамка за "Марка и Видимост на проектите" на Interreg и по-специално на проекта SMiLe се формира от следните документи:

- Interreg V-A Програма за сътрудничество "Гърция-България" 2014-2020".
- ИПН на Interreg V-A "Гърция-България 2014-2020 г." за проекти по Програмата за европейско териториално сътрудничество.
- "Ръководство за дизайн на марка" на оперативните програми по Европейско териториално сътрудничество (последна версия 18.12.2014).
- Декларация на Четвъртата здравна област на Македония Тракия (Macedonia Thrace).

- Уеб страница отразяваща проекта SMiLe, събитията и партньорите на проекти на Interreg V-A "Гърция-България 2014-2020" на Програмата за европейско териториално сътрудничество. (www.greece-bulgaria.eu/approved-project/39/)
- Прессъобщения от 4-ти здравен регион на Македония Тракия за проекта SMiLe (MacedoniaTrace) (www.4type.gr/index.php/23-e-paper/2014-04-25-08-12-02/1563-smile-kick-off)

Преразглеждат се чрез:

- Последната версия на формуляра за кандидатстване SMiLe II,
- Всички правила за публичност, произтичащи от действащия регламент или друг вътрешен документ на Четвъртата здравна област на Македония Тракия (Macedonia Thrace)
- Стратегията, произтичаща от окончателната версия на ИПН
- Всички коментари, забележки и предложения от (5) партньорите по проекта

Новата рамка за визуалната идентичност на проекти Interreg.

Всяка европейска програма за териториално сътрудничество има за цел да разработи проекти с особена добавена стойност за живота на европейските граждани. Видимостта и разпространението на тези програми е предпоставка за повишаване на осведомеността за повече хора и за изпълнението на по-голям брой проекти. Съответните програми се изпълняват в целия Европейски съюз или извън него и обхващат всеки Европейски регион. Тези програми предлагат уникална мрежа от проекти, насочени към подобряване на жизнения стандарт на гражданите, развитие на регионите и опазване и поддържане на околната среда. Разнообразието от трансгранични и транснационални програми на Европейския съюз обаче може да се развие в слабост, ако те не изглеждат взаимосвързани. В миналото те се явявали като отделни програми, докато всъщност те споделяли едни и същи цели: свеждане до минимум на пречките, създадени от съществуването на национални граници между европейските и техните съседни страни.

Повече от 100 програми за европейско териториално сътрудничество се споразумяха да сложат край на тази логика на изолация, като полагат съвместни усилия за създаване на хармонизирана визуална идентичност и общо име, което да се използва на всеки език: Interreg. Interreg е общоприето наименование - рекламирането на всяка програма за европейско териториално сътрудничество и се изисква да бъде използвано публично във възможно най-голяма степен. Това дава възможност на всички заинтересовани страни от INTERREG (заинтересовани

страни) да се възползват от комуникацията помежду си, както за привличане на нови заинтересовани страни, така и за оптимизиране на видимостта на проектите. Новата хармонизирана марка на Interreg се очаква да спомогне за подобряване на видимостта на всички програми, като се подчертае стойността на Interreg на европейско и регионално / местно равнище. По-долу е показано точно това привеждане в съответствие на всички различни логa и графични философии под "чадъра" на марката Interreg.

Хармонизираната визуална идентичност на програмите Interreg по време на програмния период 2014-2020



Марката

Дизайнът на марката има по-широка концепция, не се приема просто като лого: Състои се от функции като цветове, шрифтове и структура, която поддържа оформлението на страницата (решетка). Само такава комбинация може да допринесе за добър резултат.

Логото

Логото е най-важният елемент от визуалната идентичност на Interreg. Новото лого е създадено, за да има силен, но дискретен външен вид, което го прави лесно за комбиниране с други логa при реклама. Бе избран напълно типографски подход, без да се използват други графики, за да се предотврати използването на

други дизайнерски и графични елементи.

Новото лого на Interreg



Позоваване на Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР)

Визуалната референция на Европейския фонд за регионално развитие е задължително, но не е необходима да бъде част от логото.

Позоваване на ЕФРР



Цветовете на Логото

Цветовете на логото произхождат от цветовете на флага на Европейския съюз и не трябва да се променят. Освен това те са основните цветове на марката Interreg и се използват за идентифициране на марката извън логото във всички комуникации.

Логото на Програмата за европейско териториално сътрудничество Interreg V-A "Гърция-България 2014-2020" е представено по-долу, както и трите цвята, които го съставляват, представени във всички системи от таблици с цветове.

Цветовете на логото на програмата

Interreg Greece-Bulgaria



Colour	Reflex Blue	Light Blue	Yellow
Pantone	Reflex Blue	2716	Yellow
CMYK	100/80/0/0	41/30/0/0	0/0/100/0
HEX	003399	9FAEE5	FFCC00
RGB	0/51/153	159/174/229	255/204/0

Систематичното използване на горепосочените три цвята в различни приложения (шрифтове, графики, анимации, видео линии, решетки и т.н.), графичната кохерентност на визуалната идентичност на всеки проект и подобрява естетиката на всеки печатен или електронен модел.

Методът за вграждане се използва за решаване на задължителното използване на горепосоченото лого, тъй като е включено в дизайна на визуалната идентичност на проекта SMiLe. Така прилагането на ограниченията на ръководството за публичност става възможно.

Фонд

За логото на Програмата и проекта (име на проекта и програмата) и позоваването на Европейския фонд за регионално развитие, е избран шрифтът Montserrat като оптически подобен на логото Interreg.

Шрифтът за всички други приложения от текстовото тяло до заглавията е Open Sans. Той има неутрален и в същото време приятен външен вид, който е подходящ за всички приложения. Също така е гъвкав, тъй като има голямо разнообразие от стилове и тегла (интензивни и фини вариации), персонализиран за печатна, онлайн и електронна употреба, лесен за четене. Като алтернативен шрифт беше избран Vollkorn.

Забележка: За знамето на Европейския съюз се използва шрифт Arial, който е стриктно определен в член 4, параграф 4 от Регламента за изпълнение (ЕС) 821/2014, без промяна

Лога на проекта



Тематични цели

11-те тематични цели за постигане на целите на стратегията "Европа 2020" са представени в Interreg с набор от цветови схеми и икони. Тези цветове и икони, които не трябва да се променят, се предлага да се използват при съобщаването на целите, особено в комуникацията на бенефициентите и потенциалните бенефициенти на програмите.

Общите тематични цели на програмите Interreg

Κομмуникационен план - Информационен и Публицистичен Наръчник
SMiLe: "Укрепване на първичната медицинска помощ в изолирани и неблагоприятни трансгранични територии"

P/N appearance	Thematic objective/Θεματικός στόχος	Pantone	CMYK	HEX	RGB	
 	Research and innovation Έρευνα και καινοτομία		109 U	0/24/93/0	#fdc608	253/198/8
 	Information and communication technologies Τεχνολογίες της πληροφορίας και των επικοινωνιών		2716 U	41/30/0/0	#a3add8	163/173/216
 	Competitiveness of SMEs Ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ		3115 U	71/0/19/0	#1cb8cf	28/184/207
 	Low-carbon economy Οικονομία με μειωμένη χρήση άνθρακα		347 U	81/13/76/1	#159961	21/153/97
 	Combating climate change Προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή		206 U	4/86/43/0	#e34063	227/64/99
 	Environment and resource efficiency Περιβάλλον και αποδοτική χρήση πόρων		382 U	49/0/99/0	#98c222	152/194/34
 	Sustainable transport Βιώσιμες μεταφορές		Cool Gray U 9	46/37/34/15	#8a898c	138/137/140
 	Employment and mobility Απασχόληση και κινητικότητα		1665 U	2/71/72/0	#ea6647	234/102/71
 	Better education, training Βελτίωση της εκπαίδευσης, της κατάρτισης και της δια βίου μάθησης		515 U	11/44/0/0	#e0a6cc	224/166/204
 	Social inclusion Κοινωνική ένταξη		513 U	43/70/12/0	#a36298	163/98/152
	Better public administration Αποδοτική δημόσια διοίκηση		3145 U	87/32/35/16	#3c7486	60/116/134

Цветовете на тематичните цели

Тази цвятова схема е създадена, за да назове тематичната цел на всеки проект. Цветовете са избрани, за да създадат хармонична съвпадаща цвятова схема и да осигурят достатъчен контраст с основната марка и логото на Interreg.

За лoга на проектите, използващи базата на лoгoтo Interreg, следва да се използват следните тематични цвятовете за отпечатване на акроним на всеки проект. Например, проект за иновации ще използва жълтия шрифт, когато начертае акроним на проекта.

Персонализиран вид

Иконите са проектирани така, че да съвпадат визуално като цяло, като използват подобни илюстрации, формати и линейни тегла. Типичното използване на иконите е да ги отпечатате в цвята на тематичния обект, който представляват.

11 икони за тематични цели



Отрицание

Иконите могат да се използват и в отрицание. Предпоставка за такова

използване на икони е да ги поставите в кръг.

11 тематични икони в отрицание



Interreg логото като лого на проекта

Логото също трябва да е с препратката към Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР), който е маркиран със значително по-дребен шрифт по-долу. Използването му в този случай е необходимо, когато няма друга препратка на страницата към този фонд. Ако е избрано да се отнесе към Европейския фонд за регионално развитие в различна точка от логото, самоа дума (текст) може да бъде форматирана във всеки шрифт, който съответства на дизайна на формуляра, с размер на шрифта най-малко "7.5". Във всеки случай тя трябва да бъде ясно видима и четлива.

Шаблон за лого на проекта



Европейски фонд за регионално развитие (ЕФРР)

Логото също трябва да е с препратката към Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР), който е маркиран със значително по-дребен шрифт по-долу. Използването му в този случай е необходимо, когато няма друга препратка на страницата към този фонд. Ако е избрано да се отнесе към Европейския фонд за регионално развитие в различна точка от логото, самоа дума (текст) може да бъде форматирана във всеки шрифт, който съответства на дизайна на формуляра, с размер на шрифта най-малко "7.5". Във всеки случай тя трябва да бъде ясно видима и четлива.

Шаблон за лого на проекта с референция от ЕФРР



Лого SMiLe

Според всичко изброено по-горе, логото на SMiLe се оформя, както следва:

Изображение 1: Опростено лого на проект SMiLe



Изображение 2 Лого на проект SMiLe с ЕФРР референция



Изображение 3: Анализ на решетката и цветовете на лого SMiLe.



			Pantone	CMYK	HEX	RGB
	Reflex Blue		Reflex Blue	100/80/0/0	#003399	0/51/153
	Light Blue		2716	41/30/0/0	#9FAEE5	159/174/229
	Yellow		Yellow	0/0/100/0	#FFCC00	255/204/0
	513 U		513 U	43/70/12/0	#A36298	163/98/152

Философия на дизайна на SMiLe

След като вече е дефинирано основното лого на проекта, основният шрифт, който ще се използва, както и основният цвят кореспондиращ на съответната тематична цел, то остава да се дефинират основните посоки и разширенията на визуалната идентичност на проекта SMiLe. Те са изложени по-долу. Една от първите задачи, които трябва да бъдат завършени е визуализацията на партньорите от двете болници (партньори по проекта). Тя трябва да е лесна за запомняне, буквално от пръв поглед. Това може да се направи, като се използват логата на двете болници или като се правят снимки на болниците или чрез проектирането им или по друг прост и съвременен начин.

В този случай повечето партньори имат собствено лого, с изключение на болницата в Ардино (ПБ 3), която няма. Въпреки това, както е видно от логото на община Ардино, Ардино е визуално свързано с моста "тип Арка" на река Арда. Затова предложението на консултанта е за визуалното представяне на болница Ардино да се използва сводест мост с кръст, който е свързан със здравните изисквания и здравните служби. По този начин болницата ще има собствена визуална идентичност, която да допринася за нейният брандинг, да я популяризира пред местното население и да свързва здравето с териториалните предизвикателства на района. В случая на катедрата по Медицина към Солунски Университет Аристотел консултантът предлага използването на международно

признатия художествен знак на "Хипократ", който вече се използва от училището като лого. За цялостното използване на лога на партньорите, консултантът предлага тяхното използване в хоризонтална линия и според ролята на проекта (водещ бенефициент, ПБ 2 и т.н.)

Предложението за разположение е представено по-долу:

Изображение 4: Лога на партньорите на SMiLe



Логата в повечето случаи имат няколко цвята, които могат да възпрепятстват хармонизираният вид на материала. Независимо от това, различните цветове могат да бъдат заменени от един цветен комплект, базиран в официалния цвят на тематичната цел, касаеща социалното включване, съгласно Ръководството за проектиране на марките на оперативните програми: RGB 163/98/152.

Изображение 5: Лога на партньорите, хармонизирани въз основа на официалния цвят на тематичната цел за социално включване.



При гореизложената подредба са взети под внимание различните параметри.

Слоган

Основната цел на проекта е повишаването и подобряването на първичната медицинска помощ, предоставяна на населението в изолирани и неблагоприятни трансгранични зони. Ето защо основното послание, предложено от консултанта, с цел популяризиране и олицетворение на целта за подобряване на достъпността в ПЗП и популяризирането му чрез дейностите по проекта, е "Достъпно здраве", което в съчетание със съкращението SMiLe може да комуникира целите и ползите от проекта.

***“Достъпно
здраве”***

Основен Цвят



Основният цвят е близо до лилавият тон (RGB 163/98/152) съгласно "Ръководството за дизайн на марката" на програмите Interreg. Освен това е визуално съвместим с акронима на проекта и е в синхрон с синьото на Interreg.

Цветова Палитра

Консултантът избира да използва горепосочения цвят и набор от 5 допълнителни цвята, за да увеличи разпознаването на марката на проекта като част от тематичната цел за социално включване. Използваният набор от цветове допринася за по-богатата визуална идентичност на проекта.



Икони насочващи към действие



Въз основа на наличните информационни източници, консултантът идентифицира 5 основни действия, които ще се извършват в рамките на проекта и които са тясно свързани с основните резултати от проекта:

- Предоставяне на медицинско оборудване и усъвършенстване на предоставените здравни услуги в 6 центъра и 3 малки болници.
- Подобряване на системите за управление на линейката за намаляване на времето за реагиране при извънредни ситуации
- Разработване и внедряване на Център за обучение на професионалисти в областта на ПЗП.
- Редица проучвания, които се съсредоточават върху равния

и недискриминационен достъп до ПЗП.

- Разработване на електронна платформа като средство за оценка на услугите на ПЗП.

Използването на горепосочените икони е много полезно за комуникацията и популяризирането на действията и резултатите от проекта, както и за извличането на ползите от проекта и схемата на ЕС за съфинансиране.

Тематични Здравни Цели

За да се подчертае тематичната цел на проекта ("здраве"), всяка една от петте икони ясно съобщава връзката със здравните въпроси, напр. дефибрилатора, линейката, центъра за медицинско обучение и здравната книга.

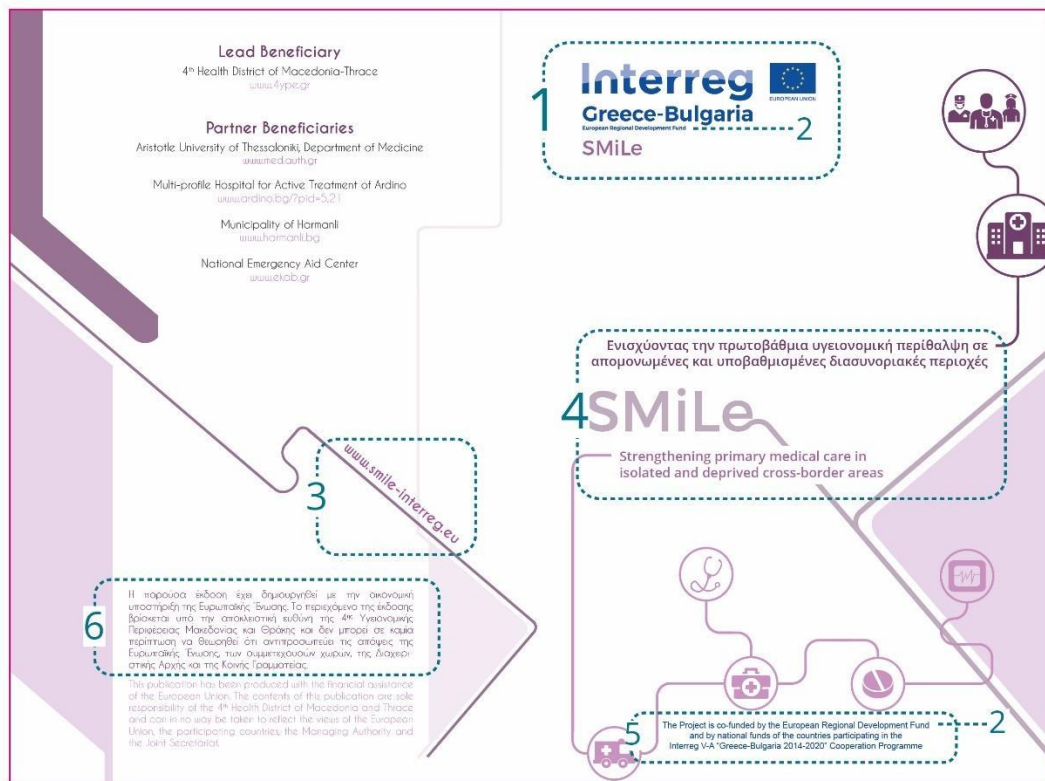


Спазване на правилата за публичност

По време на разработването на проектите, консултантът стриктно спазва всички правила за публичност на програмата, като в същото време взема предвид визуалните цели за хармонизираната идентичност на проекта по същата програма и / или тематична цел. Консултантът ще вземе предвид всички промени в правилата на Секретариата и ще се увери, че те са включени в настоящия документ. Конкретно, консултантът ще вземе предвид:

1. разположението и размера на логото във всяка версия,
2. позоваване на Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) като част от логото или като отделно позоваване,
3. щамповане на знамето на Европейския съюз,
4. използването само на подходящите шрифтове,
5. позоваване на източниците на проекта, съфинансирането и
6. отказ от отговорност.

Като пример за използването на горните шест (6) индикатора е използвана триплитната форма, която е представена както в съответната секция по-долу, така и в миниатюра по-долу:



4.4.3 Задача 3 Проектиране и изработка на информακιονни ι реklamни материалы на проекта SMiLe

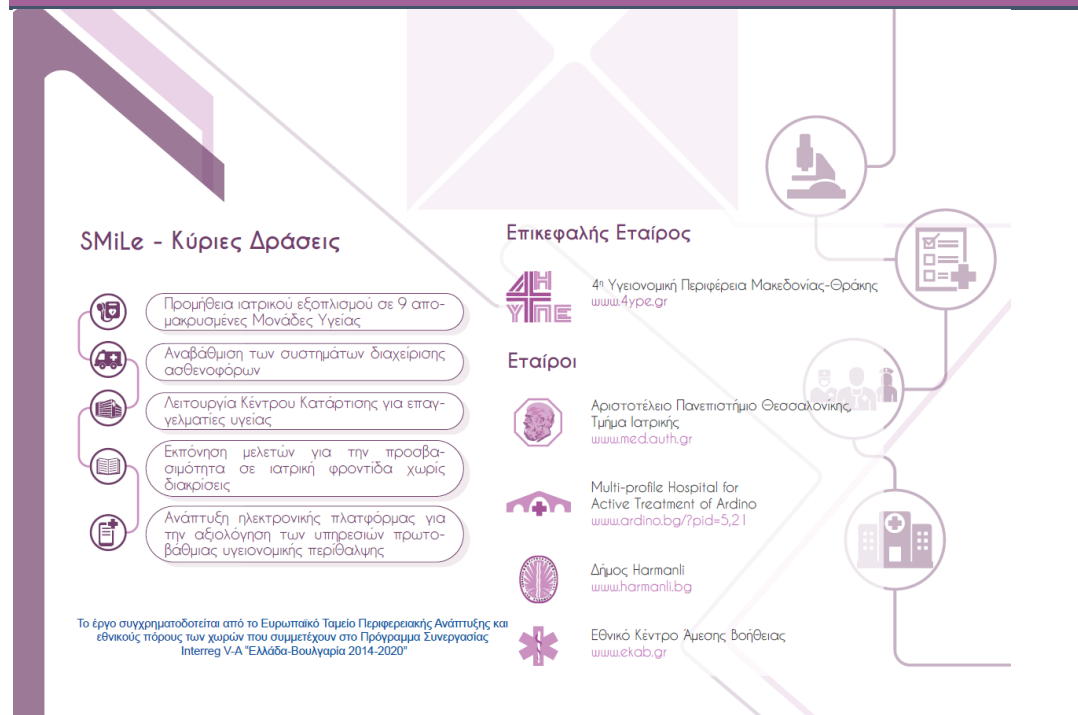
Ποщенски картички

Ποщенската картичка ще бъде изготвена в рамките на работен пакет 2 "Κοιιυνικακια ι разпространение" ι ще включва информация за идеята, обхвата ι действията на проекта SMiLe, насочени към населението в районите на интервенция. Дизайнът на пощенските картички следва единната визуална идентичност на проекта, включвайки основното послание на проекта, неговите действия, партньорите по проекта, неговата уеб страница ι източниците на финансиране.

Πървият проект на предложението е представен по-долу. Проектът ще бъде финализиран, като се вземат предвид всички съответни документи ι предложения от партньорите.

Изображение 6: Μαкет на пощенска картичка за проект SMiLe



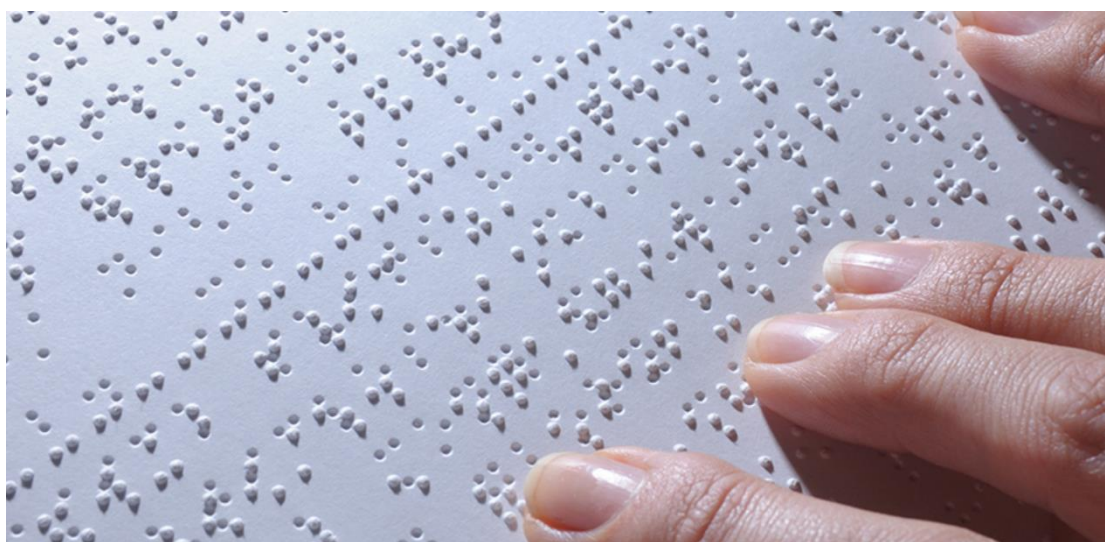


Пощенски картички в Брайлово писмо

В допълнение към пощенските картички ще бъде изготвен кратък текст за проекта, неговата основна идея, действията му и интерфейсите области, които ще бъдат отпечатани на Брайл, за да се предаде посланието на проекта и на хора със зрителни увреждания.

Водещият партньор ще идентифицира и разпространява брайловите пощенски картички в локални учреждения, асоциации и др организации от Централна и Източна Македония и Тракия, които са активни в дейности свързани със зрителните увреждания.

Изображение 7: Пощенска картичка в Брайлово писмо



Информационни пакети

За проектирането и производството на материалите за разпространение (информационен комплект, банер, дигла на три езика с резултати и постижения) на SMiLe беше разработен набор от шаблони за всеки от тях.

Предложенията и текстът ще бъдат финализирани, като се вземат предвид съответните отзиви, както и:

- чрез включването на евентуални коментари и т.н. от персонала на Четвъртата здравна област Македония, Тракия
- чрез включването на всички промени след представяне на одобрения формуляр за кандидатстване.
- всички правила на ръководството за информация и публичност на Програмата, както и към всеки вътрешен документ на Четвъртата здравна област на Македония, Тракия

Всичко това ще бъде постигнато чрез използване на следните инструменти, за да се осигури полезна и задълбочена обратна връзка от партньорите:

- Интервюта и срещи за обратна връзка от персонала на партньорите
- Сравнителен анализ с предишния успешен проект, изпълняван от водещия бенефициент и партньорите, както и идентифицираните добри практики в областта.

В следващия раздел са представени предложенията.

Фигура 8: Предложение за плакат на проект SMiLe



SMiLe

SMiLe

Strengthening primary medical care in isolated and deprived cross-border areas

Priority axis:	Social inclusion
Investment priority:	9a
Project budget:	1.327.661,62 €

Lead Beneficiary



4th Health District of Macedonia-Thrace
www.4type.gr

Partner Beneficiaries



Aristotle University of Thessaloniki,
Department of Medicine
www.med.auth.gr



Multi-profile Hospital for
Active Treatment of Ardino
www.ardino.bg/?pid=5,21



Municipality of Harmanli
www.harmanli.bg



National Emergency Aid Center
www.ekab.gr

www.smile-interreg.eu

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund
and by national funds of the countries participating in the
Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme

Lead Beneficiary
 4th Health District of Macedonia-Thrace
www.4type.gr

Partner Beneficiaries
 Aristotle University of Thessaloniki, Department of Medicine
www.auth.gr/med

Multi-profile Hospital for Active Treatment of Ardino
www.ardino.bg/?pid=5,2

Municipality of Harmanli
www.harmanli.bg

National Emergency Aid Center
www.ekab.gr

www.smile-interreg.eu

Interreg
Greece-Bulgaria
European Regional Development Fund

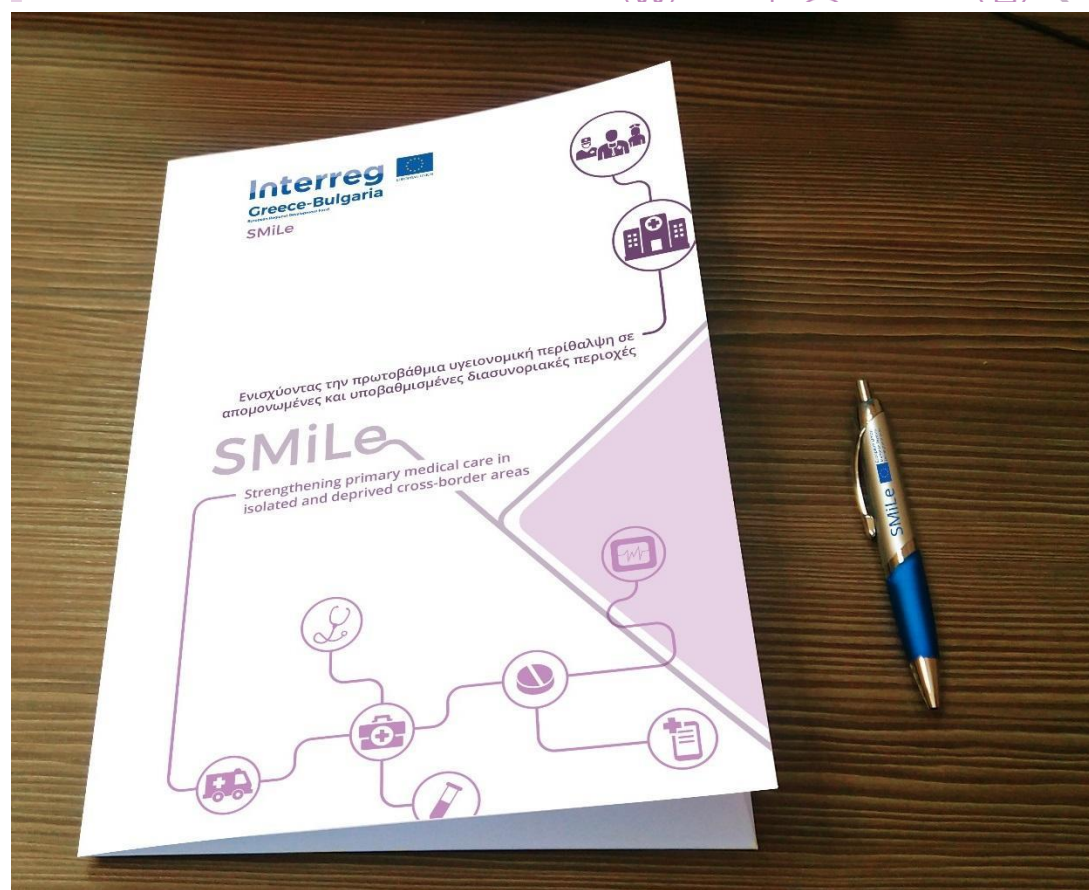
SMiLe

Ενισχύοντας την πρωτοβάθμια υγειονομική περίθαλψη σε απομονωμένες και υποβαθμισμένες διασυνοριακές περιοχές

SMiLe

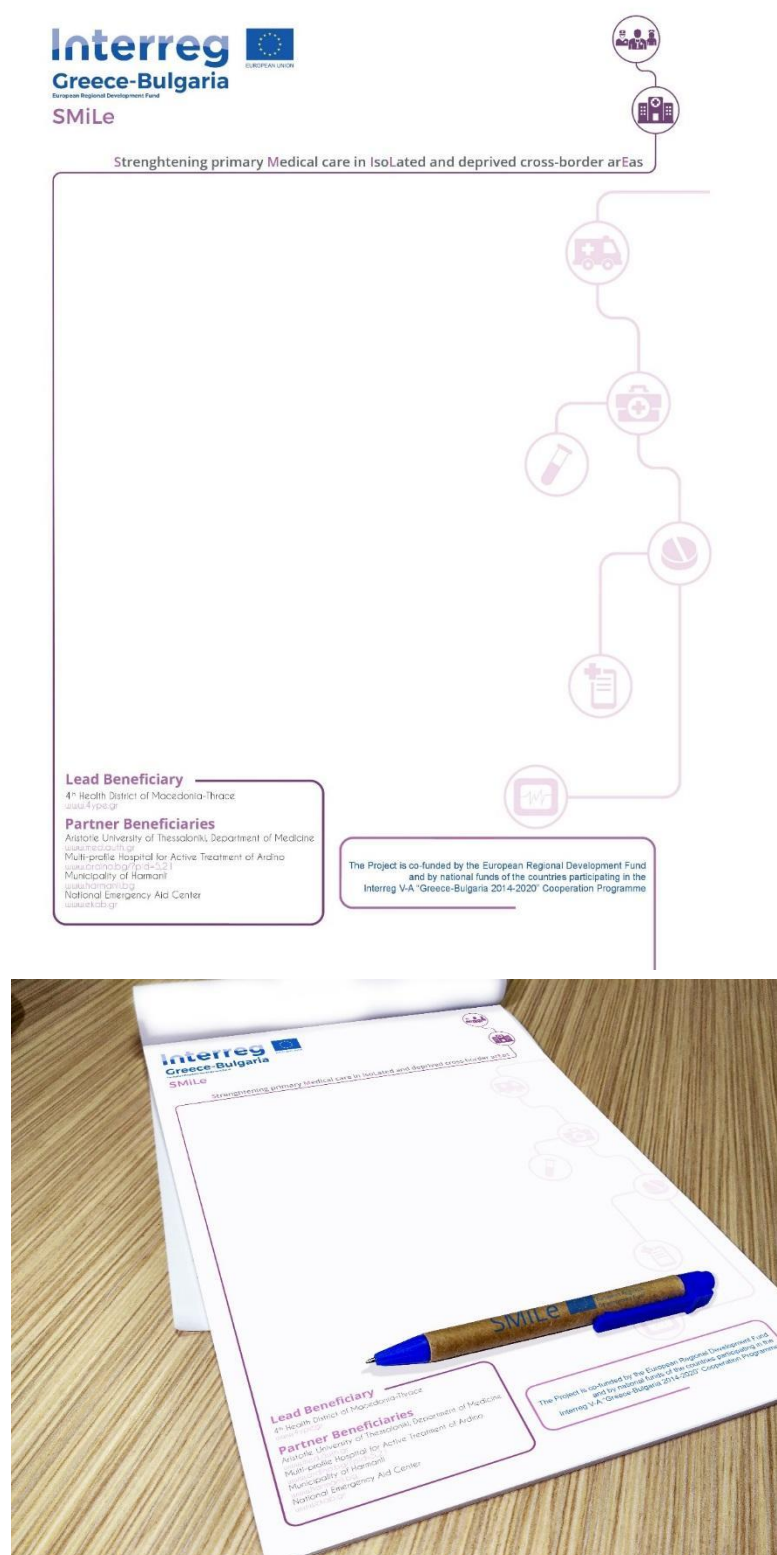
Strengthening primary medical care in isolated and deprived cross-border areas

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund and by national funds of the countries participating in the Interreg V.A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme



Бележник

Изображение 10: Предложение за бележник за проекта SMiLe



Κομуникационен план - Информационен и Публицистичен Наръчник

SMiLe: “Укрепване на първичната медицинска помощ в изолирани и неблагоприятни трансгранични територии”

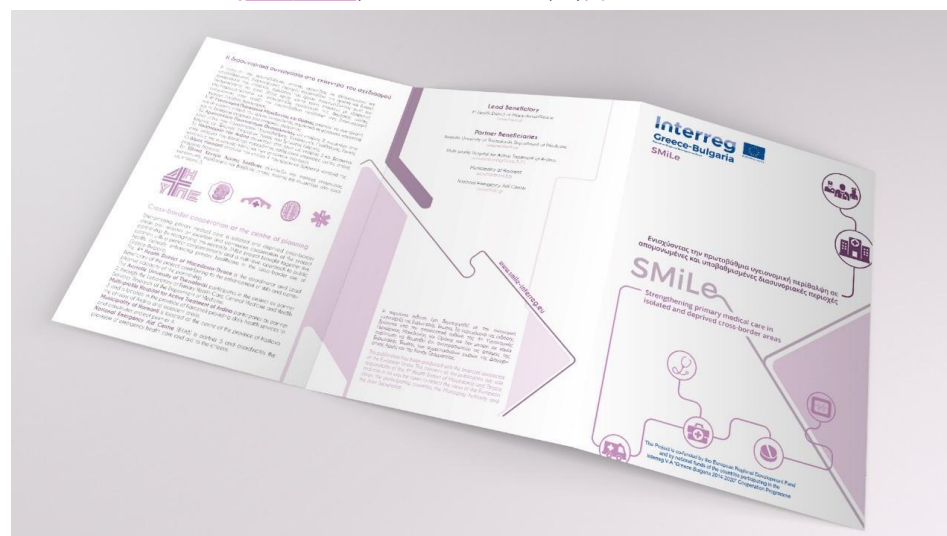
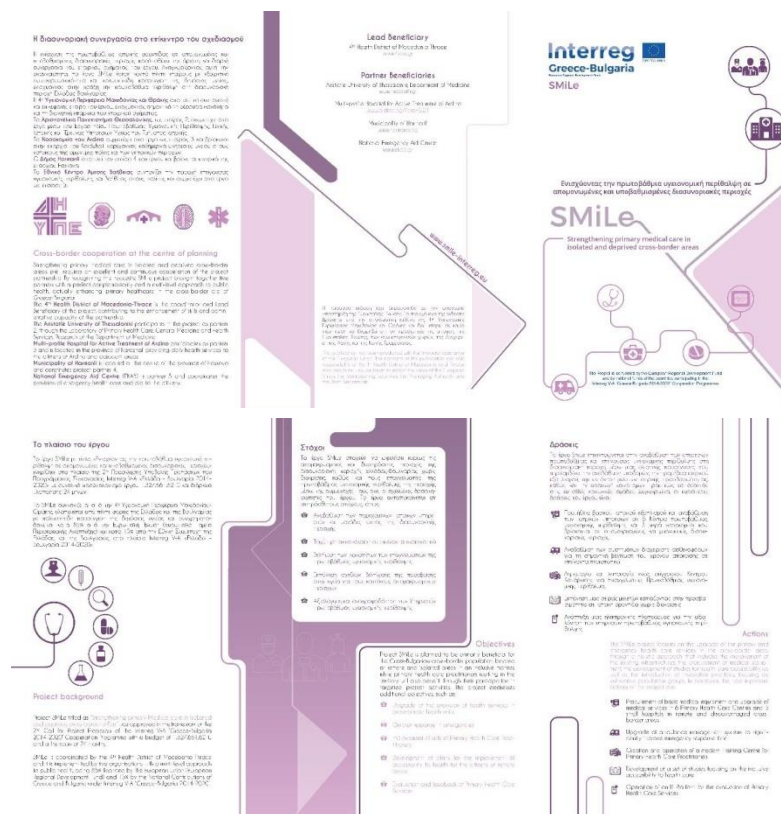
Химикалки

Изображение 11 : Предложение за химикалки за проекта SMiLe



Брошура

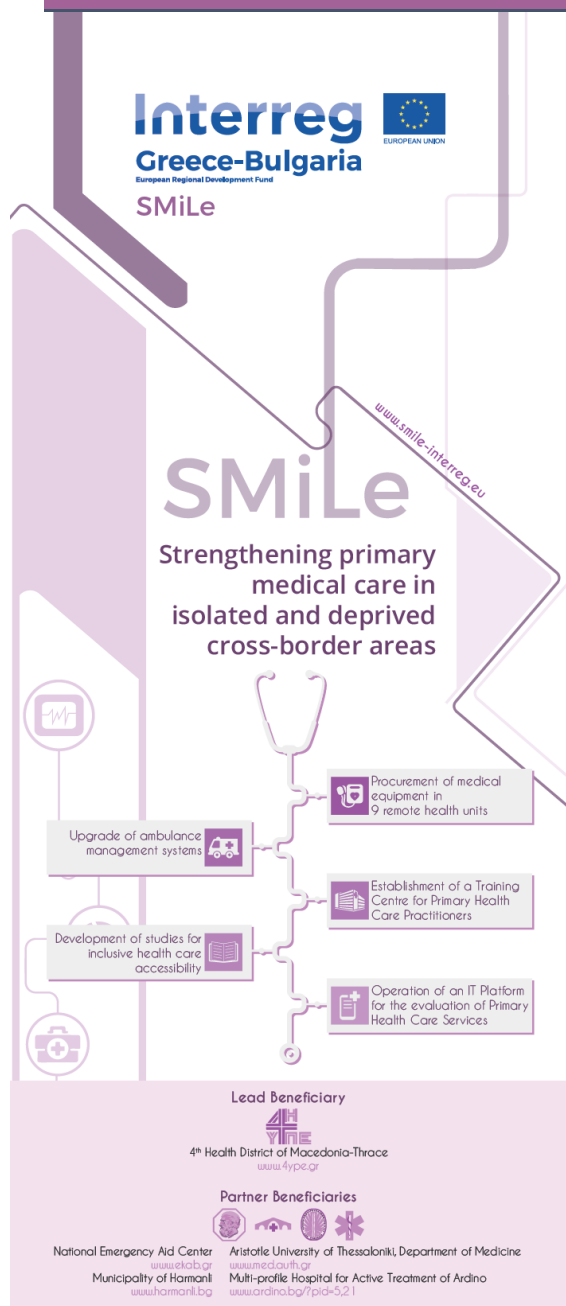
Изображение 12: Двезична брошура за проекта SMiLe



Банер

Изображение 13: Две (2) банер предложения за проекта SMiLe





The Project is co-funded by the European Regional Development Fund and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme



Дипляна на три езика (16 страници)

Изoбpaжeниe 14: Πρeдлoжeниe за дипляна на три (3) eзика за пpoкeтa SMiLe project



4.4.4 Задача 4 Организиране на открити събития по проекта

За даване на гласност на проекта ще бъдат организирани редица мероприятия. По-специално, в Гърция ще се проведат следните събития:

- Организиране на два (2) информационни дни, озаглавени "Първична здравна грижа, достъпна за всички", която ще се проведе в гр. Неврокоп и в гр. Димотика, насочена към широката публика
- Организиране на един (1) информационен ден, озаглавен "Първична здравна грижа, достъпна за всички", който ще се проведе в с. Ясъкьой (с акцент върху здравните работници и заинтересованите страни)
- Заключителна конференция в Солун
- Една научна конференция в Солун

Следните събития ще се проведат в България:

- Организиране на две пресконференции
- Организиране на два информационни дена, озаглавени "Първична здравна грижа, достъпна за всички"
- Организиране на заключителна конференция

Въз основа на работните материали (формуляр за кандидатстване, обосновка на бюджета, ръководства за публикуване и др.), описани подробно в раздел 4.4.1, горепосочените информационни дни трябва да спазват следните стандарти:

- Разработване на подробен дневен ред, както и диалог с лекторите и организаторите на събитието (водещ или партньор бенефициент)
- Участието на поне двама лектори
- Подготовка, графичен дизайн и изработване на покани на местния език и на английски език
- Наличие на цялото необходимо аудиовизуално оборудване (микрофони, лаптопи, проектори и др.) В координация с организатора
- Наличие на кетъринг / кафе-пауза за очакваната аудитория, която включва i. топли и студени напитки, ii. сокове, iii. вода, iv. бисквити, торти и т.н.
- Наличие на адекватен превод
- Подготовка на презентационния материал в координация с организатора
- Фотографско отразяване на събитието
- Насърчаване на събитието в местните медии и издаване на комюнике за събитието
- Публикуване на статии в местната преса
- Представяне на доклад за събитието на местния и английски език.

В допълнение към горепосоченото събитие на Заключителната конференция трябва да се придържа към следното:

- Осигуряване на транспорт на лекторите от организатора и екипа на събитието
- Фотографско и аудиовизуално отразяване на събитието
- Административна дейност на конференцията, включваща списък с присъстващи
- Публикуване на статии в местната преса и аудиовизуално медийно отразяване
- Препис на протоколите от конференцията на местния език, както и резюме на английски език

Научната конференция следва да следва горепосочените и всички други специални изисквания, тъй като те ще бъдат определени от главния партньор на събитието (the AUTH).

По отношение на пресконференциите следва да се вземат под внимание следните елементи:

- Разработване (графичен дизайн и печат) и разпространение на покани до местните медии, местните и регионалните власти в района на трансграничната област и на двата езика.
- Наличие на подходящо помещение за пресконференция, както и необходимата аудиовизуална техника.
- Своевременна подготовка на лекторите на местния и английски език
- Наличност на кетъринг / кафе пауза
- Наличие на симултанен превод между местните езици
- Административна дейност по време на събитието
- Подробен списък на присъстващите
- Фотографско документиране на събитието
- Публикуване на статии в местните медии свързани с пресконференцията

Изображение 15: Макети за поканата и дневния ред на събитие по проект SMiLe



Изображение 16: Макет на плакат за събитие по проект SMiLe



4.4.5 Задача 5 Уеб страница на проекта

Уеб страницата на проекта трябва да бъде разработена естетически добре, да е лесна за работа, удобна и функционална за ползване. Цялостният дизайн на уеб страницата ще следва правилата за функционалност и достъпност, определени от Nielsen Norman Group (<http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics>) и W3C (<http://www.w3.org/TR/WCAG10>).

При проектирането на страницата следва да се вземат под внимание:

- Елементите на потребителския интерфейс, например. бутоните, лентите за превъртане и т.н. не трябва да са изображения
- Всички оформления на уеб страниците трябва да бъдат последователни (пример дизайн, цветове и т.н.).
- Всички използвани термини трябва да бъдат последователни (пример меню)
- Всички заглавия, заглавия и т.н. трябва да бъдат последователни

- Размера на шрифта и форматът трябва да са лесно четливи
- Оформлението трябва да бъде автоматично подредено спрямо размера на екрана, видим от потребителя
- Текстовете и фонът трябва да имат контраст между тях
- Трябва да се предоставят миниатюри за снимки (Thumbnails) и / или други графични елементи.

Дизайнът на уеб сайта ще използва най-новите технологии като HTML5, CSS3, JavaScript / Ajax / jQuery, за да осигури функционална, надеждна и графично стабилна уеб страница.

Система за управление на съдържанието

Уеб страницата трябва да има лесна за използване и проста система за управление на съдържанието. Тя трябва да позволява дистанционно управление за всички потребители със съответния достъп, който да бъде достъпен чрез интернет браузър без нужда от сложен софтуер и т.н. Управлението на съдържанието трябва да бъде лесно за използване от потребители с основни ИТ познания.

Всяка уеб страница трябва да може да поддържа текст, новини, съобщения, графики, снимки, видео, звукови файлове, документи на Microsoft Office, PDF документи или код в случай на Flash съдържание. Освен това тя трябва да може да включва връзки и файлове от социални мрежи. Системата за управление на съдържанието трябва да позволява на оторизираните потребители да променят и / или актуализират съдържанието на уебсайта. За улеснена работа със съдържанието трябва да има наличен вграден инструмент за форматиране на текста WYSIWYG (това, което виждате е това, което получавате), както тези в Microsoft Word, OpenOffice и т.н. Управлението на новини и съобщения трябва да е осъществимо от едно централизирана място , което ще позволи включването, актуализирането и / или изтриването на съдържание и ще поддържа RSS 2.0.

Форма за контакт

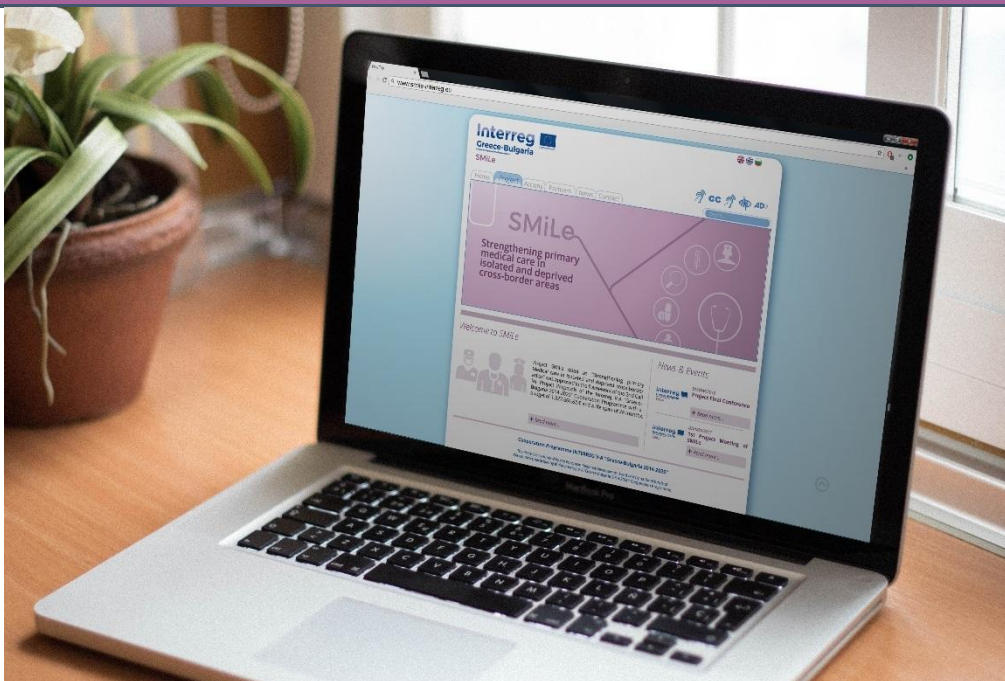
Сайтът ще предлага и форма за контакт, която ще позволи на посетителите лесно да изпращат заявки или мнение относно уебсайта и / или проекта. Електронните писма ще бъдат препращани автоматично на отговорните служители на ВБ и ПБ4.

Достъп на хора с увреждания до уеб сайта

Уеб страницата трябва да следва насоките за съответствие на ниво А на WCAG 2.0. Системата ще се съобразява с правилата за достъпност на хората с увреждания от Консорциума на World Wide Web (W3C). Правилата и указанията са достъпни на уебстраницата на инициативата за достъп до интернет (WAI) в <http://www.w3.org/WAI/>.

Изображение 17: Макет на уеб страницата на проект SMiLe





4.4.6 Задача 6 Изготвяне на пет-минутен видео спот

Аудио-визуалният материал е един от най-важните инструменти за информиране и разпространение. Употребата му гарантира, че идеята и посланието на проекта ще бъдат представени по прост и разбираем начин за широката общественост и целевата аудитория. Освен това използването на аудио-визуални инструменти укрепва посланието и го прави по-интересно, тъй като според ръководството " 'Interreg в движение' INTERACT юли 2017 г. използването на видеоклипове като средство за разпространение на проекта е умно, съвременно, забавно и също икономически ефективно средство.

Видеоклиповете са доминиращ инструмент в сферата на цифровата комуникация и са изключителен инструмент за разпространение на сложни съобщения сред широката общественост. Според инициативата 'Interreg в движение' INTERACT юли 2017:

Програмата позволява създаването и използването на видеоклипове според поставените цели. Например:

- Популяризирайте програмата, за да предадете посланието "ние съществуваме", "ние вършим нещата" и "има ползи за нас, ако работите с нас" на вашите потенциални заинтересовани страни и по-широка аудитория.
- Изкажете покана за представяне на предложения от аудиторията, да получите повече идеи за проекти и да финансирате още по-добри такива.

- Обучете потенциалните кандидати, които по-късно да са Ви партньори, за да подобрите качеството на изпълняваните или идейни проекти. което ще спести на вашите "настоящи колеги" време обяснявайки основите.
- Популяризирайте проекти и / или техните резултати: показвайки активностите и тази програма.
- Да се изтъкнат постиженията, както се прави в оценката на програмата в края на програмния период, като се комбинират действителните кадри от тези постижения с творчески подходи като анимирани инфографики.
- Промотирайте голямо събитие, като завършване на годишна конференция, форум, ден на сътрудничество и т.н., преди или него самото, показвайки основните му акценти и ключови послания.

Тези видеоклипове могат да се изготвят във формати като трейлъри, анимации, анимирани инфографики, интервюта, излъчвания на живо, уеб-семинари, записани събития, телевизионни предавания и доклади, видео обучение и др. "

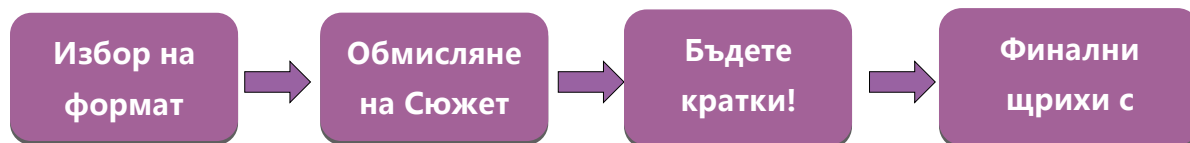
Екипът за видео продукция трябва да отговори на следните въпроси по време на фазата на планиране:

1. Коя е целевата аудитория и основните послания? Какво трябва да се постигне чрез видеоклипа? Видео ли е правилният начин да постигнете целта?
2. Какъв ще бъде форматът? Анимация или видео запис?
3. Коя е целевата аудитория?
4. Къде ще бъде качен?
5. Колко време трябва да се отдели за популяризирането на видеоклипа?
6. Кой ресурс трябва да бъде посветен на видеоклипа?

Трябва да се вземат под внимание и следните въпроси, свързани с популяризирането на проекта:

- Какво прави проекта различен?
- Какво се е подобрило благодарение на проекта?
- Какво би станало, ако не беше този проект?

Като цяло, видеоклипът трябва да се придържа към следната графика, която обобщава 4 основни стъпки за видео разпространението на проекта:



4.4.7 Задача 7 Създаване и публикуване на вестникарски статии и прессъобщения

През периода на изпълнение на проекта SMiLe ще бъдат издавани общо 14 местни статии в пресата (6 на гръцки и 8 на български). Освен това, ПБ5 ще издаде общо 12 прессъобщения чрез своите налични канали.

Ако е необходимо, за всяка от гореизброените дейности от настоящият документ, както и съответните документи, обобщени в т.4.4.2, трябва да бъдат взети под внимание, за да се дефинират конкретно във всеки отделен случай:

- Целевата аудитория
- Област на публикацията
- Тематичната област на публикацията
- Основното послание на публикацията
- Използване на изображения и / или графични елементи

Изображение 18: Макети за публикации в местните вестници.



SMiLe: Eνισχύoνταc тiн πpωтoβάθμiα υγeιoнoμική πeρίθaλпη ce aπoμoνωмeнeс και υпoβaθμισмeнeс διαcυнopιαкeс пepиoчeс

Interreg
Greece-Bulgaria
European Regional Development Fund



SMiLe

Τo πλaίσιο тoυ έpγoυ

Τo έpгo SMiLe мe τίτлo «Eνισχύoνταc тiн πpωтoβάθμiα υγeιoнoμική πeρίθaλпη ce aπoμoνωмeнeс και υпoβaθμισмeнeс διαcυнopιαкeс пepиoчeс» eγkρίθnκε cтo πλaίσιο тiн 2* Πpόσκληcηc Yпoβoλήc Πpотάccων тoυ Πpогpάμμaтoυ Cυνepγoσiac Interreg V-A «Eλλάδa-Bουλapия 2014-2020» мe cυνoλικό πpотoпoλoγισμo έpγoυ 1.327.661,62 € και oιάρκειa υлoπoтiσnс 24 μηνών.

Τo έpгo SMiLe cтoχεύeи να oφeλiσeи κυpίαc тiс aπoμoνωмeнeс και oυcπpόcтeс пepиoчeс тiн διαcυнopιαкeс пepиoчeс Eλλάδaс-Bουλapияc, χωpиc oυκpίcтeс, καθoс και тoυc επαγγeλмaтiс тiн πpωтoβάθμiαc υγeιoнoμικήc πeρίθaλпηc тiн пepиoчeс мeтoυ тiн cυμμeтoчiс тoυc cтiс cтoχευoмeнeс, δpαcтiчpиoтiтeс тoυ έpгoυ. Τo έpгo aνταπoκpίνeтaи ce eπiπpόσθεтoυc cтόχoυc, oпac:

- Aναбáθμiнη тoн παpexóμeнoн ιaтpикoн υπnρeсioн aс μoνάδeс υγeиaс тiн διαcυнopιαкeс пepиoчeс
- Tαχýтepη aνταпoкpίσn ce eπéιγoнta пepиcтaтiкá
- Bελтioсn тoн ιkaнoтiтaн тoн επαγγeλмaтioн тiн πpωтoβáθμiαc υγeιoнoμικήc πeρίθaλпηc
- Eκπóнnшeс cтeдioн βeтiиoсn тiн πpόσбaшeс cтiн υγeиaс γиa тoυc кaтoικoυc aπoμoνωмeнoн пepиoчeс
- Aξιoлoγiшeс και aνaтpофoδoтiшeс тoн Yпnρeсioн πpωтoβáθμiαc υγeιoнoμικήc πeρίθaλпηc

Η διαcυнopιαкeс cυнepγoσiα cтo eπiкeнтpо тoυ cтeдiαcμoυ

Τo SMiLe υлoπoтeиτα aπó πένтe фopеiс тiн Eλλάδaс και тiн Bουλapияc мe πoλυeтiπeдiπpόσeγгaшe тiн oпiкoсoс υγeиaс, тiн 4* Yγeιoнoμική Πepитeрeтa Mакeдoνiαс-Θpáкiн (Cυνтoнiσтiс και Eπiкeфapáλiс Eтaiρoс), тo Aρiстoтeлeиo Πaνeπισтiμiо Θεccalóнiкiн, мeтoυ тoн Yпiμaтoс Iaтpиkин, тo νoсoкoμeиo тoυ Aгdиno (MHAT-Aгdиno), o Aήμoс Hamanli και тo Eθнiкó Kένтpо Aмeσiс Bóηθeиaс. Η cυнepγoσiα тoυc cтoн тoμeα тiн υγeиaс aνaмeиeтaи να cυμβάлeи cтiн aнaбáθμiшeс тoн υпnρeсioн πpωтoβáθμiαc και eπeιγoυciac υγeιoнoμικήc πeρίθaλпηc cтiн διαcυнopιαкeс пepиoчeс, καθoс και cтiн διαcυнopιαкeс cυнepγoσiα мeтaзу тiн Eλλάδaс και тiн Bουλapияс.

Τo έpгo cυγгpиaтoдoтeиτα кaтá 85% aπó тiн Eυpωпaиkή Ένωcи (Eυpωпaиkό Tαμeиo Πepитeрeтa-тiн Aνάπтiчeс) και кaтá 15% aπó тiн Eθнiкή Cυμμeтoчiшe тiн Eλλάδaс και тiн Bουλapияс cтo πλaίσιο тoυ Πpогpάμμaтoυ Eдaφiкiн Cυнepγoσiac Interreg V-A «Eλλάдa-Bουλapия 2014-2020».

Oι aνaλυтiкeс πλiнpoфopиeс γиa тoυc cтόчoυc тiс, δpάcтeс, тa aπoтeлeсмaтa και тoυc eтaiρoυc тoυ SMiLe eиvαи διαбeтoмeс cтiн eπiтiμiη ιтoсeлiдa тoυ έpгoυ cтo www.smile-interreg.eu.

Τo έpгo cυγгpиaтoдoтeиτα aπó тo Eυpωпaиkό Tαμeиo Πepитeрeтaиkήc Aνάπтiчeс και eθнiкoυc пoρoυc тoн χωpиoн πoυ cυμμeтeчoυн cтo Πpόγpαμμa Cυнepγoσiac Interreg V-A "Eλλάдa-Bουλapия 2014-2020"

4.4.8 Задача 8 Кампания в социалните мрежи

Настоящата задача има за цел да състави план за онлайн реклама и действия, за даване на гласност на проект SMiLe. Задачата е съсредоточена върху социалните мрежи.

Общият ефект от кампанията трябва да бъде структуриран по начин, който позволява наблюдението и оценката му, и по-специално посредством модела SMART за специфични, измерими, постижими, подходящи, времево обвързани цели.

Задачата ще използва социалните мрежи, чрез които проектът като цяло и по-специално ВБ ще могат да:

- Имат по-широк достъп до обществеността, в сравнение с обикновените средства за масова комуникация, включително и обратна връзка от потребителите
- Насърчават специфичните характеристики на резултатите от проекта
- Имат гъвкавост и разнообразие при популяризирането на новини, съобщения и / или важни послания
- Развиват активен кръг от последователи, които на свой ред ще могат да популяризират проекта и неговите предимства за района на ЦБ
- Имат количествено и качествено наблюдение на характеристиките на последователите, посетителите и т.н., което позволява по-целенасочен апел.

Мережи за споделяне на съдържание

Онлайн кампанията на проекта се основава на следните платформи, които са специално свързани помежду си, за да дадат възможност за синергичен ефект, минимизиране на времето за управление и максимално въздействие.

- **Уеб сайт**

Сайтът трябва да бъде свързан с трите основни социални мрежи, позволяващи взаимодействие между социалните тях и умножаване на цялостната популяризация на проекта в трансграничните райони.

- **YouTube**

"Официалният" канал в YouTube трябва да бъде основното хранилище за видео материали на проекта. Видеоклиповете ще бъдат популяризирани от други социални мрежи, като Facebook и Twitter.

- **Facebook**

Facebook трябва да бъде основната социална среда за популяризиране на проекта SMiLe. Чрез профила на проекта във Facebook ще могат да се качват различни материали като видеоклипове, снимки, статии, специализирано съдържание за последователи. Уеб страницата трябва да се актуализира с оригинални материали или друго съдържание, като например съдържание от уеб сайта. Целта е да се изгради общност, която да следва дейностите на проекта и на свой ред да следи одобрението на съдържанието от аудиторията и т.н.

- **Twitter**

Twitter ще се използва за насочени кратки съобщения, които включват главно препратки към друго съдържание, налично в уебсайта на проекта и / или в

профила на проекта в Facebook. За по-ефективна комуникация проектът трябва да приеме специфични хаштагове . Предложените хаштагове са:

#smileProject

#healthwithinreach

5 Индикатори на ефективността

Успехът на комуникационната стратегия ще осигури:

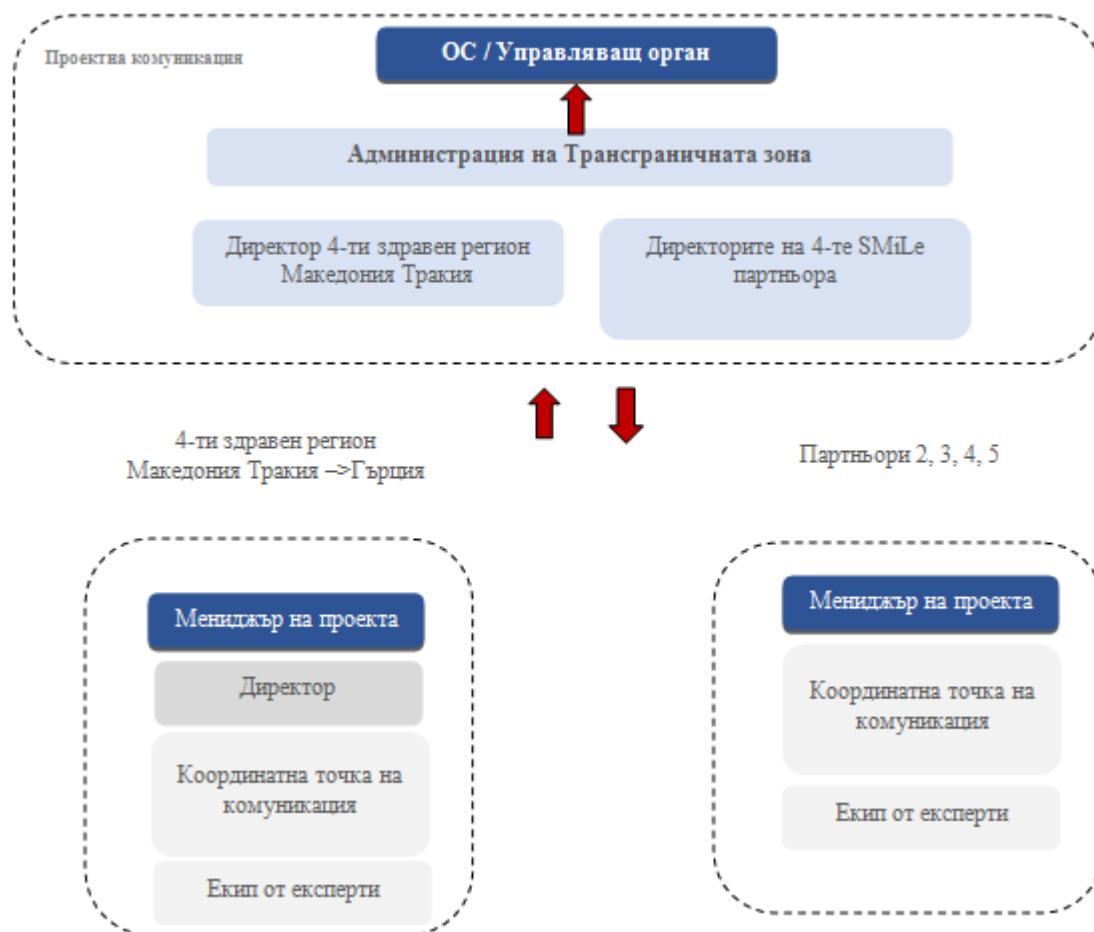
- Информация за всички заинтересовани страни относно проекта и неговите действия.
- Разбиране на целите и стратегията на проекта.
- Участие на посетители в обществените мероприятия, организирани в рамките на проекта
- Разпространение на информация.
- Постигане на конкретните цели за всяка целева група

Индекс	Целева стойност
Информационен Комплект	600
Плакати	10
Статии във вестници	14 (6 в Гърция, 8 в България)
Прессъобщения	12 (В Гърция)
Събития свързани с проекта	5 инфо дни (3 в Гърция, 2 в България) 2 конференции (1 в Гърция, 1 в България) 1 Научни конференции (В Гърция) 2 пресконференции (В България)
Участници в събитията	400
Разработка на уеб страница	1
Уникални посетители в интернет страницата	1,000
Профили в социални мрежи	3
Последователи в Facebook	100
Последователи в Twitter	100
Гледания в YouTube	300

6 Ресурси

6.1.1 Комуникационен екип и човешки ресурси

Комуникационната стратегия ще бъде реализирана от ВБ с приноса на всички партньори. Тя ще включва както лични, така и външни сътрудници, както и мениджъри от управляващия орган, които ще одобряват действия и материали. Диаграмата представя организацията на ролите в прилагането на Наръчника за информация и публичност и на участващите хора.



Експертните екипи са подчинени на директорите на институциите, за които работят, докато цялостните екипи по проекта са подчинени на директора на всяка партньорска институция. Всички партньорски институции се сапочинени на ВБ.

На екипите външни експерти се възлагат следните роли:

- Ръководител проект
- Комуникационен мениджър
- Мениджър за осигуряване на качеството
- Членове от областите
 - Комуникации
 - Графичен дизайн
 - IT сфера
 - Лингвистика по местен език и главния език на програмата

Освен това се препоръчва всички резултати да следват процес на свързан контрол по осигуряване на качеството.

6.1.2 Разпределяне на работното време

Разпределението на работата на екипа, отговорен за информационно разпространение на проекта, е резултат от сформиранието на организационната структура и разпределението на отговорностите за всеки член.

Комуникация и разпространение	Работни часове	В пъти	Общо работно време
ВБ			
D.2.1.1.Комуникационен План, Лого и Слоган			
Задача 1 Комуникационен План			
D.2.1.1.A Комуникационен План	40	1	40
Task 2 Разработване на визуална идентичност на проекта SMiLe			
D.2.1.1.B Визуална идентичност	40	1	40
D.2.1.2 Печатни и електронни информационни материали			
Задача 3 Проектиране и производство на информационни и рекламни материали на проекта SMiLe			
D.2.1.2.A Пощенски картички (20.000)	64	1	64
D.2.1.2.B Пощенски картички на Брайлово писмо (1.000)			
D.2.1.2.C Информационни пакети (600)			
D.2.1.2.D Рол-банери (10)			
D.2.1.2.E Информационна диплома за резултатите от проекта (1.000)	124	1	124
D.2.1.3 Конференции - Информационни дни			
Задача 4 Организиране на събития по проекта			
D.2.1.3.A Организиране на два (2) информационни дни	144	2	288

Комуникационен план - Информационен и Публицистичен Наръчник
SMiLe: "Укрепване на първичната медицинска помощ в изолирани и неблагоприятни
трансгранични територии"

D.2.1.3.B: Организиране на един (1) информационен ден	144	1	144
D.2.1.3.C: Заключителна Конференция	160	1	160
D 2.1.4. Медийни и уеб промоционални дейности			
Задача 5 Уеб страница на проекта			
D.2.1.4.Триезична уеб страница за проекта SMiLe	1760	1	1760
Задача 6 Изготвяне на петминутен видео спот			
D.2.1.4.B Изготвяне на петминутен видео спот	1760	1	1760
Задача 7 Създаване и публикуване на вестникарски статии и прессъобщения			
D.2.1.4.C Шест (6) статии от 280-350 думи в местните медии	16	6	96
Задача 8 Кампания в социалните медий			
D2.1.5.D Разработване на профили в социалните мрежи	2	24	24
PB2			
D 2.2.2. Медийни и уеб промоционални дейности			
Задача 5 Уеб страница на проекта			
D.2.2.2.A Четири (4) оп-изд за изпълнението на проекта	16	4	64
D.2.2.3 Конференции - Информационни дни			
Задача 4 Организиране на събития по проекта			
D 2.2.3. Организиране на една научна конференция	200	1	200
PB3			
D.2.3.1 Печатни и електронни информационни материали			
Проектиране и производство на информационни и рекламни материали на проекта SMiLe			
D.2.3.1.A Информационни пакети (150)	4	1	4
D.2.3.1.B Рол-банери (2)			
D.2.3.2 Конференции - Информационни дни			
Задача 4 Организиране на събития по проекта			
D 2.3.2.A. Организиране на 1 пресконференция	144	1	144
D 2.3.2.B Организиране на заключителната конференция	160	1	160
D 2.3.2.C Организиране на 1 информационен ден	144	1	144
D 2.3.3. Медийни и уеб промоционални дейности			
Задача 5 Уеб страница на проекта			
D 2.3.3.A. Превод и актуализиране на уеб страницата на български език	300	1	300
Задача 7 Създаване и публикуване на вестникарски статии и прессъобщения			

Комуникационен план - Информационен и Публицистичен Наръчник
SMiLe: "Укрепване на първичната медицинска помощ в изолирани и неблагоприятни трансгранични територии"

D 2.3.3.B Четири (4) статии от 280-350 думи в местните медии	16	4	64
PВ 4			
D.2.4.1 Печатни и електронни информационни материали			
Проектиране и производство на информационни и рекламни материали на проекта SMiLe			
D.2.4.1.A Информационни пакети (150)	4	1	4
D.2.4.1.B Рол-банери (2)			
D.2.4.2 Конференции - Информационни дни			
Задача 4 Организиране на събития по проекта			
D 2.4.2.A Организиране на 1 пресконференция	144	1	144
D 2.4.2.B Организиране на заключителната конференция	160	1	144
D 2.4.2.C Организиране на 1 информационен ден	144	1	144
D 2.4.3. Медийни и уеб промоционални дейности			
Задача 7 Създаване и публикуване на вестникарски статии и прессъобщения			
D2.3.4.A Четири (4) статии от 280-350 думи в местните медии за популяризация на проекта, неговата дейност и резултати.	16	4	64
PВ 5			
D 2.5.1. Медийни и уеб промоционални дейности			
Задача 7 Създаване и публикуване на вестникарски статии и прессъобщения			
D 2.5.1.A Дванадесет (12) прессъобщения чрез наличните канали на ПБ5	8	12	96

6.2 Бюджет

В следващия раздел е представен разпределеният бюджет за задачи, описани по-горе за резултат и партньор. Както беше отбелязано в увода, комуникационният план представлява динамичен инструмент, приспособен към ефективността на дейностите по информиране и публичност на проекти, както и към вътрешната и външната му среда. Корекциите включват изменения в бюджета поради по-добра ефективност на наличните ресурси от партньорите. Следната таблица представя базовата линия за бюджета за разпространение и комуникация за работен пакет2.

Работен пакет 2 Комуникация и разпространение	Персонал	Офис & Администрация	Външни услуги	Общо
ВБ				37,800.00
D.2.1.1.Комуникационен План, Лого и Слоган			1,500.00	1,500.00
D.2.1.2 Печатни и електронни информационни материали			8,900.00	8,900.00
D.2.1.3 Конференции - Информационни дни			15,500.00	15,500.00
D 2.1.4.Медийни и уеб промоционални дейности			11,900.00	11,900.00
ПБ2				7,650.00
D 2.2.2. Медийни и уеб промоционални дейности	2,350.00	300.00	2,350.00	2,650.00
D.2.2.3 Конференции - Информационни дни			5,000.00	5,000.00
ПБ3				8,630.00
D.2.3.1 Печатни и електронни информационни материали			630.00	630.00
D.2.3.2 Конференции - Информационни дни			6,400.00	6,400.00
D 2.3.3. Медийни и уеб промоционални дейности			1,600.00	1,600.00
ПБ 4				5,830.00
D.2.4.1 Печатни и електронни информационни материали			630.00	630.00
D.2.4.2 Конференции - Информационни дни			4,000.00	4000.00
D 2.4.3. Медийни и уеб промоционални дейности			1,200.00	1,200.00
ПБ 5				300.00

D 2.5.1. Медийни и уеб промоционални дейности

300.00

300.00