




Европейски съюз
Регионална политика

rapoportа

inforegio

32

Зима 2009/2010 г.



Комуникативност на регионалната политика на ЕС

Нека постиженията да говорят

bg

УВОДНА СТАТИЯ

Дирк Анер

3

ОБЩ ПРЕГЛЕД

Регионалната политика – история за всеки

4–8

ИНТЕРВЮТА

Диана Чепишева – Ева Мартинес Ороса – Гиедриус Сурплис – Патриция Ленцарини

9–12

ОТ МЯСТОТО НА СЪБИТИЕТО

Програми в ефира на Португалия – Свеж подход за градско обновление в Гент и Фландрия – Използване на конкурси за предаване на посланието в Полша

13–15

С НАСОЧЕНОСТ КЪМ ВСИЧКИ

Обиколката на Тулуза – глътка чист въздух

16–17

СПОДЕЛЕТЕ: ВЪПРОСИ И ОТГОВОРИ

Отговор на вашите въпроси по комуникация

18

ОБЩА БАЗА

Нека всяка дума да е от значение

19

НАУЧЕТЕ ПОВЕЧЕ

20

РОЛЯТА НА REGIO

Бъдещето на политиката на сближаване

21

НАШИТЕ ПРОЕКТИ – ПОГЛЕД ОТВЪТРЕ

Musikpark, Манхайм – Центърът за нано-здраве, Суонзий

22–23

РАБОТА В МРЕЖИ

„Дни на отворени врати 2009 г.“ – Представителствата дават мненията си за комуникацията

24–26

КАЛЕНДАР НА СЪБИТИЯТА

27

28

ИЗКАЖЕТЕ МНЕНИЕТО СИ

Снимки (страници):

Корица: Управляващ орган на източна Холандия

Страници 6, 7, 9, 12, 18, 19, 21, 24–25, 26: © ЕС

Страница 5, 10: © Диана Чепишева

Страница 9: © Стив Троис

Страница 11: © Неринга Орлаите

Страница 12: © Патриция Ленцарини

Страница 13: © Радио notiicias

Страница 14: © Град Гент - Dienst Voorlichting

Страница 15: © Полско министерство на регионалното развитие

Страница 16–17: © Истокфот

Страница 22: © Musikpark, Манхайм ООД

Страница 23: © Център за нано-здраве

Списание е отпечатано на английски, френски и немски върху рециклирана хартия.

Достъпно е на 21 езика на интернет адрес http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_en.htm

Изразените в публикацията мнения са на самите автори и не изразяват непременно становищата на Европейската комисия.



Комуникация: нека всяка дума да е от значение

Навсякъде из Европа хиляди животи се промениха като резултат от проекти, финансирани от регионалната политика, проекти, носещи чисти води, нови транспортни връзки, обновени миньорски общини, нови работни места. Всеки проект носи собствена история големи инфраструктурни инвестиции, откриващи работни места в обществото; подкрепя за иновативни МСП, което помага на много млади хора да успяват на местно ниво, а не да се отправят към столиците; подобрене на очистването на водите, което направи местни реки източник на удоволствие за всички. Това е само малка част от различните видове дейности финансирани от регионалната политика. Парите се насочват към програми из целия ЕС с една ясна цел подобряване ежедневието на хората от съответните региони. Ефективната комуникация по дейностите на регионалната политика е толкова важна, колкото и ефективният финансов контрол: и двете уверяват данъкоплатеца, че една трета от бюджета на ЕС се изразходва правилно и ефективно.

Все пак, остава един парадокс: когато толкова много хора печелят от тези програми, защо толкова малко го осъзнават? Съществуват много причини: пресата не намира финансиранятия по регионалната политика като интересна тема; регионите са склонни да подценяват значението и приноса в контекста на ЕС ; накрая не целият персонал, работещ по комуникациите, има съответстващи познания, средства или време, за да направи съществен принос.

Какво може да се направи? Въпреки че има широко разпространено споразумение за нуждата от поставянето на човешка история в центъра на дискусиата по регионалната политика на ЕС, това не се практикува често. Въпреки това, както показват примери от различни региони, историята за истински хора увеличава силно шансовете регионалната политика да стане по-интересна в медиите. Информационната мрежа от служители по комуникация, със своите двукратни годишни срещи и своя уебсайт, дава добра възможност за споделяне и получаване на информация от опита, придобит от други чрез различни комуникационни практики. Всеки може да се възползва от опита на Информационната мрежа, за да разбере посланието на регионалната политика към по-добро.

Това издание на „Панорама“ показва защо нуждата от ефективна комуникация е толкова належаща, запознава какво правят другите и задава въпроси на журналисти какво ги кара да посегнат към клавиатурата и да започнат да пишат.

Времето, в което комуникацията с обществото като цяло е оставена на случайността, на втори план, трябва да остане в миналото. Сега нека всичко да тръгне с по-висока скорост и да допринесе сериозно за разкриване на историята на тази успешна политика. Ние знаем колко ценна е нашата политика. Ние не можем да очакваме всички останали да я подкрепят без да чуят повече за успехите ни.

Дирк Анер

Генерален директор, Европейска комисия
Генерална дирекция „Регионална политика“

” Времето,
в което комуникацията
с обществото като
цяло е оставена на
случайността, на втори
план, трябва да остане
в миналото. “

РЕГИОНАЛНА ПОЛИТИКА - ИСТОРИЯ ЗА ВСЕКИ

Висок бюджет, амбициозни програми и широкомащабни проекти – за толкова значителен елемент от Европейския съюз, Европейската регионална политика все още се бори за видимостта, която заслужава. В това издание на „Панорама“ ние разглеждаме значението на комуникацията, проучваме правилата, които ще направят комуникационните дейности задължителни, правим близък преглед на начините, по които служителите по комуникации могат да изпратят своите послания и да използват интригуващи примери на успешна дейност, които ще допринесат повече за творческия успех от парите.

Какво трябва да бъде направено

Като част от правилата ръководещи управлението на дадена програма, получаваща регионално от ЕС, органите имат задължението да популяризират дейностите си.

Естествено, установяването на близки контакти с медиите и използването на интернет пространството са два от най-вече прилаганите методи за достигане до масовата публика. Но за управляващите органи съществува и целта за достигане до потенциалните бенефициери на проектите. Една или повече от следните институции би трябвало да бъдат включени при тези усилия:

- Национални, регионални и местни органи;
- Търговски и професионални асоциации;
- Икономически и социални партньори;
- Неправителствени организации;
- Организации, представляващи бизнеса;
- Информационни центрове;
- Образователни институции.

Най-малко един път годишно трябва да се организира значимо мероприятие, за да се представят например постиженията на програмата. Това може да бъде направено под формата на нов уеб сайт, конференция или ден на отворени врата. А флагът на ЕС трябва да бъде развят за най-малко една седмица от 9-ти май, извън сградата на управляващия орган. Крайната цел е да се почувства регионалната политика на ЕС – проектите са важни за гражданите.

Ако изпълнявате програма финансирана по линия на регионалната политика, то 2010 година ще бъде значима година за вас, защото за първи път в годишните доклади за изпълнение за 2010 година (които трябва да се представят в Брюксел на 30 юни 2011 год.) е необходимо да съдържат отделна глава, отнасяща до информационните и рекламни дейности, предприети от управляващите органи. Идеята зад това изискване е да се гарантира, че управляващите органи ще преценят дали техните

комуникационни приоритети, определени в началото на периода на програмата, са все още актуални и дали предприетите действия за постигане на тези цели са доказано адекватни. Ако е необходимо, тази инициатива ще допринесе за усъвършенстване на целите и инструментите, посочени в комуникационния план.

„Това изискване не трябва да се разглежда като бюрократична тежест, а като възможност за всяка програма да прецизира комуникационните си дейности според реалните нужди за 2-3 години при изпълнението на програмата“, подчертава Рафаел Гуле – ръководител на информационното и комуникационно звено в Генерална дирекция „Регионална политика“ (ГД REGIO).

Защо да се постави акцент върху резултатите?

Около една трета от общия бюджет на ЕС отива за подкрепа на финансирането на регионалната политика. Предвид размера на отпусканите средства, темата винаги е в центъра на дебата. Необходимо е да се направи обосновка за частта разпределяна за регионалното финансиране.

Тази обосновка може да бъде единствено под формата на ясни примери, за това как се харчат парите и доколко успешно се изпълняват програмите. Въпросът за прозрачността също заема централно място сред мотивите на обосновката: начинът, по който се разпределят парите, трябва да бъде ясно приложим и открит.

Тъй като управлението на средствата и тяхното разпределение е най-вече в ръцете на националните и регионалните власти, а не на ГД REGIO, информационните и комуникационни действия трябва да произхождат от управителните органи.

„Наредбата, гласувана от страните-членки, бе приета, тъй като е основен начин за мотивиране на всеки да изкаже това, което е постигнато с въпросните пари“, обяснява Анабел Мопа, от пресслужбата на ГД REGIO.

Като изисква от управляващите органи да комуникират, наредбата относно структурните фондове дава възможност на регионите да покажат доколко успешно изпълняват програмата си и какво правят за своите граждани.

Ролята на ГД REGIO е да гарантира, че правилата регулиращи използването на структурните фондове се спазват, и да помага на управляващите органи да изпълняват задълженията си.

Слушат ли хората?

Еднобързо изследване на „Евробарометър“, проведено в началото на 2008 г., за мнението на обществеността относно политиката за регионално финансиране на ЕС, подчертава ползата от близкото ангажиране между служителите по комуникация и медиите. Над 27 000 произволно избрани граждани, на възраст 15 и повече години, са интервюирани в 27-те държави-членки на ЕС и както резултатите показват, по-голямото внимание върху комуникацията дава резултати.

Половината (49 %) от анкетирания са били наясно с подкрепата на ЕС за своя град или регион. Повече от две трети от анкетирания, знаейки за подкрепа на ЕС, са заявили, че подкрепата е била от полза (70 %). Само един на всеки пети от анкетирания не е видял никакъв положителен ефект от регионалната политика на ЕС (22 %). Информираността за подкрепата на ЕС е по-висока в 12-те по-нови страни-членки (60 % срещу 47 % в 15-те стари държави-членки).

Осигуряване на прозрачност – списъкът на бенефициерите

Ключов елемент на комуникационните изисквания, въведени за програмния период 2007–2013 г., е списъкът на бенефициерите. Това е част от инициативата за прозрачност, която задължава управляващите органи да идентифицират всички бенефициери на структурните фондове, разпределената сума, както и названията на подпомаганите дейности. С изключение на някои програми за европейско териториално сътрудничество, всички програми изпълняват това задължение. ГД REGIO насърчава всички заинтересовани страни да увеличават прозрачността и е създала на своята интернет страница интерактивна карта, показваща всички бенефициери на политиката на сближаване на ЕС. Основна предпоставка за прозрачност е свързването на публикуването на бенефициерите със системата за наблюдение на съответната програма, чрез създаване на напълно интегрирана система за управление и комуникация.

В контекста на **Информационната мрежа** от служители по комуникация от сектора на регионалната политика, ГД REGIO продължава да насърчава регионите да надхвърлят минималното изискване за публичност и да развият списъка на бенефициерите, като един цялостен инструмент за популяризация. Например, като се подготви наличната информация за национални/регионални сайтове в друг широко разпространен език, в допълнение към националния език или чрез предоставяне на информация на интернет страници, които са популярни и се включат дигитални карти, посочващи локацията на проекта.

Европейският парламент има особен интерес към въпроса за прозрачността. Едно скорошно проучване „на данни от инициативата за прозрачност и влиянието ѝ върху политиката на сближаване“, отбелязва, че данните за бенефициерите са обикновено лесно достъпни. Въпреки това са направени редица препоръки въз основа на вече съществуващите добри практики в някои от държавите-членки. Това включва подобряване на потребителския стил на предоставяната информация, информация за контакт с бенефициерите, могат също да се добавят резюмета на одобрените проекти, както и сферата на дейност и вида на получената подкрепа.

Красноречив пример за един уебсайт, който включва почти всички изброени по-горе характеристики, бе представен на заседание на Информационната мрежа от декември 2009 година. Унгарският сайт www.ropter.nfu.hu е онлайн инструмент за информация и комуникация, но в същото време и интегриран инструмент за управление. Бе създадена една-единствена ИТ система, включваща цялата съответна информация за управление и процедури по програмата (напр. кандидатстване за финансиране), изцяло достъпна чрез интернет.

Макар че не всички програми разполагат със средствата да използват подобен подход, този сайт е изразителен пример и може само да насърчи и други региони на ЕС да го последват.





ГД REGIO, помощ за вашите изисквания

Все пак изглежда, че наредбата може да се възприеме и като ограничение, затова ГД REGIO кани регионите да популяризират ефективните си методи за комуникация, в случая чрез мрежата „ИНФОРМ“.

Информирайте – извлекете максимума за вашия успех

Всеки управляващ орган е информирал ГД REGIO за определените служители, които отговарят за информацията и публичността на всяка оперативна програма. В допълнение, държавите-членки са определили едно лице за контакт за всички оперативни програми на страната. Тези комуникационни служители обменят идеи в мрежови форуми, като провеждат два пъти годишно конференции на Информационната мрежа, организирани от ГД REGIO.

На тези събития регионални служители по комуникационна политика от всички 27 държави-членки се събират, за да обменят опит и да се учат един от друг. На техния специализиран сайт посетителите могат да намерят новаторски идеи, форум за подкрепа при решаване на проблеми и инструменти, с които да популяризират своите постижения. Уебсайтът илюстрира информационни инструменти, които управляващите органи с гордост са представили: Информационната мрежа и нейната интернет страница са толкова динамични, колкото членовете на Информационната мрежа ги направят. Това е една възможност за служителите по комуникация да обменят добри практики. ГД REGIO не е тук, за да каже на програмите как да комуникират в даден регион. Това е решение, което трябва да се вземе на регионално ниво. Но с помощта на Информ ние представяме

примери на интересни комуникационни инструменти, които други програми успешно са използвали да популяризират своите проекти”, обяснява Петер Фишер, който е отговорник по въпросите на прозрачността и публичността в ГД REGIO.

Когато билбордове и възпоменателни плочи са задължителни, комуникационните служители имат по-богати идеи. Концепции, дейности и събития, привличащи общественото внимание, са изложени в сайта – това, което дава резултат в една държава, може да се адаптира в друга.

В една част от сайта дейностите са категоризирани според медиите, които използват. Публикациите включват примери за най-добрите практики, но също така насоки за това как да се комуникира по структурните фондове така, че потребителите да могат да намерят както практически съвети, така и примери за това какво те сами биха могли да постигнат. В други се изтъкват най-иновативните комуникационни събития в целия ЕС.

Регламентите призовават за оценка, но какво включва тя? Отново сайта на мрежата „ИНФОРМ“ може да помогне с набор от документи, разкриващи например как да се направи оценка на дейностите, насочени към журналисти, оценка на дадено събитие или сайт. Има общо девет на разположение – на немски, английски, испански, френски, италиански и португалски език.

Информ се роди от информационния екип на структурните фондове (SFIT), създаден по искане на комуникационните служители през 2002 г. До края на 2006 г. тя имаше около 100 члена от всичките 25 страни-членки и се бе събирала осем пъти. В края на 2009 г. Информационната мрежа има повече от 350 членове. За 2010 г. намерението на ГД REGIO е насърчаването на по-тесни връзки между комуникационните служители на управляващите органи и представителствата на Комисията в столиците на страните-членки, с цел увеличаване видимостта на регионалната политика на ЕС в регионалните медии.

Нашествие по улиците на Холандия

Двадесет мениджъри на проекти се събраха, за да разкажат своите истории за това какво значение има финансирането от ЕС за тяхната дейност чрез филми, демонстрации и интервюта, използвайки драма и музика. Те пренесоха своето послание на улицата, за да споделят с хората, живеещи в източната част на Холандия, че европейските пари са важни и за всяка добра идея е налице финансиране.

Люксембург работи интерактивно

Демографските промени са не е само случайно изплъзнала се фраза. Ако сте били в Люксембург в края на септември 2008 г., бихте могли да участвате в интерактивна изложба на улицата, показваща същността на нещата. Като ключова област от INTERREG IVB, програмата „Северозападна Европа“, целите и начините на финансирането ѝ бяха представени чрез конференции, музикални изпълнения, театър и дори „бързи“ запознанства.

Над 400 души са откликнали на шоуто със съобщения и завързането им на дърво като цветни панделки. Финансирането от ЕС и застаряващото население обикновено не са тема на улично тържество, но творчеството и въображението на комуникационните служители показаха, че може да се направи ефективно послание, без да е необходим огромен бюджет.

Няколко идеи за размисъл

Последните срещи на служителите по комуникации породиха следните примери за иновативен подход към бизнеса за ефективно запознаване с посланията:

- Пътуваща изложба, включваща компютри с гигантски сензорен екран, представяща информация за програмите на ЕФРР от 2000–2006 г. Успешен „информационен“ подход от Италия;
- Сътрудничество със средни училища от региона, където на учениците са предоставени видеокамери, за да изготвят собствени филми за влиянието на инвестициите от кохезионната политика (преди и след). Тази инициатива получи наградата за най-добрите практики от Италия;
- „Водно шоу“ за „Деня на Европа“: повишаване на осведомеността за изменението на климата в Литва: „еко-лодка“ обиколи основните реки на страната за един месец и приключи на 9 май на фестивала за „Деня на Европа“. „Капитанът“ пише на блога си по време на пътуването, като размишлява за кризата с изменението на климата и коментира различни проекти, финансирани от ЕС и срещани по маршрута. Една от най-интересните страни на това пътуване е взаимодействието с всички партньори, участващи в организирането на събитието;
- Младежка викторина, предавана по националната телевизия, за членството на Естония в ЕС с участието на 160 училища. Успешно интегриране на европейските изследвания в учебната програма и представяне на информация по забавен начин;
- Австрийски видеоклипове и подкасти, даващи трибуна на бенефициери да говорят за достиженията на проектите си

Как да се извлече най-доброто от наличните инструменти

Според Европейския комуникационен монитор (ЕСМ), едно от най-големите транснационални изследвания на стратегическата комуникация в Европа, онлайн комуникацията и интерактивните уебсайтове, използването на аудио и видео, ще има все по-голямо значение за връзките с обществеността в рамките на следващите няколко години. В **Бранденбург**, управляващият орган изпреварва тази тенденция със стартирането на привлекателен, интерактивен сайт. Едновременно странен и информативен, сайтът е необичаен, тъй като може да бъде променен от потребителя, който може да влачи и пуска елементи, включващи основните послания за ЕФРР, както и ролята на ЕС.

След показването си в 160 училища от цял Бранденбург, сайтът демонстрира пример за най-модерна технология – „Kubikfoto“. Сайтът представя на посетителите триизмерен свят, в който стотици единични снимки се използват за създаване на анимирана флеш „история“.

С избирането на различни изображения, които правят визуални абстрактните процеси, потребителят среща различни хора, занимаващи се с въпроси на ЕФРР, като ръководители на управляващия орган, партньори по проекта или служители, отговарящи за оценяването на заявленията за финансиране от ЕФРР. Сайтът предоставя на европейското финансиране човешко лице. Ежедневният труд на тези служители е обяснен, като дава на потребителите по-ясна представа, какво всъщност става в процеса на отпускане на средства.

Други части на сайта www.entdecke-efre.de предлагат на потребителите интерактивна „зала на славата“, представяща най-добрите практики – проектите могат да качват информация и да се представят сами така, че информацията тече в две посоки, от сайта към потребителите на сайта и обратно.

Мартин Мюлер, един от екипа на комуникационните служители в управляващия орган, дава ключовия замисъл на сайта: „Ние искаме да срещнем тези, които са наясно с интернет и използването на Мрежата в свободното си време за забавление и за да бъдат информирани. Така че ние включихме аудио, видео, текст и интерактивни снимки, за да се премине през сложни идеи по оживен начин. Чрез използване на всички възможности, предоставени от мрежата, за да задържим вниманието на нашите посетители и да ги насърчим да проучват, а статистиката сочи, че това се получава.“

Със седалище във Виена, **„Централноевропейската програма“** обединява осем страни от ЕС, пет гранични региони на Украйна и финансира разнообразни проекти. За да помогнат на своите бенефициери да общуват с пресата и общественото, те включват професионална комуникационна компания, която провежда двудневен семинар относно практическите аспекти на връзките с обществеността.

Над 70 души, най-вече водещи партньори и комуникационните мениджъри на вече одобрени проекти, взеха участие в семинара по темите: как да напишем съобщение за пресата; как да планираме публично събитие и как да привлечем вниманието. Маркус Щраднер, ръководител на звено за програмни комуникации от Съвместния технически секретариат, обяснява, че обратната връзка е много положителна: „Някои хора вече движат проект и затова знаеха повече, отколкото тези, които са само в началото. Но ние намерихме баланс и имаше за всеки по нещо.“

Карстен Дебес участва и не се съмнява в ползите. Той е водещ партньор в ресурсен проект, който има за цел да съживи бивши миньорски области. „Имаше едно упражнение, в което изигравахме контакт с журналист, професионалистите ни гледаха и след това ни казваха къде грешим. Мога да използвам това, което научих тогава редовно в работата си.“ Той е толкова убеден, че такъв вид учебен процес е начин за напредване, че провежда вътрешно обучение с всички участници в проекта. „Най-доброто нещо за този вид обучение е, че можете да го преживеете“, обяснява Дебес.

Наградите RegioStars – честване на върхови постижения

Като неразделна част от годишната конференция „Региони за икономическа промяна“, наградите RegioStars са един от акцентите на събитието. Създадени за „подобряване на информацията за добри практики, стимулиране на обмяна на опит и предоставяне видимост за прогресивното мислене“, наградите сега са и за информационни и комуникационни събития.

За 2009 г. награда за радиоспот, телевизионен спот или програма, подчертаващи предимствата на политиката на сближаване, бе присъдена на Гърция за чудатия и забавен телевизионен клип, наречен „Знаеш ли нещо за ИСПА“.

За категорията **„Информация и комуникация“** на наградите RegioStars за 2010 г., са получени 39 редовни заявки от сайтове за регионална политика. Победителят ще получи своята награда RegioStar на 20 май 2010 г. в рамките на конференцията „Региони за икономическа промяна“. Съревнованието е оспорвано – независимото експертно жури ще вземе трудно решение.

ДИАНА ЧЕПИШЕВА

Българско национално радио, кореспондент в Брюксел



Диана Чепишева отразява ефекта на членството в ЕС за нейната страна от началото на процеса и е спечелила наградата за радиожурналистика „Роберт Шуман“ на Европейската комисия.

Според Вас, широката общественост в страната/региона заинтересована и добре информирана ли е за европейската регионална политика? Ако не, защо?

Регионалната политика е от голямо значение за България – най-бедната държава на ЕС, но все още има много да се прави по отношение на разбирането как работи тази политика.

Огромни суми бяха замразени в резултат на нередности и измами. В същото време, българските власти не успяха да представят адекватни оценки за съответствие пред оперативните програми и повече от 6 милиарда евро, предназначени за страната, остават недостижими.

Ето защо, вместо да се интересува от стратегическата концепция на европейската регионална политика, широката общественост възприема ситуацията като национална недостатъчност: „ЕС е готов да ни даде много пари, за да наваксаме изоставането си, но ние не можем да се класираме.“

Това е една от основните причини за помитането на предишното правителство. Новото правителство дойде, обещавайки да се сложи край на корупционните схеми и да се гарантира правилното управление на средствата от ЕС. Решаващият въпрос сега е, дали все още има шанс да се стъпи на пътеката и най-накрая да получим парите. Тогава ние ще бъдем в състояние да започнем да проумяваме сложни термини като „сближаване“, виждайки как това наистина се случва.

Какво прави интересните истории за регионално финансиране?

Самата концепция за намаляване на различията в 27-те страни на Съюза е интересна в Централна и Източна Европа. Моят опит ме кара да вярвам, че практическите примери и истории за успехи са най-добрите пояснения. Те доказват, че „стимулирането на растежа и заетостта“ не е празна фраза. Дори и в България има много примери за това, как финансиране от ЕС може да доведе до промени.

Какви истории за регионалната политика на ЕС бихте искали да разкажете на аудиторията?

Бих искала да видя край на историите за блокирани плащания и движение към историите за влезли в страната пари – това е само въпрос на добро управление.

Тогава можем да се съсредоточим върху ключовите въпроси: как да се възползваме в пълна степен от финансирането на ЕС, как да се повиши енергийната ефективност, насърчаване на възобновяемите енергийни източници и да намираме на алтернативи, за да не сме зависими от Русия, как да използваме регионалната политика, за да ни помогнат да „позеленеем“ и да получим технологии с ниски въглеродни емисии и същевременно създадем нови работни места.

Друг основен въпрос е значението на тези нововъведения за ЕС и какво означават те за МСП. Списъкът е дълъг. В този момент, това изглежда малко абстрактно за много българи, но аз вярвам, че е възможно.

” Дори и в България има много примери за това, как финансиране от ЕС може да доведе до промени. “



ЕВА МАРТИНЕС ОРОСА

Комуникационен служител на програмата INTERREG IV „Северозападна Европа“



Според Вас, широката общественост в страната/региона заинтересована и добре информирана ли е за европейската регионална политика? Ако не, защо?

Мога да говоря само от гледна точка на „зоната на сътрудничество“, обхващаща моята програма – северозападна Европа. Тя покрива 19% от общата площ на ЕС27 и е дом на 179 милиона души. Ако се съди по броя на заявленията за проекти, които получаваме, можем да кажем, че като цяло населението на северозападна Европа е добре информирано за европейската регионална политика и нейните фондове. Има, обаче, много работа за вършене. Познанията за средствата не са толкова дълбоки, както бихме искали. Една от причините за това е големият брой на програми, занимаващи се с подобни проблеми в припокриващи се области. Това прави трудно разгадаеми по-голямата част от обхвата и приоритетите на всяка една програма и как те отразяват политиките.

Какво прави интересните истории за регионално финансиране?

Най-добрите истории за регионалните фондове са проектите, финансирани от тях. Те имат голям потенциал да се обръщат към хората, защото имат човешки мащаб и помагат за подобряване на ежедневието. Проектите, финансирани по програма „Северозападна Европа“, имат предимството: те вземат конкретни мерки и следователно са директно „усещани“ от гражданите. В нашия случай, те са също специални, защото са продукт на една международна „магия“, която дава възможност за отдалечените региони да работят заедно за общ резултат. Това ние наричаме в нашия жаргон „транснационално“. А един колега веднъж го сравни с група готвачи, всеки от които носи продукт за общата торта. Този международен характер, в същото време, е най-трудно да се разбере, да се предаде на медиите и от медиите.

” Проектите...
имат голям потенциал
да се обръщат към
хората, защото имат
човешки мащаб и помагат
за подобряване на
ежедневието “

Какво е най-голямото предизвикателство в комуникациите по програма като INTERREG „Северозападна Европа“?

Най-голямата трудност е да се създаде етикет за програмата, който да я разграничава от останалата част от програмите INTERREG. При информиране за нашите проекти, медиите обикновено споменават факта, че са финансирани със средства от ЕФРР, но не винаги включват името на програмата.



ГИЕДРИУС СУРПЛИС

Информационен служител на ЕИДП програма за ТГС Латвия, Литва и Беларус



От 2005 г. до 2009 г. Гиедриус Сурплис работи като информационен служител за INTERREG IIIA/TACIS Литва, Полша, Калининградски регион, програма „Добросъседство“ и ЕТС програма за ТГС Литва и Полша.

Според Вас, широката общественост в страната/региона заинтересована и добре информирана ли е за европейската регионална политика? Ако не, защо?

Някога в СССР имаше виц за човек, който отслабнал много бързо. Той обяснил това така: „включвам телевизора – гледам Брежнев, включвам радио – слушам Брежнев. Сега не смея да си отворя хладилника.“ Опасявам се, че положението започва да става аналогично и с комуникациите по ЕС.

Във всеки литовски всекидневник ще откриете куп статии с „Наредба №“ и „знамето на ЕС“, написани на скучен език. По този начин мисля, че комуникацията на ЕС започва да наподобява пропаганда и скоро може да настрои негативно нашата аудитория.

Така че реших да проведа малка електронна анкета на 117 души относно комуникацията на ЕС в Литва. Изненадващо, отговорите на анкетата ми показаха, че литовците все още не са преяли с ЕС. По-голямата част от тях заявиха, че не усещат излишък от информация за ЕС и не третират статии с „флага на ЕС“ като пропаганда.

Радвам се, че песимизмът ми се оказва необоснован. Но се страхувам, че същата анкета може да покаже други резултати в други страни на ЕС или по-късно в Литва.

Какво прави интересни историите за регионално финансиране?

Те са интересни, защото са истории за моя живот и моя квартал. Те помагат да се чувствам истински европейец. Също така, чувствам, че наистина мога да бъда един от ползващите регионалните фондове, така че аз съм заинтересован и мотивиран. Всеки с ползите на ЕС.

Аз лично съм работил по трансграничното сътрудничество и програми за добросъседство, където граничните региони от различни страни изпълняват съвместни проекти. Това е чудесна възможност за изграждане на мостове и интересни истории.

Особено в случаите, когато отношенията по „високите етажи“ не са толкова добри. Бих искал да кажа, че в тези случаи предпочитам да копая картофи, отколкото да пускам хвърчила. Това не е толкова поетично, но е реално и проправя пътя за истинско приятелство.

Може ли комуникацията по политиките на Европейския съюз да се счита за нова професия?

Europromo (популяризация на ЕС) се извършва най-вече от непрофесионални специалисти по комуникация, обикновено с бюрократичен произход. Като се има предвид огромното количество от конкретна информация, която изисква нашата работа, чисто комуникационен специалист не би непременно се справил по-добре.

Вярвам, че разглеждането на Europromo като отделна професия, ще ни помогне да координираме дейността и ще допринесе за нейното развитие (от теоретично и практическо естество).

Да не говорим, че преработването на системата на ЕСПП, която първо провежда огромен тест и едва след това иска автобиографии, ще ни помогне да качим умни хора на борда.

” Също така, чувствам, че наистина мога да бъда един от ползващите регионалните фондове, така че аз съм заинтересован и мотивиран. “



ПАТРИЦИЯ ЛЕНЦАРИНИ

Чуждестранен кореспондент на италианската осведомителна агенция АНСА



Според Вас широката общественост в страната/региона заинтересована и добре информирана ли е за европейската регионална политика? Ако не е, защо?

Широката общественост в Италия е силно заинтересована да знае какво прави Европа за нея чрез европейската регионална политика. В светлината на този интерес от страна на широката общественост италианската преса, по-специално регионалните вестници, които са важни в Италия по размер и тираж, е много възприемчива към цялата информация за управлението на европейските регионалните фондове, идваща от Брюксел. И техните интереси не се ограничават само с това. Те също така искат да знаят как проектите ще подобрят живота на тези, за които са предназначени след изпълнението им.

Какво прави историите за регионалното финансиране интересни?

Една „история“ става интересна, когато е в състояние да задоволи любопитството на обществеността, дали например са извършени инвестициите в нови технологии, планирани за градовете с помощ от ЕФРР, дали те ще бъдат завършени по график или пък ще има закъснения и ако е така, защо. Също така, дали парите са похарчени добре или частично загубени.

След като проектът започне, хората искат да знаят колко работни места ще създаде. Главно се интересуват, дали си е струвало.

Как могат да бъдат информирани гражданите в най-отдалечените и най-бедни градове в Италия, че Европа и регионалната политика не са забравили за тях?

Регионалната политика на ЕС има всички шансове да се превърне в най-уважаваната и добре призната от широката общественост политика. За да стане това, Европейската комисия трябва да предоставя „съобразена“ информация.

Като е акредитиран журналист повече от 20 години, винаги съм имала затруднения при предаване на „историята“ на проекти, финансирани с европейски пари. Това не се дължи на липсата на желание, а защото при комуникацията с гражданите относно регионалната политика се говори за едно нещо, докато то в действителност е съставено от милиони части. Какво е решението? Специфични информационни единици, способни да предоставят информация на журналистите в Брюксел, желаещи да научат до каква степен малките проекти могат да променят живота на гражданите, на най-бедните и най-отдалечените градове в Италия. Ако конкретен проект не се е реализирал, важно е да се изяснят причините.

” След като проектът започне, хората искат да знаят колко работни места ще създаде. “



ПРОГРАМИ В ЕФИРА НА ПОРТУГАЛИЯ



В това издание на списанието „Панорама“ се спира на три страни и разглежда как те се справят с необходимостта от публично споделяне на начините, по които регионалното финансиране работи за техните граждани.

В периода 2007–2013 г. Португалия е определена да получи регионално финансиране на стойност от 21,5 милиарда евро – това са много потенциални проекти, променящи живота на много хора. Както често се случва, въпросът е как да ги запознаем как се харчат парите, предназначени да им помогнат. Така Националната стратегическа референтна рамка (НСРР), мрежа от португалски комуникационни служители, е избрала електромагнитния ефир и използва радиопредавания, за да разясни програмите за финансиране.

„Цел 2013“ е радиослот, който излиза всеки делничен ден с продължителност от три минути и в събота цялата седмична програма се повтаря в последователно. Почти цялото време е посветено за описание на проекти.

На едни и същи вълни

Идеята да се използва радиото се появи, защото португалските комуникационни служители почувстваха, че диалогът по регионалното финансиране изисква промяна на изказа. Целият този често използван жаргон и скучни приказки се прокрадваха и оставаха неразбираеми за голяма част от хората. Друга цел беше и използването на медия, достигаща до много хора.

Радиопрограмата „Цел 2013“ представлява част от един опит за подобряване на начина за общуване с широката публика чрез използване на език, който е по-привлекателен и по-тясно свързан с ежедневието.

TSF е радиостанцията, избрана за разпространение на програмите, след анонс и селекция според покритието и рейтингите за слушаемост.

За три минути журналистът представя проекта, съобщава оперативната програма и фондът, който я финансира. Цитира се също и бенефициерът, като се подчертава обществената значимост на проекта. Бенефициерът също разказва за краткосрочните си и дългосрочни очаквания, какво означава за него финансирането и в някои случаи дава съвети на слушателите как да процедира.

Тези, които са пропуснали ежедневните слотове през седмицата, могат да ги проследят на уебстраницата на радиото.

Медиен преглед

За директора на станцията, Пауло Баладаиа, партньорството с отдела за наблюдение на НСРР е важен способ за предаване на нова и полезна информация на слушателите. „Ние сме частно радио, но вярваме, че нашето съдържание трябва да бъде полезно на обществено ниво. НСРР е подкрепа от ЕС за модернизация и развитие на страната. За обществото е важно да знае какво се подготвя и върши в цялата страна и същевременно да информира тези, които могат да се възползват от структурните фондове.“

Слушателите се привличат чрез разкази за хора, възползвали се от помощта, които за щастие изобилстват, откакто Португалия използва средствата от структурните фондове да развива умения, да насърчава устойчивото развитие, да гарантира социалното сближаване, да осигурява развитието на територията, градовете и подобряване на управлението. Не е нужно да се търси много, за да се открият конкретни хора зад приоритетите.

Как действа тя?

Около 2,2 милиона души месечно завъртат копчето, за да слушат предаванията, които седмица след седмица се фокусират върху различни оперативни програми – Португалия работи по 14. Но не се коментират само програмите, предаванията посещават и регионите. „По отношение на логистиката и хората, участващи в тази инициатива, тя е и предизвикателство, тъй като всички органи на НСРР трябва да бъдат много по-активни: ежедневната програма, която ще продължи една година, е доста високотелна по отношение на съдържанието“, обяснява Елизабете Куинтас, комуникационен координатор в отдела за наблюдение на НСРР.

Въпреки че структурата на радиопроекта е ясно определена, Куинтас чувства, че и независимостта на станцията е важна. Разбира се, че това е вид партньорство и комуникационните служители нямат желание да определят цялото съдържание или да проверяват програмите преди излъчване. „Журналистите могат да предложат предавания, подкрепяни от структурните фондове, които те мислят, че са от значение – ние не прекъсваме усета им за откриване на интересни човешки истории“, казва Куинтас.

От гледна точка на станцията идеята е интересна, тъй като тя им дава тема, чрез която могат да изследват живота на своите слушатели.

„Това е важно“, казва журналистката Клаудиа Тимотео, една от екипа от четиримата работещи по проекта. „Ние помагаме на хората да разберат, че е възможно да осъществят своите мечти чрез финансиране на техните проекти и също да им стане ясно откъде идват парите и къде отиват.“

Тя не се съмнява, че е на място с важни и интересни новини: „Привилегия е да знаеш за толкова много проекти и инициативи, които са положителна сила за промените в моята страна.“

СВЕЖ ПОДХОД ЗА ГРАДСКО ОБНОВЛЕНИЕ

В ГЕНТ И ФЛАНДРИЯ

Звеното на ЕФРР към фламандското правителство гарантира, че той ще има видимо присъствие на всички регионални събития, свързани с финансиране от ЕС. Те постоянно преоценят най-добрите начини на общуване, както и как се оценява ефективността на усилията им.

За Лилян Стинисен, комуникационен служител от звеното на ЕФРР към фламандското правителство, е ясно, че „трябва да познавате добре своята аудитория, ако искате да изпратите вашето послание по правилния начин“. Според различните области за финансиране, различни фирми и организации трябва да бъдат запознати с възможностите, които им се предоставят. Ето, появяват се нови подходи за разпространяване на словото, неотстъпващи на познатите регулярни комуникации, като семинари, научни форуми, брошури или вестници, независимо дали са печатни или онлайн.

Ресурсите се насочват внимателно към добре позната аудитория и с времето мрежите от изградени контакти увеличават стойността им чрез умножаване влиянието на първоначалната информация. За да засили тази масирана кампания, фламандското правителство изтъква реални примери, за това как се е възползвал бизнесът и как нараства икономиката като цяло с европейското финансиране. Така например, завършването на инвестицията в Експо центъра в Кортрийк и с това увеличаването на хотелската база, дава чудесен повод да се разкрие ролята на финансите от ЕС.

Освен ясно определените за бизнеса параметри, съществува и по-обширна цел – да се има предвид и широката общественост. Фламандското правителство използва всички възможности за публичност, като съчетава богатството си на фактическа информация с креативни начини на ангажиране на хора от всяка възраст и положение. В специални мероприятия, като това в Гент, може да разгледате инвестиционни проекти от първа ръка. Докато сте там, можете да се разходите през специална изложба, която обяснява как финансирането от ЕС разграничава някои видове инвестиции. Ако сте тийнейджър, информацията е изготвена с мисълта за вас и включва интервюта и интерактивни игри, които да провокират мисленето ви.

Оценката на истинското въздействие на тези публични мероприятия винаги е предизвикателство, а по-ясна информация се получава чрез онлайн проучвания и местните медии. На сайта на фламандското правителство аудиторията може да отговори на анкети, но за в бъдеще са предвидени лични въпросници, така че хората да могат да отговорят лично и да знаят, че техните мнения са били чути.

Разговори в Гент

Европейското финансиране е в основата на възраждането и иновативното развитие на Гент. „Местните жители никога не трябва да имат съмнение, че просперитетът на града им отчасти се дължи на членството в ЕС“, казва Катлийн Таверние, служител в администрацията на град Гент.

На 8 май миналата година, градските власти и провинция Източна Фландрия съвместно организираха „Ден на Европа“, серия от събития, които обясняваха, как ЕС работи за местните, за младите хора и бизнеса. Денят се проведе в квартал „Работ“, по-рано порутена част на града и дом на голяма и разнообразна имигрантска общност. Европа буквално разцъфтя пред очите им, с провеждането на колективно засаждане на луковичи на цветя, пресъздаващи изцяло европейското знаме.

Налице е специално внимание към жилищните райони „Работ“ и „Блаисантвест“. Дългосрочна програма за обновяване, работеща от 2003 г., възстановява социалната идентичност на района, съживява икономическия потенциал и осигурява качествено и устойчиво жилищно строителство.



Новаторското използване на времето и възможностите създаде временен обществен център в стар индустриален район в „Работ-Блаисантвест“. Районът е предназначен за нови жилища, но докато е празен, социалните и артистични групи са използвали добре европейското финансиране, за да създадат „Де сите“. Тук различните общности могат да се събират, има градинки на разположение на жителите и е възможно осъществяването на много културни дейности.

През октомври се проведе съвместно мероприятие, осъществено от град Гент и от фламандското правителство, за илюстриране на жилищната инициатива „Животът в града“. Жителите имаха възможността да се запознаят как техният град превръща миналото си в процъфтяващо бъдеще с подкрепа от страна на ЕС. Бяха организирани водни обиколки, за да се покаже обновяването на докове, как други райони се превръщат в устойчиви жилищни квартали и как инвестициите в инфраструктурата укрепват конкурентната позиция на града във Фландрия.

ПОЛША – ИЗПОЛЗВАНЕ НА КОНКУРСИ

ЗА ПРЕДАВАНЕ НА ПОСЛАНИЕ

Може много да се спори за това, как да се използват средствата, разпределени по линията на регионалното развитие. Къде парите ще бъдат най-добре оползотворени и чрез какъв тип проект. Но има едно нещо, с което всеки човек е съгласен, и това е желанието страната му да бъде по-красива. Подкрепата за тази проста идея е толкова единодушна, че полското Министерство на регионалното развитие я използва за популяризиране на регионалното финансиране в цялата страна.

Както всеки конкурс „Полша расте по-красива“ вече трета година награждава победители в различните категории. Това което прави тази обществена кампания на ЕС интригуваща е, че наградите са под формата на безплатна реклама за отличените проекти. Всички те са свързани с туристическата индустрия така, че публичността е от жизненоважно значение. Но това не е просто реклама, публичността подчертава и факта, че лъвският пай от парите за подкрепата на проекта идват от регионалното финансиране.

Анна Сулинска-Войчик, началник на отдел в службата „Информация, реклама и обучение“, се усмихва леко, „Ние мислим, че е доста умно“, казва тя.

Зараждането на една добра идея

Конкурсът „Полша расте красива“ (сега „Расте по-красива“) е един добър пример на проект, финансиран от безвъзмездна помощ, който службата изпълнява като част от стратегията по комуникации за европейските фондове. Тя определя годишно 20 проекта, които рекламират участието на ЕС в Полша: обявяване на финансирането от ЕС и разясняване как работи системата на най-широката възможна аудитория. Един от избраните проекти предложи пътеводител за основните туристически забележителности в страната – оттук произлезе идеята за ежегодния конкурс.

„Знаехме, че това е страхотна идея още когато го видяхме“, казва Сулинска-Войчик, „Ние искахме да покажем на обществеността реалните резултати от финансирането на ЕС, а туристическите проекти са много видими, забележими и атрактивни, затова искахме да има съревнование между тези проекти, което да покаже, че средствата отиват за нещо наистина видно.“

Как наистина да качите медиите на борда

След като участниците са определени, местната преса се информира и проектите имат

възможността да почувстват вкуса на славата, която могат да очакват, в случай че спечелят. „След като изпратим списъка на номинираните, се получава голям отклик в пресата – те са много заинтригувани. Местните медии започват да лобират за своите любими проекти, така че конкуренцията се задейства в пресата веднага“, обяснява Сулинска-Войчик.

Примерите, вариращи от затворена текстилна фабрика в унилия, постиндустриален Лодз, превърната в известна сега картинна галерия до интерактивен парк на науката в Краков, формират дълга редица от събития за отразяване. „Ние предполагахме, че конкурсът ще покаже интересни проекти, но бяхме наистина впечатлени от разнообразието на заявките“, добавя изпълнителния специалист Едита Мечинска.

Качеството на медийното отразяване прави номинирането толкова ценно и разбира се победата още повече. Част от проектната промоция е редовно участие в популярно сутрешно телевизионно шоу, излъчвано през почивните дни и водено от известна личност. Прайм-таймният слот показва как журналистът посещава различни победители и разяснява не само ползите, но също така и ролята на финансирането от ЕС за успеха на проекта.

Всичко това е подкрепено от умело поставени реклами в списания, разпространявани на борда на пристигащи самолети, и атрактивна изложба на модерен и стилизиран дизайн, разположена на летището.

И победител е...

Призове на първата церемония по награждаването бяха връчени от министъра на регионалното развитие. Тъй като много от победителите бяха от малки градове и села, моментът на признанието беше вълнуващ. „Много от победителите бяха с насълзени очи“, спомня си Магдалена Джубек-Груджинска, главен специалист на отдела по международно сътрудничество.

Но не е ли трудно да се осигури присъствието на политици от високо ниво на такава церемония? „Да“, признава тя и след това обяснява, че вечерта е била планирана да съвпадне с форум на високо ниво, провеждан наблизо. „Ние знаехме, че ще бъдат само на една крачка, така че планирахме внимателно времето и се получи, те дойдоха.“

Този вид внимателно планиране може да се види навсякъде. Сулинска-Войчик го формулира кратко: „Намерихме начин да се говори за нещо повече от парите – парите са абстракция, просто цифри и хората не ги разбират, безлични са. Но когато се вижда Полша да се развива красива с европейски пари, хората се оглеждат и започват да забелязват, че някои неща наистина се променят.“



КОЛОЕЗДАЧНАТА ОБИКОЛКА НА ТУЛУЗА Е ГЛЪТКА ЧИСТ ВЪЗДУХ

Жителите на Тулуза ускоряват темпото при въвеждането на устойчив транспорт като част от ежедневието. Обиколката на града с велосипед е лесно осъществима чрез схемата за колело под наем, предлагана от Вело Тулуза, състояща се от разрастваща се мрежа от алеи за велосипедисти в района на Гарона, финансирана от ЕС. Така през май, когато Тулуза е част от едномесечния Регионален фестивал на Европа в средните Пиринеи, една колоездачна обиколка на града, демонстрираща как парите от ЕС работят за хората, предизвика веднага интерес.

В деня на провеждането, организаторите са изумени, че виждат почти 200 души да се събират за обиколката, някои от тях журналисти, но по-голямата част просто заинтересовани местни хора. Маршрутът от 15 км ги отвежда край 12 различни инвестиционни проекта в града, частично финансирани от фондовете на ЕС за регионално развитие. Това даде много осезаем поглед върху това, как парите от ЕС са ключов елемент за постигане на различни цели, в партньорство с местните власти.

През 2009 г. Balade à Vélo в Тулуза (част от Fête de l'Europe) получи:

- 4 500 евро от ЕФРР
- Плюс доброволна помощ в натура от участващите организации

На регионално ниво, френски правителствени служители захранаха с коментари и идеи френската мрежа за регионално развитие и тази концепция предизвика интерес навсякъде из Франция, както и в ЕС чрез Информационната мрежа на служителите по комуникация на регионалната политика на ЕС. Всички реагираха положително на комбинацията от творческо мероприятие и минимално финансиране, популяризираща европейските регионални проекти за развитие. Местните организации играха пряка роля и цялото събитие показва по оригинален начин на хората въздействието на финансирането от ЕС.

Колоездачната обиколка бе ефективна и икономична откъм средства. Ресурсите от ЕС бяха насочени към издаване на една пъстра информационна карта на маршрута, с аспекти за всеки от обектите за посещение, както и интернет връзки за допълнителна информация. Преди провеждането бяха раздадени 5 000 карти из целия град, като привлекателна и достъпна информация за деня.

Журналистите, които взеха участие, получиха директна информация за своите репортажи и чуха направо от местните хора техните коментари. Медийното отразяване преди и след събитието бе много положително и естествено разпръсна скептичното или критично отношение към ЕС. Много хора казаха, че това е най-доброто събитие от цялата седмица на Fête De L'Europe и изразиха желание да видят идеята използвана отново, но в различен контекст.

Малки разноси, но силен ефект

Оформят се НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ

Да СТИГНЕМ ДО СЪЩНОСТТА НА НЕЩАТА

Колоездачната обиколка на Тулуза показва как информацията за регионално развитие на ЕС не трябва да бъде сложна и неясна. Тя бе лесно свързана с положителния образ на велосипеда в Тулуза и по интригуващ начин накара хората да видят резултатите от инвестициите на ЕС. Участниците и зрителите, по този начин, успяха да направят връзка между едно забавно събитие и приноса на регионалното развитие на ЕС в Тулуза.

Обиколката спря на Cancéropole с уникалната възможност да посети Центъра за изследване на раковите заболявания, изграден след опустошителната експлозия в рафинерията AZF през 2001 година. Това е най-големият и най-значим проект, включен в обиколката. Това естествено предизвика огромен интерес и емоции сред местните хора и се превърна в централното събитие на деня.

Редица други проекти в града са били инициирани след експлозията в AZF, включително за възстановяване и модернизация на едно средно училище. Някои схеми са възобновили части на града с обществени художествени проекти и естетични подобрения. Други са подпомогнали нови съоръжения за местните жители, такива като център за грижи за деца.

Успехът на събитието се дължи на ангажимента и енергията на местните сдружения. Faisons L'Europe, част от френското проевропейско лоби, предложи първоначалната идея и пое инициативата за успешното изпълнение. Техните членове и тези от Association Toulouse Vélo осигуриха много доброволци, които да помогнат организирането и провеждането на практически подробности, като стюардите и охраната. Заедно с регионалните власти в средните Пиринеи, тези асоциации представиха концепцията на местното население и показаха как всеки може да участва.

ОТГОВОР НА ВАШИТЕ

ВЪПРОСИ ПО КОМУНИКАЦИЯ



Как може да се изчисли мястото, необходимо за задължителната информация, свързана с ЕС (член 9 от Регламент (ЕО) № 1828/2006 на Комисията) на един билборд или табела?

Следва да се подчертае, че задълженията на бенефициерите по отношение на вида информация, която се поставя на постоянните табели, се различават малко от тази за билбордове.

Това, което трябва да включват и двете, е емблемата на ЕС, информация за съответния фонд, както и обявяване на предоставеното от ЕС финансиране.

В случая с билбордове, информацията, посочена в член 9, трябва да заема най-малко 25 % от билборда, в случая на табела, информацията, посочена в член 9, плюс информация за вида и наименованието на операцията заедно трябва да съставляват най-малко 25 % от табелата.

При организиране и участие в конференции и семинари, представящи оперативните програми, каква техническа помощ може да се изиска?

Техническата помощ се ограничава до подпомагане цялостното програмно управление и дейностите, свързани с изпълнението ѝ, затова тя трябва да бъде ясно свързана с целите на оперативната програма. Например, по отношение на публичните и информационни дейности, техническата помощ може да плати само за мероприятията, които могат да бъдат подпомогани от съответната програма.

Всеки комуникационен план трябва да съдържа индикативен бюджет (член 2 (2в) на Регламент (ЕО) № 1828/2006). Може ли такива бюджети да се използват за вътрешни разходи на управляващите органи, като обучение в областта на комуникацията или за заплати на служителите по комуникация?

За разлика от периода 2000–2006 г. няма конкретни правила за допустимост по отношение на разходите за техническата помощ. При условие че правилата, установени в съответния регламент за всеки фонд, се спазват, допустимостта на дейностите за техническа помощ са определят на национално ниво. Така, че ако националните разпоредби позволяват, техническата помощ на съответната програма може да финансира обучението или заплати на персонала, изпълняващ

оперативната програма. Въпреки това е необходимо да се докаже, че тези разходи са необходими за изпълнението на задачите, определени в Комуникационния план.

Билборд трябва да бъде поставян в района на всяка операция (член 8 от Регламент (ЕО) № 1828/2006 на Комисията), но какво да се прави, когато операцията се провежда на няколко обекта? Ако се строят 12 моста, означава ли това, че има 12 оперативни обекта?

Информационните и публични разпоредби целят да дадат достатъчно видимост за подкрепяните от ЕС проекти, така че гражданите да са информирани относно приноса на кохезионната политика за качеството им на живот. Поради това, член 8 следва да се тълкува по начин, който гарантира обширен ефект на неговите разпоредби (член 8.3): „Бенефициерът по време на изпълнение на операцията поставя билборд на мястото на всяка операция при следните обстоятелства:

- общият обществен принос за операцията е над 500 000 евро;
- операцията се състои от финансиране на инфраструктурата или строителна дейност.”

Така че, независимо от определянето на 12-те моста като „една“ или „12 операции“, ако 12-те моста са разположени на различни места и са създадени отделни работни площадки за изграждането им, всеки обект трябва да носи съответния билборд.

Като цяло от кой момент потенциалните бенефициери следва да се съобразят с правилата за популяризация? От момента, в който подписат съвместно споразумение за финансиране? Какво ще стане, ако проектът вече е подготвил информационни и публични материали предварително (но след 1-ви януари 2007 г.) и би искал да претендира за тези разходи като допустими? Каква е ситуацията, ако управляващ орган вече е публикувал рекламни материали по проекта, докато е планирал да подаде заявление за него?

Бенефициерите имат задължението да спазват правилата за публичност само след избирането на проекта за финансиране и споразумението за съвместно финансиране е било подписано с компетентния орган. Като общо правило, разходи, включително тези, свързани с популяризиране на дейността, са допустими, ако са действително платени между датата на представяне пред оперативната програма или от 1 януари 2007 г., което от двете е по-рано, и 31 декември 2015 г. (член 56 от Общия регламент). Разходите за рекламни материали преди тази дата и/или които не отговарят на изискванията за публичност на регламентите не може да се считат за приемливи.

Панорама поставя регионалната политика в контекста и поглежда как други хора и организации популяризират регионална политика.

НЕКА ВСЯКА ДУМА ДА Е ОТ ЗНАЧЕНИЕ

Всеки участващ в популяризирането и прилагането на политиката за регионално развитие иска да предаде едно и също принципно послание за това как финансирането от ЕС променя хората и обществата. Номерът е да се уверите, че вашата организация контактува директно с групата от хора, с която работи. Две различни организации разкриват как са стигнали до същината на нещата.

Europe Direct на вашите услуги

Не трябва да ходите до Брюксел, за да разбере как работи Европа. Хората, които работят в офисите на Europe Direct в целия ЕС, имат повече отговори на върха на пръстите си, отколкото можете да си представите.

Персоналът на Europe Direct е съсредоточен върху наблюдение на усвояването на регионалното финансиране на ЕС за проекти от своите региони. Те използват различни подходи, за да се уверят, че фирмите и организациите, които могат да кандидатстват за средства, действително подават документи и проследяват процеса до неговото приключване. Те контактуват постоянно със своите колеги от други региони, за да установят сътрудничество и приложат най-новите идеи. Има ли възможност да се обясни на хората как със средствата от ЕС се променя ежедневието, персоналът от Europe Direct е там с рекламна и актуална информация по проектите.

Във Франция, например, офисите им са свързани в работна група и представители на Комисията от ГД REGIO, заетостта и земеделието редовно участват в заседанията им, за да обсъждат как най-добре фондовете могат да бъдат популяризирани на регионално ниво. Прякото участие на Комисията подобрява авторитета на офисите на Europe Direct и изгражда по-добро сътрудничество между Брюксел и държавите-членки.

Персоналът на Europe Direct познава ролята на изобретателната комуникация и може да бъде открит при организиране на брифинги за журналисти, бизнес форуми за представяне на молбите за финансиране, редовни електронни бюлетини и много „скрити роли“, за постигане на най-добри резултати при финансиране.

Информационните служители на ЕСФ – подобряване профила на заетостта и обучението

Впечатляващи суми от фондовете на ЕС се инвестират всяка година, чрез Европейския социален фонд, в областта на заетостта и инициативи за обучение, а първият приоритет на **неформалната мрежа на информационните служители от ЕСФ (INIО)** е да се уверят, че всеки, който може да ги използва, знае за тях.

Като се има предвид, че тези служители са разпръснати в целия ЕС, едно от техните основни преимущества е мрежата от колеги в Европа, което им позволява да споделят своите успехи

и разменят идеи. Мрежата INIO е управлявана от Комисията и показва колко много добрата политика за управление разчита на активното партньорство. Мрежата добавя допълнително измерение на цялостната си мисия за предоставяне на най-високо качество на информацията и публичността и подпомага собствения си опит при определянето на точните хора за подходяща възможност.

С такава мрежа на разположение всички видове обмен и сътрудничество стават възможни. Конференция, организирана в една страна, може да се свърже с авторитетни говорители от други части на ЕС. В по-личен план, контактите между служителите поддържат редовен обмен на информация и са доказан начин за размяна на добри идеи.

Един от персоналните подходи за публичност е поредица от видео интервюта с хора, които могат да бъдат намерени на интернет страницата на Комисията за ЕСФ. Тези кратки интервюта с 54 души, които сега са на разположение и под формата на книга показват как те са предприели важни стъпки в преквалификацията си, за да отговорят на променящите се изисквания на пазара на труда около тях. Това са истински истории на хора, които са се възползвали от обучение, финансирано от ЕС, и те просто не биха били осъществими без комуникационните служители, дали повод за представяне на историите им пред по-широка публика.





Комуникационни препратки към сайтове на регионалната политика

RegioStars 2009

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_09_en.cfm?nmenu=4#f

RegioStars 2010

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_en.cfm?nmenu=4#2010

„Дни на отворените врати 2009 г.“ (Европейска седмица на регионите и градовете)

http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2009/index.cfm

Europe Direct

http://ec.europa.eu/europedirect/index_en.htm

Европейска служба за граждански инициативи

<http://www.ecas.org/>

Гражданска оценка на регионалната политика на ЕС (Флаш „Евробарометър“ серии #234)

http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_234_en.pdf

http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_234_sum_en.pdf

Препратки към сайтове на Европейската комисия

Начална страница на сайта на Генерална дирекция „Регионална политика“

http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.htm

Мрежата „Информ“ на ГД REGIO

http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_en.cfm

Регламент (ЕО) № 1083/2006 (Главен регламент)

[http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/general/ce_1083\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/general/ce_1083(2006)_en.pdf)

Регламент (ЕО) № 1828/2006 (Регламент на приложение)

[http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fsfc/ce_1828\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fsfc/ce_1828(2006)_en.pdf)

Регламент (ЕО) № 1081/2006 (Регламент на ЕСФ)

[http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fse/ce_1081\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fse/ce_1081(2006)_en.pdf)

Препратки към сайтове на проекти/ организации, споменати в това издание

„Какво знаеш за ИСПА?“ Гърция – награда за аудиовизуален клип от Regiostars 2009

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/doc/movie/greek_national.wmv

Център за нано-здраве в Университета в Суонзи

<http://www.swan.ac.uk/nanohealth/>

Musikpark – Манхайм

<http://www.musikpark-mannheim.de/web09/>

Brandenburg managing authority

www.entdecke-efre.de

Canceropôle – Тулуза

<http://www.canceropole-toulouse.com/>

„Централноевропейска програма“ (2007-13 г.) – сътрудничество за успех

<http://www.central2013.eu/>

„Ден на Европа“ – Гент

www.gent.be

„Ден на Европа“ – Тулуза

<http://www.europe-en-midipyrenees.eu/web/Europe/1210-fete-de-l-europe.php/>

Europe Direct

http://ec.europa.eu/europedirect/visit_us/index_fr.htm

ECAS

<http://www.ecas.org/>

Комитет на регионите

<http://www.cor.europa.eu/pages/HomeTemplate.aspx/>

ЕФРР в Гент, Белгия

<http://www.gent.be/EFRO>

„Полша расте по-красива“

<http://www.polskapieknieje.pascal.pl/>

Мрежови организации по регионална политика

<http://www.interreg4c.eu/>

<http://www.espon.eu/>

<http://urbact.eu/>

<http://www.interact-eu.net/>

Други полезни препратки

Годишно проучване на бъдещите тенденции в управлението на комуникациите и връзките с обществеността

www.communicationmonitor.eu

Препратки към сайтове, свързани със следващото издание

Оценки на програмния период 2000–06 г.

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/rado2_en.htm

Оценки на програмния период 2000–13 г.

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/rado_en.htm

ВЕЧЕ СА В ХОД ДИСКУСИИ ЗА ПОЛИТИКАТА НА СБЛИЖАВАНЕ СЛЕД 2013 Г.

Нова неформална консултативна група от експерти на държавите-членки – групата на високо равнище за размисъл относно бъдещата политика на сближаване – бе създадена, за да подкрепи работата на Комисията в разработването ѝ за периода след 2013 г. Тази статия обяснява мандата на групата и определя работата ѝ в рамките на дебата за бъдещата политика.

През 2007 г., със стартирането на 4-я доклад за Сближаването, процесът на размисъл за бъдещето на Политиката на сближаване вече е започнал, извеждайки на преден план редица въпроси за обществена дискусия, по-специално за предизвикателствата пред регионите през следващите години. Резултатите от това обществено допитване бяха обобщени в Петия доклад за напредъка на икономическото и социално сближаване (юни 2008 г.). Следващата стъпка е „Зелена книга за териториалното сближаване“ (октомври 2008 г.). Нейните резултати са публикувани в шестия доклад за Напредъка в икономическото и социално сближаване.

Вероятното регионално въздействие на четирите основни предизвикателства пред регионите до 2020 г. са определени в работен документ през ноември 2008 г.: глобализацията, демографските промени, изменението на климата и енергетиката.

Още през април 2009 г., независим експертен доклад „Програма за промяна на политиката на сближаване“, представен от Фабрицио Барка, направи оценка на настоящата ситуация и даде препоръки за бъдещето.

След представянето на програмен документ от бившия комисар Данута Хюбнер, по време на неформалната среща на министрите в Марианске лазне през април 2009 г., бе създадена Групата на високо равнище (HLG), с цел да се осигури неформална платформа за обсъждане на основните елементи за бъдещата политика на сближаване между Комисията и държавите-членки.

Катарина Матернова, заместник-генерален директор на ГД REGIO, обяснява: „HLG дава на Комисията и на държавите-членки възможността да обсъдят в дълбочина теми от взаимен интерес във връзка с бъдещата политика на сближаване.“ Тя подчертава предимствата на тази група: „Ние сме в състояние да обсъждаме бъдещите насоки на политиката и да обменяме информация между колеги с подобен опит от прилагането на политиката за сближаване. Тъй като

нямаме мандат да обсъждаме бюджета, за това има официално организирани структури, във фокуса на работа ни е съдържанието и провеждането на политиката.“

Планът е да се организират най-малко четири заседания годишно. Две срещи бяха проведени досега. Последната среща, проведена през декември, се съсредоточи върху две основни области: Комисар Самецки представи своята „Ориентираща книга за бъдещата политика на сближаване“ и групата на високо равнище обсъди стратегическото съответствие между бъдещата стратегия на ЕС 2020 (обществено допитване в момента е отворено) и ролята, която кохезионна политика може да изиграе при решаването на много от ключовите въпроси. Следващото заседание е планирано да се проведе в началото на 2010 г.



Редовните ни новини от... Всяко издание на „Панорама“ разкрива как се развиват два проекта през гледната точка на хората, които ги управляват. Ние разглеждаме двете страни на управлението на проекти от ЕФРР: откриване на проблеми и споделяне на решения.

ПРОЕКТ

1

MUSIKPARK (ПАРКА НА МУЗИКАТА), МАНХАЙМ: ПОГЛЕД ОТВЪТРЕ

Musikpark е проект, който подпомага старта на МСП от музикалния сектор при първите им стъпки. 4 300-те квадратни метра на Musikpark предоставят площи за хореографско и изпълнителско помещение, ателие, няколко звукова студия, телевизионно студио и стилна конферентна зала за обсъждане на всичко важно, и първоначални указания.

Факти и цифри

Малко над 5 милиона евро ще бъдат инвестирани в Musikpark по „Цел II“. Финансирането започна през 2004 г. и ще работи в продължение на 15 години.

Време за одит в Musikpark

Никой не го харесва, но всеки трябва да го преживее – това е времето за одит. Както всеки управляващ проекти финансирани от „Регионална политика“ знае, работата по документите и личните часове, които отиват в отварянето на папките, са част от сделката.

В Musikpark ръководителят на проекта Кристиан Зомер е щастлив, че процесът е приключил и всичко е минало добре. „Получихме информация, че одиторите на ЕС за този регион се връщат през август и трябваше да получат документите в кметството три седмици по-късно“, цели 50 метра хартия.

Одитът се отнасяше за първия етап на проекта, през който парите от ЕФРР се използваха за строителството на сградите, в които сега се помещава Musikpark. Седмица преди крайния срок, Зомер и колегите му от парка изсипват разпечатки от технически подробности, планове, сметки и всички комуникации, осъществени между предприемачи, архитекти и Musikpark. „За съжаление много от тях в този момент вече се бяха преместили и нямаха договорни отношения нас. Така че ние трябваше да ги издирим всички и да ги помолим да присъстват“, обяснява Зомер. Не беше лесна работа, защото те вече не бяха длъжни да участват, без отношения с Musikpark. Но накрая всички се появили и целият процес привърши към средата на септември. „Очакваме писмо, но ми казаха, че всичко е наред“, казва Зомер.

Като се има предвид традицията в Баден-Вюртемберг и град Манхайм за строгото спазване на правилата, регулиращи получаване на средства от ЕФРР, Зомер никога не е имал реални съмнения. „Но това беше един огромен строителен проект и там винаги са възможни дребни неща, за които да има две мнения“, добавя той.

Успехът означава повече необходимо пространство

Макар че одиторите се преместиха другаде, проблемите на Зомер далеч не са приключили. Логиката за създаването на Musikpark беше да се създаде оранжерия за амбициозни и работливи професионалисти, нуждаещи се от малък тласък, за да стъпят на краката си. Четири години по-късно много от тях се изкачиха високо, надраствайки обема и качеството на предлаганото тук. Сега за Musikpark става опасно да не стане жертва на собствения си успех.

„Някои от фирмите се справят наистина добре – имаме случаи на МСП, които наистина са набрали скорост и имат клиенти в цяла Европа. Те ни казват, че имат нужда да им дадем повече пространство или ще трябва да се преместят“, обяснява Зомер. А преместването им е точно това, което той иска да избегне, „Фирмите, които се развиват при нас, се обръщат към тях и тяхното обкръжение, за да търсят договори.“ Той се опасява, че това ще свърши, ако по-големите, по-успешни МСП си отидат и отнесат договорите и контактите със себе си.

Да се опитат да ги задържат на борда, ще бъде целта през предстоящото тримесечие, през което ще се водят интензивни преговори между община Манхайм и Musikpark.

Слава – не само за музикантите

Несъмненият успех на Musikpark и близкия проект PopAkademie (Попакадемия), предизвика силно вниманието на медиите. С различните публикации разнообразни издания от музикалната преса до „Файненшъл таймс“ и участието в различни медии, Зомер знае как се работи с журналисти. „Оценявам, без съмнение, важноста на ръката, която те храни“, казва той. Взаимодействието между местната власт, националното и регионално финансиране от ЕС е нещо, което той се стреми да се обсъжда. Зомер може да се опита да предаде посланието, но дали журналистите ще го подемат – това е друг въпрос, „Номерът е към журналистите да тече информация. Важно е обществото да знае, че проекти като моя са възможни.“



Допълване на финансирането

Разнообразието от източниците на финансиране е гаранция за трайността и качеството на приложение на един проект. В ЦНЗ, нашия редовен събеседник Тим Клейпол, директор на центъра, има удоволствието да установи развитие на интелигентно взаимодействие между проектите, в които участва, „Финансирането става доста по-полезно и отива много по-далеч, когато парите от различни източници се използват последователно. Отнема по-малко време всичко да си дойде на мястото“, обяснява той.

Но с успеха идват задължения. Той не е толкова доволен, че трябва да отчита всеки отделен час по седем различни проекта, всички финансирани по различен начин, всички с различни ведомости. „Когато работите непрестанно, е трудно да се записват часовете – трябва ли да се отчетат часовете за полет до друг град за участие в конференция или само времето, когато си стоял пред публика? А различните таблици за седем проекта, в някои случаи, частично финансирани от повече от четири различни източници.“

Извън работата по бумагите, фактът, че новата сграда на центъра ще бъде подкрепена от регионалните фондове, Националната здравна служба, ще бъде разположена на земя на Националната здравна служба и Университета, е източник на удовлетворение за Клейпол, „Новата сграда за наука и здраве ще подслони клинични проучвания и нови стартиращи фирми така, че ще е оборудвана подходящо и за двете неща.“

Има четири центъра за върхови постижения в областта на триизмерната електроника във Великобритания: Кеймбридж, Манчестър, Седжфийлд и ЦНЗ. Клейпол е ентузиазирани относно бъдещите връзки между тези национални центрове.

Развиване на медицинска помощ на бъдещето

Работа по клинични проучвания от една страна и насърчаване на МСП от друга – дейността на Клейпол в ЦНЗ е някъде по средата. Неговият екип работи върху развитието на поръчкови био-медицински продукти за индустрията.

Това, което в Уелс има достатъчно, са овце, а те притежават полезна способност да понесат източване на доста голямо количество от кръвта им, без да търпят никаква болестни ефекти. Това ги прави идеалното средство за добив на антитела. След инжектиране с вирус овцете произвеждат антитела, които са извлечат от кръвните проби. Антителата ще бъдат подложени на условията на шамповъчния процес, за да се види дали могат да издържат на физическите изисквания за проектиране под налягане. „Ако могат, това ще означава, че ние може да ги отпечатаме на хартия или друг носител и ще ги разчитаме със сензор“, обяснява Клейпол.

Първоначалният възможен пазар са прогестеронни сензори за възможност за забременяване и тестване за бременност. „Ако проработи, то ще предостави на индустрията много евтина

Чрез обединяване на академичната сфера, частния сектор и Националната здравна служба ЦНЗ работи, за да се прилагат нанотехнологиите за откриване на болестите и идентифицирането на подходящо лечение.

Факти и цифри

Малко над 21 милиона евро ще бъдат инвестирани в Центъра за нано-здраве по цел „Сближаване“. Финансирането започва през 2009 г. и ще работи повече от пет години.

алтернатива на това, с което разполагат в момента.“ И ще бъде само отправна точка за поява на други начини за прилагане на технологията.

Щамповане на желатин (биополимери), за формиране на триизмерни структури, около които клетките могат да нарастват, също се проучва от екипа му. Щамповането ще даде възможност на формите да бъдат симетрични – машините са калибрирани и програмирани да определят линии с голяма точност в микроскопичен мащаб. Повърхността на структурата, наречена скеле, ще бъде груба, ще позволи клетките да нарастват около нея и да се задържат. Приложението ще включва зарастване на рани и растеж на стволкови клетки.

„Разнообразието на дейностите на ЦНЗ е подкрепено от различни източници на финансиране – това е ключът към устойчиво развитие на проектите“, потвърждава Клейпол.



„ДНИ НА ОТВОРЕНИ ВРАТИ 2009 Г.“, ГЛОБАЛНИТЕ

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА – ЕВРОПЕЙСКИ ОТГОВОРИ

От цяла Европа и от света, над 7 000 души се събраха, за да обсъдят устойчивостта, промените в климата, демографията, трансграничното сътрудничество и пътят на кохезионната политика по време на седмата годишна конференция „Дни на отворените врати“ в Брюксел. А за тези, които не видяха това между 5 и 8 октомври, през целия месец имаше мероприятия, свързани с темата, които се провеждаха в рамките на ЕС под лозунга „Европа в нашите региони/градове“.

Комуникацията – добро за планетата

Около 1 000 души дойдоха на откриването, което започна с изказване на президента на Европейската комисия Жозе Мануел Барозу и комисарят по регионалната политика Павел Самецки и включваше обсъждане на тема „Глобални предизвикателства, Европейски отговор“.

Приветствайки участниците, комисар Самецки представи „Дните на отворените врати“ като мястото, където може да се обменя опит и да се обсъждат най-добрите начини за развитие на регионите. Опитът е особено важен тази година: от последните „Дни на отворените врати“ светът видя сътресенията на финансовите пазари. Както комисарят заяви: „Ние се изправихме пред глобална финансова и икономическа криза, на която отговорихме с Европейския план за икономическо възстановяване, както и други мерки, предприети на национално и регионално ниво.“

Председателят Барозу подчерта факта, че в лицето на двойно предизвикателство на изменението на климата и икономическата криза, старите модели на политиката не са достатъчни, поради което темата на „Дните на отворените врати“ е съвременна. „Нови въпроси искат на нови отговори“, каза той. Той приветства ирландското „да“ за Договора от Лисабон този месец и призова за партньорство за постигане на напредък, „Моето убеждение е, че само чрез партньорство можем да направим Европа такава Европа, за каквато всички мечтаем.“

Над три дни делегатите обсъждаха, дебатираха и проучваха следните теми:

Иновациите като начин за възстановяване на растежа в регионите и градовете

Стратегии, програми и проекти на регионално ниво могат да модернизират редица сектори, от туризма до съзидателната икономика. „Дните на отворените врати“ бяха домакин на 54 семинара по темата, която включва здравеопазване, микрокредитиране, заетостта и ролята на публичния сектор в областта на иновациите, наред с други въпроси.

Централни теми на „Дните на отворените врати“

- Възстановяване на растежа: иновации в европейските градове и региони
- Регионите и промените в климата: европейският път за устойчиво регионално развитие
- Териториално коопериране: да работим заедно през границите
- Постигане на резултати, поглед напред: оценка на кохезионната политика на ЕС и бъдещи перспективи

Промените в климата – регионални решения проучвания при подготовката за Копенхаген

Най-добрите практики, посочени в регионални решения, за справяне с климатичните промени бяха демонстрирани на 19 семинара обхващащи ниско въглеродна икономика, използването на възобновяеми енергийни източници и начини на финансиране на енергийно ефективни мерки чрез политиката на сближаване. На тези семинари бяха обсъждани темите: териториално сближаване и интегрирано управление на крайбрежните зони, как един град да подходи при извършване на опит на емисиите, както и ролята на кооперативните банки при финансирането на екологичните иновации.

Трансгранично и между регионално сътрудничество

Приемане на наскоро приетата Стратегия на ЕС за региона на Балтийско море, като основен пример за европейския и международен обмен на териториално сътрудничество, тази тема подчертава обмена на идеи, като ключов фактор за развитието на политиката. Здравеопазване, възможностите на макрорегионите, за провеждане на политика в бъдеще и Европейската група за териториално сътрудничество (ЕОТС) бяха обхванати в 29 семинара, наред с други в рамките на темата.

Как се стигна до тук, какво се крие напред?

Оценка на политиката на сближаване и проектиране на бъдещето – за периода 2000–2006 г. програмите вече са оценени. Това е темата на дебата за 22 семинара, обсъждали това, какво е научено досега и как основните заключения от процеса на оценяване могат да формират бъдещата политика. Регионална мозъчна атака за бъдещето на кохезионната политика, форум на гражданското общество за принципа на партньорство и практиките, ESPON 2013 – първи резултати, както и обсъждане на сътрудничеството ЕС „Регионална политика“ и Бразилия, са само някои от мероприятията, които се провеждат в рамките на темата.

При закриване на събитието, комисар Самецки наблегна пред участниците, тъй като те се виждаха за последен път: „Вярвам, че дискусиата в широк форум може да разшири гледната точка на политиките и е подобрила техния капацитет за формиране и осъществяване на политиката по най-добрия възможен начин.“ Това очевидно не е само негово мнение, както показва успехът на „Дните на отворените врати“.



Мрежата Regio 2020 – нов интерактивен дискуссионен форум

С цел насърчаване на контактите между регионите, като им предоставя средства за обмен на идеи с едно щракване на мишката, ГД „Регионална политика“ работи по мрежов инструмент, подобен на съществуващите социални мрежи в интернет.

Тази динамична платформа ще подкрепи създаването на нови мрежи и позволява на Regio да обменя информация за по-нататъшната политика и на потребителите да създават свои собствени профили и да получават автоматично актуализации.

Ново през 2009 г.

Тази година ще се проведат няколко забавни съпътстващи мероприятия:

Илюстриране на проекти по политиката на сближаване

Редица проекти, финансирани от Европейската политика на сближаване бяха демонстрирани на сцената пред централата на Комисията в Брюксел, в сградата Berlaymont. Музика, танци и магически изпълнения дадоха живот на някои изключително интересни проекти с участието на деца от различни региони

в Европа. Успехът на демонстрацията на някои от тези проекти ще се повтори през 2010 г., когато региони от цяла Европа ще бъдат поканени да „донесат проектите си в Брюксел“, или ще бъдат показани на многобройните местни Дни на отворените врати в целия ЕС.

Дни на отворени врати в университети

Дните на отворените врати през 2009 г. за първи път почетоха университети, наред с обичайните дейности около основните събития. Това събра известни учени и изследователи в поредица от лекции и дискусии на базата на теми, предложени от регионите и техни партньори.

” Европейските градове трябва да играят ключова роля, тъй като произвеждат почти 80 % от емисиите. Те трябва да бъдат подготвени за прилагане на нови мерки и малко ме е страх, че те не са подготвени достатъчно. Те се нуждаят от известно време, ресурси и някои знания, за да се подготвени по-добре.
Ирина Илкова, Институт за икономика и политика на околната среда, Прага

” Налице е дългосрочна цел на политиката на сближаване и това е насърчаване на развитието в цяла Европа и за да сте сигурни, че дори тези региони, които изостават, могат да отключат потенциала си и да използват възможностите, които имат.

Дирк Анер, генерален директор за „Регионална политика“ на Европейската комисия

” Конкуренцията е много голяма там, така че ние трябва да дадем най-доброто за използване на нашите ресурсите по по-ефективен начин. Трябва да вярваме на хората, че имат идеи, ние трябва да вярваме на малкия бизнес, че е новаторски, но ние също трябва да се създадем среда, за да бъде новаторски и мисля, че така можем да се справим с икономическата криза, която имаме в момента.

Мод Олофсон, министър на индустрията и енергетиката, заместник министър-председател, представител на шведското председателство

Какво се говори:

” Тази политика трябва да бъде местна политика, тя трябва да бъде политика, която не е секторна, а регионална или местна. Необходимо е да се основава на инвестициите, които развиват обществени блага на място и трябва да събира отделните участници от различните нива на управление.

Марио Печини, ОИСП

” Ами, аз мисля, че стратегията за Балтийско море е важен отговор за глобализацията, за използването на предизвикателствата и възможностите, които глобализацията ни даде чрез подобряване на нашето сътрудничество, чрез свързване на млади предприемачи и университети в регионите, например.

Сесилия Малмстрьом, шведски министър по европейските въпроси

РАЗПРЪСКВАНЕ НА СЛОВOTO ЧРЕЗ ПРЕДСТАВИТЕЛСТВОТА НА ЕС

Мрежите зависят от предоставянето на информация, за да бъдат подготвени. В този брой „Панорама“ говори с три представителства на ЕС, за да види какво мислят те за информацията, която се предава и да ги пита какво мислят за участието си във веригата на познанието.

Поглед от Рим

Работейки за предоставяне на информация относно европейските политики на интересувачи се граждани чрез комуникационни мрежи, като например Europe Direct, г-н Роланд Пренен, работещ в представителството на ЕС в Рим, има дългогодишен опит в използването на мрежи, за разясняване на политиката.

В Италия, както и в много други страни, ефективността на комуникацията варира в различните региони. Както той посочва, „не е работа на Europe Direct да показва на регионите, къде имат проблеми с комуникационните си стратегии“. Но Europe Direct зависи от качеството на информацията, постъпваща от генералните дирекции, като примерно ГД Regio.

„Ако тази информация е ясна, прозрачна и добре формулирана, дори и региони, които не са добре организирани, ще я разпространяват“, обяснява той.

„Не са ни необходими сложни механизми за разпространяване на технически текстове – трябва да използваме прости механизми, за да предаваме разбираема информация“, казва Пренен.

За да се използват ефективно мрежите и географския потенциал на Europe Direct, посланието от



Рим е ясно, как информацията ще достига до представителствата трябва да бъде предвидимо, самата информация трябва да е без жаргон и технически подробности. „Цел 1, Цел 2 – хора се губят в сложността“, усеща Пренен. „Това, което накрая трябва да се предаде, е яснота и смисъл за човека на улицата, които не са били в университет и сами тълкуват европейските въпроси.“

Поглед от Великобритания

Като ръководител на великобританските мрежи в Лондон, Елизабет Холт е наясно, че потокът на информацията зависи от установяването на добри отношения между партньорите. Трябваше да се осигури прост и ясен път за комуникация, които тя създаде в мрежата от великобританските структурни фондове. „Ние не търсим в управлението на фондовете, ние искаме да достигнем човешките истории зад парите“, обяснява тя.

Тя събра повече от 30 души, отговорни за популяризиране на финансирани от ЕС, национални, регионални и местни проекти във Великобритания, за да намерят начини за увеличаване на обществения интерес и да се докаже, че европейските пари допринасят за жизнеността на местните общности. Тя създаде специална интранет мрежа, която позволява на членовете да обсъдят защо някои публични събития имат отличен успех, а други се провалят, което също ще помогне за намиране местни медийни личности, които имат какво да кажат.

Холт знае, че успехът е в планирането – отразяване означава да се измъкне информацията точно в подходящото време за максимален ефект. Партньорите ще използват интранета за съобщаване на интересни, предстоящи събития.

„Обединеното кралство е в ЕС, така че ЕС трябва да бъде в Обединеното кралство. Това сега не е видно“, казва Холт. Като се има предвид вниманието отделено от Представителството на Великобритания за предаване на посланията, това ще се промени.

Поглед от офиса на ЕС в Северна Ирландия, част от британското представителство

Проектите за регионално развитие, финансирани съвместно с ЕС, са крайъгълен камък в отношенията на Северна Ирландия с Европа. Въпросните суми са огромни за стандартите в Северна Ирландия (2,2 млрд. евро за периода 2000–2006 г., 1,1 милиарда евро за 2007–2013 г.). Въпреки това, познанието на приноса на Европа за местния бизнес, заетостта и подкрепата на гражданското общество, може лесно да преминат незабелязано.

Морис Максвел, ръководител на офиса на ЕС в Северна Ирландия, обяснява какво чувства, че трябва да се промени, за да се повиши обществената информираност:

„Наложително е да се информират представителствата за основните развития в програмите, особено на за медийните събития. Това може лесно да се постигне чрез работа в мрежа както с колегите от Комисията, отговарящи за управлението на фондовете, но и с различните комуникационни и медийни служители на управителните органи. Участие в избрани наблюдаващи комитети и участие в комуникационните мрежи като „ИНФОРМ“ или Великобританската комуникационна мрежа на структурните фондове е полезно, тъй като това е мястото, където сътрудничеството между управляващите органи, представителствата на Комисията и ГД REGIO могат да се интензифицират.“

ДАТИ 2010 Г.	СЪБИТИЕ	МЯСТО
19 февруари	Неформална среща на министрите по Кохезионната политика http://www.eu2010.es/	Мадрид (ES)
22-24 февруари	Местното самоуправление в мрежа за нова Европа http://www.europeansummit2010.eu/	Барселона (ES)
12 март	Териториалното сближаване: какво донесе политическата намеса?	Брюксел (BE)
15-18 март	Среща на високо равнище в областта на иновациите, организирана от ГД „Изследвания“ в сътрудничество с ГД Regio http://www.eu2010.es/	Гранада (ES)
16-18 март	Неформална среща на министрите по териториалното сътрудничество http://www.eu2010.es/	Малага (ES)
19 април (потв.)	Политика на сближаване 2000-2006 г.: какво постигнахме?	Брюксел (BE)
19-21 май	6-та европейска конференция за устойчиви градове http://www.dunkerque2010.org/	Дюнкерк (FR)
20-21 май	Конференция: регионите за икономически промени и наградите RegioStars 2010 г.	Брюксел (BE)
24-26 май	Конференция „Регионални отговори на глобалните предизвикателства: участници, институции и организации“ http://www.regional-studies-assoc.ac.uk/	Печ (HU)
27-28 май	Форум за отдалечени региони	Брюксел (BE)
4 юни	Ромското приобщаване – конференция: От събиране на данни и оценки към емпирична политика	Брюксел (BE)
9 юни	Конференция по дунавската стратегия	Виена (AT)
21-22 юни	Неформална среща на министрите по благоустройството и градското развитие	Толедо (ES)
4-7 октомври	Дни на отворени врати – 8-ма европейска седмица на регионите и градовете – „Цел 2020: конкурентноспособност, сътрудничество и сближаване за всички региони“	Брюксел (BE)

Обявени теми за „Дните на отворени врати 2010 г.“

Дните на отворените врати 2010 г. ще се състоят от около 100 сесии, като семинари, работни срещи, дебати, изложби, мрежови възможности и т.н. за около 6000 участници. Под заглавие „Цел 2020 г.: конкурентноспособност, сътрудничество и сближаване на всички региони“, 8-те „Дни на отворените врати“ ще се съсредоточат върху три основни теми – конкурентноспособност, сътрудничество и сближаване – чрез представянето най-добрите практики от програмите на политиката на сближаване в Европа:

- Семинарите, посветени на „конкурентноспособността“, ще се фокусират върху иновациите, регионалното развитие и зеления икономически растеж, както и постигнатите резултати с подкрепата на цел „Регионална конкурентноспособност и заетост“ в рамките на европейските програми за политиката на сближаване;
- В „сътрудничество“, дебати за териториално и трансгранично сътрудничество, Европейската група за териториално сътрудничество (ЕОТС), и „макрорегионите“ ще подчертаят най-новото развитие и засилване на обмена между практикуващите;
- И накрая под заглавието „сближаване“, ще се разработи въпросът до каква степен конвергенцията се случва в отделните региони на Европа, относно определянето на териториалното сближаване; на социалното сближаване и на интегрираните подходи за съответните политики на местно ниво.

Ако искате да допринесете за „Дните на отворените врати 2010 г.“ и да се превърнете в партньор, моля, проверете на уебсайта на „Дните на отворените врати“ за повече информация за това как да се включите:
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2010/index.cfm

Допълнителна информация за тези събития може да се намери в календара на събитията на нашия уебсайт Inforegio:
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/agenda/index_en.cfm

ИЗКАЖЕТЕ МНЕНИЕТО СИ

„Панорама“ приветства
вашите коментари и въпроси. Искаме да
чуем вашето мнение. Разкажете ни за своя опит.

Следващите издания на „Панорама“ са:

„Панорама“ 33 (пролет 2010 г.) „Оценка на политиката на сближаване
2000-2006 г.“.

„Панорама“ 34 (лято 2010 г.) „Интегрирано развитие“. Това издание ще се
фокусира върху градското развитие, връзките между градските и селските
райони и как интегрираният подход може да бъде използван най-добре за
насърчаване на местното и регионално икономическо развитие. То ще включва
също резултати от проучването за качеството на живота в градовете и ще има
специален раздел за най-периферните райони на ЕС.

„Панорама“ 35 (есен 2010 г.) „Борба с бедността и социалното отхвърляне“. 2010 г.
е Европейска година за борба с бедността и социалното отхвърляне. Това издание
проучва как политиката на сближаване разглежда предизвикателствата на социалната
изолация, бедността и градските маргинализирани общности, като ромите.

Така че, ако имате нещо да кажете, кажете го. Ако искате да споделите интересна
работа в горепосочените области, да зададете въпроси или да изразите
своето мнение по този или друг въпрос на регионалната политика,
свържете се на адрес:

regio-panorama@ec.europa.eu

KN-IR-09-032-BG-C

ISSN 1830-9321

© European Communities, 2009

Възпроизвеждането е позволено, при условие че се цитира източникът.



■ Служба за публикации

Европейска комисия, Генерална дирекция „Регионална политика“

Отдел Б.1 — Комуникация, информация и връзки с трети страни

Рафаел Гуле

Avenue de Tervueren 41

1040 Brussels

Факс +32 22966003

Ел. поща: regio-info@ec.europa.eu

Интернет адрес: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_bg.htm