

# **КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ**

## **ИНОВАЦИОНЕН ЛАГЕР**

### **ДЕКАРБОНИЗИРАНЕТО НА ТРАНСПОРТА ЗА ГР. РУСЕ И РЕГИОНА В ЗЕЛЕНИЯ ПРЕХОД - ИЗГРАЖДАНЕ НА ИНОВАТИВЕН КАПАЦИТЕТ ЗА БЪДЕЩЕТО**

#### **1. Цели на комуникационната стратегия**

##### ***1.1. Общи цели:***

- Популяризиране на политиките за декарбонизация на транспорта и отговорността на всеки свързан със зеления преход, за да се изгради иновационен капацитет на бъдещето;
- Осигуряване на изпълнение на решенията на предизвикателствата, разработени от Иновационния лагер – Русе;
- Изграждане и поддържане на високо обществено доверие към политиките на община Русе, свързани с декарбонизацията;
- Осигуряване на максимална прозрачност на подготовката, провеждането и шест годишното изпълнение на взетите решения от иновационния лагер;
- Осигуряване на принос на Иновационен лагер - Русе при формулиране на политики в областта на транспорта и решения за инвестиции.

##### ***1.2. Специфични цели:***

- Информирание на обществеността в Русе и региона по въпросите свързани с декарбонизацията на транспорта в зеления преход и изграждането на иновативен капацитет на бъдещето, както и мобилизиране на заинтересованите страни: политици, академични среди, бизнес и неправителствени организации за съвместна работа.
- Насърчаване за активно участие на всички заинтересовани страни.

## **2. Дейности и инструменти**

### ***2.1 Проучване на събития свързани с програмата „Науката среща регионите“***

Проучването на събития свързани с програмата „Науката среща регионите“ ще даде възможност да видим какъв е миналия опит в България на двата проведени иновационни лагера, доколко е устойчив, както и активността на останалите участници, за да може да се планира комуникация, която ще е по-лесно да се открие.

Проучванията ще се проведат за:

-проведени иновационни лагери по програмата „Науката среща регионите“ в България;

-финансираните 13 иновационни лагери от сесията през 2021 г.

### ***2.2 Създаване и поддържане на сайт на Иновационния лагер (<https://incamp.obshtinaruse.bg/index.html>)***

Сайтът използва за подготовката и провеждането на Лагера и като основно място за информиране за работата по осъществяване на прототипите и пътните карти, разработени от Иновационния лагер.

### ***2.3 Кръгли маси/ публични дискусии***

На 29.03.2022 г. се проведе Национална кръгла маса „Енергийна ефективност в транспорта и перспективи за използването на нисковъглеродна енергия в дунавския регион“, която събра заинтересованите страни – публични власти, академия, бизнес и неправителствен сектор.

Периодично провеждане на публични дискусии и кръгли маси за популяризиране и осъществяване на инициативите на Иновационния лагер.

### ***2.4 Експертни работни групи***

Структуриране на осемте работни групи на Иновационния лагер като постоянни структури, които работят за осъществяване на разработените прототипи и пътни карти.

### ***2.5 Подписване на меморандуми и споразумения***

### **3. Целева Аудитория**

#### ***3.1. Основна целева аудитория:***

Участниците в Иновационния лагер – Русе: носители на предизвикателства, експерти и учени, политици, бизнес и гражданско общество.

Обществеността на град Русе и региона и достигане до максимално голям брой от хора и акцент към младите хора. Разпространение на информацията към обществеността на дунавските общини.

#### ***3.2. Комуникационна целева аудитория:***

- Общинска и държавна администрации;
- академични среди; бизнес;
- НПО.

Тази аудитория е най-вече част от основната целева аудитория.

### **4. Принципи на комуникационните дейности**

Принципи:

Мерките по информация и публичност ще бъдат базирани на следните принципи:

- Единство и координираност между мерките за информация и комуникация;
  - съгласуваност на комуникационни цели и стратегически послания за иновационния лагер и програмата „Науката среща регионите“ при дейностите по информация и комуникация за разнообразните целеви групи и под-групи;
  - единни критерии и индикатори за мониторинг на изпълнението и оценка на резултатите и въздействието.
- Прозрачност и измеримост на постигнатите резултати:

-унификация на индикаторите за оценка на физическо изпълнение, резултати и ефективност по комуникационни канали и видове дейности;

- Практическа насоченост на съдържанието/посланията: фактологическа и конкретна информация, в достъпен и максимално въздействащ вид, адаптиран към различните аудитории.
- Позитивност на посланията: иновационния лагер да се популяризира като средство за постигане на желаното развитие и подобряване качеството на живот в Русе и региона, както и в Дунавските общини.
- Изпълнение на всички визуални елементи:
  - лого,
  - шрифт,
  - цветове,
  - композиции на различните визуални материали

## **5.Канали на комуникация:**

***5.1.Основните комуникационни канали, които ще бъдат използвани са следните:***

- електронни медии;
- печатни медии;
- онлайн медии, включително и социални;
- вътрешните и външни информационни Мрежите на трите организации Община Русе, Русенски университет, Асоциацията на дунавските общини „Дунав“
- директна комуникация (събития, информационни дни, семинари, обучения и др);
- информационни табла, банери и др.;
- разработване и поддържане на сайт на иновационния лагер;
- разработване на видеофилм за проведения иновационен лагер;

- подготовка и раздаване на информационни химикалки, чанти, програма и др.;
- предварително подготвяне на информация за медиите;
- пресъобщения;
- организиране на пресконференции на кмета на община Русе и на  
Организационния комитет

### **5.2. Участие на млади хора в лагера:**

студенти; ученици; деца

Ангажиментите на трите групи млади хора в лагера осигуряват тяхното прозрение по отношение на декарбонизацията на транспорта.

Ангажимент 1. Той следва да бъде осигурен от Младежки дом Русе чрез организиране на културна програма на деца и ученици на 10.05.2022 г. Това допълнително ще провокира интерес от страна на родители и близки.

Ангажимент 2. Той следва да е осигурен от Русенския университет и неговите студенти от транспортни специалности, екология и специалност електроника чрез участие в лагера, както и презентации на иновативни продукти.

Ангажимент 3. Той е осигурен от Русенки училища и техните ученици чрез презентации на техни ученици.

Ангажимент 4. Включване на два ученически отбора (общо 14 ученика) в екологична игра Екологична фреска.

Ангажимент 5. Постерна сесия на изпълнени и изпълнявани проекти от катедра Транспорт по време на лагера.

Ангажимент 6. Изложение на иновативни прототипи, разработени от студентски екипи, както и на екологични превозни средства от фирми в Русе.

Всеки от участващите студенти, ученици и деца ще получи Сертификат за участие

### **5.3. Вътрешна комуникация**

Провеждане на редовни заседания и комуникация по електроните пощи на основните отговарящи за събитието от трите организации: община Русе;

Русенски университет; Асоциация на дунавските общини. Вътрешни заседания и комуникации в всяка от трите организации.

## **6.Отговорни структури за изпълнението на комуникационната стратегията:**

- община Русе с кмет, зам. кмет, ръководители на отдел Транспорт, отдел Екология, Отдел Международни политики;
- Русенски университет с ректор, факултет Транспортен, катедра Транспорт; научноизследователска лаборатория „Нисковъглеродна енергия за транспорта и бита“;
- Асоциацията на дунавските общини с изпълнителен директор на Асоциацията и нейните членове;
- Организационния комитет на иновационния лагер и секретариата на комитета.

## **7.Мониторинг и оценка на комуникационната кампания**

Дейностите по информация и комуникация, заложи в настоящата медийна стратегия, ще бъдат оценявани по стандартизирани критерии и индикатори, включващи:

- измерване на постигнати количествени параметри на физическо изпълнение/напредък (outputs).

*Количествени показатели:*

-брой информационни събития (всякакъв вид);

-брой участия в събития (по регистрационни списъци);

-брой посещения на месец на интернет страницата на събитието;

- измерване на ефект/резултат (result), както и на трайно въздействие (impact), посредством изпълнени решения взети във всяка от 8-те работни програми.

*Количествени показатели:*

-брой дейности по подготовка на решенията от лагера;

-брой изпълнени решения.

Комуникационната стратегия е приета на заседание на Организационния комитет на иновационния лагер.

Приложение 1 – Списък на заинтересованите страни по групи

Приложение 2 – Списък на работните групи

Приложение 3 – Описание на предизвикателствата на Иновационния лагер

Приложение 4 – Прототипи и пътни карти