



CRNA GORA
Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja
Direktorat za ruralni razvoj
Upravljačko tijelo

**PLAN VIDLJIVOSTI I KOMUNIKACIONIH AKTIVNOSTI ZA IPARD II
PROGRAM**

Maj, 2016

Sadržaj

1.	PRAVNA OSNOVA	3
2.	OSVRT	3
3.	CILJEVI INFORMATIVNE KAMPANJE ZA MJERE IPARD II PROGRAMA	3
4.	CILJNE GRUPE	4
	4.1. Potencijalni korisnici i korisnici	4
	4.2. Ekonomski i socijalni partneri	4
	4.3. Javni i lokalni organi vlasti	4
	4.4. Mediji	5
	4.5. Opšta javnost	5
5.	ADMINISTRATIVNA TIJELA ODGOVORNA ZA IMPLEMENTACIJU	5
6.	KOMUNIKACIONI ALATI/MJERE	6
	6.1. Lifleti, brošure	6
	6.2. Saopštenja	6
	6.3. Pres konferencije	7
	6.4. TV i radio	7
	6.5. Članci u novinama (dnevnim, nedjeljnim, regionalnim i specijalizovanim za poljoprivrednike)	8
	6.6. Web stranice	8
	6.7. Socijalni mediji	8
	6.8. Direktna "lice u lice (eng. face to face)" komunikacija	8
	6.9. Seminari i radionice za zaposlene u savjetodavnim i opštinskim službama čiji je posao vezan za poljoprivredu	9
	6.10. Prezentacije na sajmovima, manifestacijama, itd.	9
	6.11. Organizovanje jednog većeg informativnog događaja godišnje koji promoviše mogućnosti za finansiranje i strategije koje se sprovode i predstavlja dostignuća jednog ili više programa, uključujući i primjere projekata	9
7.	ODGOVORNOSTI KORISNIKA	9
8.	MONITORING I EVALUACIJA PLANA VIDLJIVOSTI I KOMUNIKACIONIH AKTIVNOSTI	10
9.	FINANSIRANJE PLANA VIDLJIVOSTI I KOMUNIKACIONIH AKTIVNOSTI	10

1. PRAVNA OSNOVA

Član 23 i 24 Okvirnog sporazuma;
Član 29 i 30 Sektorskog sporazuma.

2. OSVRT

Plan vidljivosti i komunikacionih aktivnosti (u daljem tekstu Plan) je strateški dokument koji pokriva čitav period implementacije IPARD II programa.

Cilj plana je da se osigura da je javnost obaviještena o podršci u okviru IPARD II programa, da se identifikuju mjere informisanja i publiciteta, da se sprovedu informativne i komunikativne kampanje o podršci kroz IPARD program, kao i da se isplanira implementacija vidljivosti, naglašavajući ulogu i doprinos Evropske unije. Aktivnosti vezane za vidljivost i komunikaciju treba da pokažu kako određena operacija doprinosi definisanim ciljevima programa i procesu pridruživanja i ima za cilj da u opštoj javnosti proširi svijest i podrži operacije koje se finansiraju i ciljeve kojima se teži. Aktivnosti na vidljivosti i komunikaciji imaju za cilj da odgovarajućim ciljnim grupama ukažu na dodatu vrijednost i uticaj Programa i operativnih aktivnosti Unije.

Jedan od preduslova za kvalitetnu implementaciju IPARD II programa je informisanje svih zainteresovanih strana - od predstavnika organa državne uprave (koji će biti u kontaktu sa krajnjim korisnicima) do samih korisnika.

Nakon što je Plan izrađen i usaglašen sa Evropskom komisijom, članovi IPARD II odbora za nadgledanje (u daljem tekstu IPARD odbor) će ga odobriti. Sve eventualne izmjene Plana potrebno je da odobri IPARD odbor za nadgledanje na prvoj narednoj sjednici. Na osnovu ovog Plana, svake godine pripremaće se Godišnja lista aktivnosti. Nacrt detaljne Godišnje liste aktivnosti će biti dostavljen Evropskoj komisiji svake godine prije jesenjeg zasjedanja IPARD odbora. IPARD odbor svake godine odobrava Godišnju listu aktivnosti za narednu godinu. Ukoliko bude potreba za izmjenom Godišnje liste aktivnosti Upravljačko tijelo (eng. Managing Authority, u daljem tekstu MA) će o tome obavijestiti Evropsku komisiju, i predstaviti usaglašene izmjene IPARD odboru na proljećnom zasijedanju, ili u bilo kom trenutku putem pisane procedure.

3. CILJEVI INFORMATIVNE KAMPANJE ZA MJERE IPARD II PROGRAMA

Uopšteno, ciljevi informativne kampanje i mjera publiciteta su:

- Da obavijesti korisnike o mogućnostima koje nudi zajednička podrška od strane Evropske unije i Crne Gore, obezbjeđujući transparentnost takve podrške;
- Da informiše opštu javnost o ulozi Evropske unije u saradnji sa Crnom Gorom o podršci i rezultatima;
- Promovisanje što šireg razumijevanja ciljeva i dostignuća IPARD II programa u Crnoj Gori veće razumevanje javnosti o ciljevima i postignućima IPARD II programa u Crnoj Gori.

Kako bi ostvarilo pomenute ciljeve, Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja imenovalo je Upravljačko tijelo, koje je odgovorno za kvalitetnu i blagovremenu implementaciju mjera informisanja i publiciteta, kao i planiranje budžeta.

U pružanju informacija, Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja sa svojim savjetodavnim službama imaće glavnu ulogu, ali i druga tijela (opštine, NVO, itd.) će biti zadužena za širenje informacija i podizanje svijesti o Programu među stanovništvom ruralnih područja. Ministarstvo treba da obezbijedi transparentnost ciljeva.

Ciljne grupe, komunikacioni kanali, sredstva komunikacije i sistem za monitoring IPARD-a moraju se definisati kako bi se postigli svi ciljevi informisanja za IPARD II program.

4. CILJNE GRUPE

Identifikovano je pet ciljnih grupa koje su bitne u komunikacionoj kampanji za IPARD II program:

- Potencijalni korisnici i korisnici;
- Ekonomski i socijalni partneri;
- Javni i lokalni organi vlasti;
- Mediji;
- Opšta javnost.

4.1. *Potencijalni korisnici i korisnici*

Potencijalni korisnici i korisnici su ciljna grupa kojoj su potrebne detaljne informacije o IPARD II programu. Pristup i aktivnosti ove ciljne grupe bitno će uticati na uspjeh u sprovođenju cjelokupnog Programa. Kasnije, korisnici će postati "ambasadori" Programa - na osnovu svog iskustva; druge ciljne grupe će donositi sopstvene odluke o kvalitetu implementacije i benefitima Programa. Ova ciljna grupa dobijaće jasne i detaljne informacije o javnim pozivima za podršku, administrativnim procedurama, napretku i statusu u procjeni i ocijenjivanju aplikacija, kao i obavezama samih korisnika podrške. Ovo će biti motivacija da budu što aktivniji u korišćenju podrške.

Ova ciljna grupa mora biti detaljno opisana za svaku od IPARD II mjera. Definicije korisnika za svaku mjeru dati su u okviru IPARD II programa.

Najširi opseg komunikacionih alata će se koristiti i biti usmjeren upravo ka ovoj ciljnoj grupi. Sredstva komunikacije će obuhvatiti informacije u medijima (nacionalni, lokalni i specijalizovani štampani mediji, nacionalne i regionalne TV stanice), direktna komunikacija i različiti događaji, radionice, promotivni materijali (lifleti, brošure), itd.

4.2. *Ekonomski i socijalni partneri*

Ova ciljna grupa imaće važnu ulogu posrednika između institucija koje sprovode Program i potencijalnih korisnika. Predstavljajući potencijalne korisnike i korisnike, ovi partneri predstavljaju značajne „opinio leaders“ i predstavljaju potencijalne promotere čitavog procesa. U cilju da se osigura njihovo uključivanje u kampanje podizanja svijesti javnosti, posebni sastanci i okrugli stolovi biće organizovani. Postoji oko 200 NVO koje se bave poljoprivredom u Crnoj Gori, od kojih su neke veoma aktivne, neke značajno manje, ali će njihova uloga svakako biti značajna.

4.3. *Javni i lokalni organi vlasti*

Organi lokalne vlasti su važan izvor informacija o podršci potencijalnim korisnicima, tako da je od izuzetno velikog značaja da oni sami pravovremeno budu apdejtovani informacijama. Specijalne obuke biće organizovane, kako bi se steklo odgovarajuće znanje o IPARD-u, pravilima i procedurama. Postoje 23 opštine u zemlji (svaka od njih ima sekretarijat koji je zadužen za poljoprivredu), 7 Regionalnih centara za selekciju stoke, kao i 6 Regionalnih savjetodavnih službi u biljnoj proizvodnji, što je sasvim dovoljno za Crnu Goru.

4.4. Mediji

S obzirom na činjenicu da će ova ciljna grupa imati veliki uticaj na sve druge ciljne grupe, napori će od samog početka sprovođenja Programa biti usmjereni na uspostavljanje pozitivnog odnosa medija prema podršci. Specijalni alati direktne komunikacije, kao što su konferencije za štampu, sastanci, će se primjenjivati. Postoje mogućnosti da se informacije pružaju kroz 21 televizijski kanal (3 od njih su lokalne televizije, dok su drugi emituju na cijeloj teritoriji Crne Gore); radio - postoje mogućnosti da informacije pružaju kroz 55 radio stanica (43 od njih su lokalne radio stanice); novine - postoje mogućnosti da se obezbijede informacije koristeći 16 listova (6 dnevnih novina, 3 nedeljne novine, 1 petnaestodnevne novine, 6 mesečnih i periodični časopis), Internet portali.

4.5. Opšta javnost

Sve ciljne grupe dio su opšte javnosti. U Crnoj Gori, 38,6 % od ukupnog stanovništva živi u ruralnim područjima (u primorskom regionu - 41,7%, u centralnoj regiji - 20,4%, u sjevernoj regiji - 59,7%). Javnost će biti obaviještena o prednostima podrške, transparentnosti administracije, efikasnosti sprovođenja i postignutim rezultatima. Kampanja podizanja svijesti javnosti će imati za cilj da ubijedi javnost o prednostima podrške koja ima uticaj ne samo u ruralnim već i u urbanim sredinama. Osim toga, promovisaće se i priče o uspješnim korisnicima podrške. Uglavnom nacionalni mediji će se koristiti kako bi se došlo do ove ciljne grupe.

MA je nakon usvajanja od strane evropske komisije IPARD II program objavilo na web sajtu MPRR: http://www.minpolj.gov.me//rubrike/IPARD_program/. MA će redovno objavljivati izmjene IPARD II programa, glavna dostignuća u procesu implementacije i rezultate, koristeći sve medije na nacionalnom i lokalnom nivou. Poseban akcenat će biti stavljen na informacije o doprinosu Evropske unije u okviru IPARD II programa. MA će naglasiti ulogu Evropske unije i osigurati transparentnost EU podrške, a posebno kroz IPARD II program. Ova informacija je od velikog značaja kako bi se povećala vidljivost Programa i podigla svijest među stanovništvom. MA će planirati i sprovoditi Godišnju listu aktivnosti. Niz mjera informisanja će se sprovoditi koristeći različite komunikacione alate - konferencije za štampu, medije, informativne seminare, redovne publikacije na sajtu MPRR.

5. ADMINISTRATIVNA TIJELA ODGOVORNA ZA IMPLEMENTACIJU

Informacije i promotivne aktivnosti zajednički će pripremati i realizovati MA, PR kancelarija MPRR i IPARD Agencija (u daljem tekstu IA). U okviru MA, Direkcija za koordinaciju i odnose sa javnošću odgovorna je za aktivnosti komunikacije. Sastoji se od Načelnika, jednog samostalnog savjetnika i dva viša savjetnika. U okviru IA, Odsjek za oglašavanje i autorizaciju projekata je odgovoran za aktivnosti komunikacije. Sastoji se od šefa i 9 samostalnih savjetnika. PR kancelarija MPRR sastoji se od 3 zaposlena.

MA odgovorno je za sprovođenje Plana vidljivosti i komunikacionih aktivnosti.

Dodatni izvor informacija o Programu biće opštine i savjetodavne službe, mediji kao i ekonomski i socijalni partneri.

- MA treba da, zajedno sa IA i PR kancelarijom MPRR, informiše sve ciljne grupe. Pored toga, uvažava savjete IPARD II odbora za nadgledanje o aktivnostima koje su preduzete i onih koje treba preduzeti, u pogledu informisanja šire javnosti o IPARD II programu i njegovim rezultatima, ali i priprema godišnji izvještaj o postignutim rezultatima samog Plana i informativne kampanje.
- MA i IA zajedno će raditi na pripremi informacija za različitu svrhu (priručnici, flajeri, lifleti, sajtovi, štampa, jasna poruka na TV i radiju, ali i informacije koje se mogu naći na formularu za apliciranje ili

uz njega) koja će povezivati sva uključena tijela u proces informisanja i druga tijela koja rade za iste ciljne grupe.

- Na sajtu MPRR biće uspostavljena linija “pitanja i odgovori”, podržana od strane MA i IA u cilju obezbjeđenja pravovremenih odgovora i relevantnih informacija za sve zainteresovane strane (http://www.minpolj.gov.me//rubrike/IPARD_program/).
- Opštine i Savjetodavne službe će organizovati seminare i obuke u opštinama u saradnji sa MA.
- Savjetodavne službe moraju biti dobro informisane i imati svu potrebnu dokumentaciju (informativne publikacije, priručnike, flajere, liflete, itd.) koje će biti dostupne korisnicima ali i nekorisnicima.
- Predstavnici ili članovi NVO prisustvovaće sastancima, seminarima i obukama, i na taj način biće u mogućnosti da dalje “šire” informacije, preko svojih sajtova, sastanaka i sl.

MA će redovno slati sve informacije o IPARD II programu koje su usmjerene medijima i javnosti, opštinama, savjetodavnim službama, NVO.

Operativni sporazum za sprovođenje IPARD II programa koji je potpisan od strane MA i IA preciznije definiše obaveze ovih tijela u pogledu javnosti i informisanja - Član 13 (Javnost IPARD II programa) Član 14 (Distribucija promotivnih aktivnosti), Član 15 (sprovođenje aranžmana publicitet postupaka), član 16 (Vidljivost).

6. KOMUNIKACIONI ALATI/MJERE

Različiti komunikacioni alati koristiće se za podizanje svijesti javnosti tokom sprovođenja IPARD II programa.

Godišnja lista aktivnosti definisaće u kom periodu će se koji komunikacioni alat i kanal koristiti.

Kada je Vlada Crne Gore usvojila IPARD II program, održana je press konferencija u press centru Vlade. Informaciju o usvajanju Programa prenijeli su svi mediji u Crnoj Gori. Tokom samog procesa izrade IPARD II programa organizovane su radionice u sva tri regiona Crne Gore (sjeverni, centralni i južni) u cilju informisanja ali i konsultovanja zainteresovanih strana.

Sav materijal vezan za komunikacione alate u nastavku biće dostupan u elektronskoj verziji na web sajtu i socijalnim mrežama MPRR-a. Takođe, materijal u elektronskoj verziji slaće se zainteresovanim stranama i medijima.

6.1. Lifleti, brošure

Lifleti i brošure predstavljaju jednostavan način pružanja informacija potencijalnim korisnicima IPARD II programa i široj javnosti o ulozi i doprinosu Evropske Unije. Oni pružaju osnovne informacije o IPARD II programu (šta je IPARD, vremenski okvir, predviđene mjere, krajnje korisnike, iznos podrške, podatke o kontaktima ustanove koja je zadužena za sprovođenje – IA, te sve druge relevantne informacije). Lifleti i brošure mogu se distribuirati čim budu poznati svi detalji o Programu.

MA u saradnji sa IA zaduženo je pripremu lifleta i brošura i njihovu distribuciju kroz različite događaje, sajmove, preko opština, savjetodavnih službi itd.

6.2. Saopštenja

Saopštenja za javnost su najvažniji oblik pisane komunikacije koji se šalje novinarima pisanih medija, radija i televizije. Koristi se za širenje redovnih informacija (npr. objavljivanju javnih poziva, objavljivanje rezultata,

itd.), ali takođe i u situacijama kad se krajnji korisnici hitno moraju obavijestiti o nečemu (npr. produženje trajanja javnih poziva), a nema vremena za prosljeđivanje informacija drugim kanalima.

Saopštenja za javnost koriste se i da informišu potencijalne korisnike i opštu javnost o IPARD II programu i ulozi Evropske unije.

MA (Direkcija za koordinaciju i odnose sa javnošću), u saradnji sa IA i PR kancelarijom MPRR-a zadužena je za pripremu saopštenja vezano za IPARD II program. Šef MA odobrava saopštenja, dok PR kancelarija MPRR-a izvršava tehničke aktivnosti (postavlja na IPARD portal/web sajt, šalje medijima i zainteresovanim stranama).

6.3. Pres konferencije

Pres konferencije namijenjene su predstavnicima štampanih medija, radija i televizije. Njihova glavna funkcija je pružanje informacija novinarima o važnim informacijama u vezi IPARD II programa (šta je IPARD, vremenski okvir, predviđene mjere, krajnje korisnike, objavljivanje dobijanja nacionalne akreditacije za sprovođenje Programa, donošenje odluka o prenosu ovlaštenja, objavljivanje javnih poziva, rezultati javnih poziva, itd.). Osim redovnih pres konferencija za novinare (povezanih s važnim datumima i događajima), takođe je moguće organizovati vanredne konferencije za novinare.

Cilj pres konferencije je da informiše potencijalne korisnike, ali takođe i opštu javnost o ulozi i doprinosima Evropske unije, a naročito sa stajališta IPARD II programa.

Za pripremu i organizaciju pres konferencija zaduženo je MA (Direkcija za koordinaciju i odnose sa javnošću) u saradnji sa PR kancelarijom MPRR-a i IA.

6.4. TV i radio

Promovisanje IPARD II na televiziji vršiće se putem oglasa i TV priloga/reportaža. TV prilozima/reportažama prikazivaće se prije ili nakon specijalizovanih emisija za poljoprivrednike. Pored primjera sa terena TV prilozima/reportaža će prikazivati primjere dodjeljene podrške i realizovanih investicija kroz IPARD II program.

Osim primjera s terena, TV prilozima/reportažama biće sastavljene i od intervjua s korisnicima i zaposlenicima MA i IA.

TV prilozima/reportažama pružaće informacije o mjestima (npr. kancelarije, web stranice, itd.) na kojima se mogu dobiti sve detaljne informacije o Programu, proceduri prijavljivanja, i dr. Osim tv priloga/reportaža, plaćenim oglasima na televiziji mogu se najavljivati javni pozivi za mjere IPARD II programa.

Radio spot pruža detaljne informacije o samom Programu, njegovom vremenskom okviru, te rokovima za podnošenje zahtjeva, kao i informacije o kontaktima i adresama na kojima se može dobiti više informacija o Programu.

Svrha radio i televizijske promocije je izvijestiti širu javnost, ali i potencijalne korisnike o IPARD II programu.

Za navedene aktivnosti zaduženo je MA (Direkcija za koordinaciju i odnose sa javnošću) u saradnji sa PR kancelarijom MPRR-a i IA.

6.5. Članci u novinama (dnevnom, nedjeljnim, regionalnim i specijalizovanim za poljoprivrednike)

Informacije o IPARD-u (krajnji korisnici, mjere, prihvatljiva ulaganja) redovno će se objavljivati u crnogorskim dnevnim novinama, a po potrebi u specijalizovanim časopisima za poljoprivrednike.

Na unaprijed zakupljenim stranicama objavljivaće se primjeri o uspješnim projektima finansiranim sredstvima EU, intervjui sa zaposlenima odgovornim za sprovođenje IPARD-a (MA i IA), objave javnim poziva za pojedine mjere IPARD II programa i dr. U novinskim oglasima detaljno će se pojašnjavati i sve mjere i prihvatljiva ulaganja koja su potencijalnim korisnicima na raspolaganju iz IPARD II programa. Dnevne novine predstavljaju najbolji alat komunikacije za obraćanje opštoj javnosti. Za razliku od specijalizovanih časopisa za poljoprivrednike, dnevna štampa se distribuira do svih mjesta u CG i ima veliki tiraž. Prilikom svake objave/oglasa jasno će se istaći i informacije o kontaktima (adrese, telefoni, faks, e-mail i drugo), gdje se mogu dobiti sve dodatne informacije o Programu, javnim pozivima i dr.

Za sprovođenje navedenih aktivnosti zaduženo je MA (Direkcija za koordinaciju i odnose sa javnošću) u saradnji sa PR kancelarijom MPRR-a i IA.

6.6. Web stranice

Web stranice se mogu smatrati najučinkovitijim alatom komunikacije za postizanje ciljeva Programa. One su osmišljene za pružanje opštih informacija o IPARD II programu u Crnoj Gori i uključuju detaljne informacije o zakonskoj osnovi za sprovođenje Programa, kao i informacije o predviđenim mjerama (http://www.minpolj.gov.me//rubrike/IPARD_program/). One će takođe obuhvatiti detaljne informacije o prihvatljivim ulaganjima, potrebnoj dokumentaciji, postupku za podnošenje zahtjeva, odobrenjima, plaćanjima i kontroli za sve mjere akreditovane u tom trenutku. Uključiće informacije o odobrenim projektima iz IPARD-a. Osim što su korisne krajnjim korisnicima, one će takođe biti koristan izvor informacija za pojedince i ustanove uključene u sprovođenje IPARD II programa (npr. NVO, savjetodavne službe, Privredna komora). Web stranice će takođe sadržati pitanja i odgovore na njih, koja potencijalni korisnici upute e-mailom, telefonom, pisanim putem i dr.

Web stranice će se redovito ažurirati i pružaće najnovije informacije. One će biti dio web stranica Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja, te će biti dostupne putem veze sa drugim web sajtovima (savjetodavne službe i dr.).

Za navedene aktivnosti zaduženo je MA (Direkcija za koordinaciju i odnose sa javnošću) u saradnji sa PR kancelarijom MPRR-a i IA.

6.7. Socijalni mediji

MPRR već ima svoju stranicu na fejsbuku, kao i svoj blog. Oni će se koristiti u cilju promovisanja IPARD II programa. Postoji mogućnost otvaranja tviter i drugih naloga na socijalnim mrežama, ukoliko se pokaže potreba za tim.

6.8. Direktna "lice u lice (eng. face to face)" komunikacija

Na osnovu prethodnog iskustva (kroz sprovođenje mjera Agrobudžeta, MIDAS i IPARD *like* projekta) ova vrsta komunikacionog alata pokazala se kao najbolja. Korisnici i potencijalni korisnici mogu doći u kancelarije MPRR-a, savjetodavnih ili opštinskih službi i dobiti sve informacije ali i savjete u vezi sa IPARD II programom.

6.9. *Seminari i radionice za zaposlene u savjetodavnim i opštinskim službama čiji je posao vezan za poljoprivredu*

Zaposleni savjetodavnih i opštinskih službi (Sekreterijati vezani za oblast poljoprivrede) su u svakodnevnom kontaktu sa poljoprivrednicima - potencijalnim korisnicima IPARD II programa. Cilj seminara je da pripreme sve zaposlene ovih institucija za sve segmente IPARD II programa (mjere, krajnji korisnici, dozvoljena ulaganja, itd.), nakon čega će biti edukovani za pružanje detaljnih informacija potencijalnim korisnicima o samom Programu, kao i davanju informacija o daljoj proceduri prilikom apliciranja i sl. Osim toga, sve savjetodavne i opštinske službe u svojim kancelarijama imaju sav promotivni materijal vezan za IPARD II program, koji će biti dostupan svim potencijalnim korisnicima. Oni će takođe od potencijalnih korisnika dobijati i povratne informacije (u kojoj mjeri su informisani o IPARD II programu), a sve u svrhu jačanja promotivne kampanje.

Za navedene aktivnosti zaduženo je MA (Direkcija za koordinaciju i odnose sa javnošću) u saradnji sa IA.

6.10. *Prezentacije na sajmovima, manifestacijama, itd.*

Prezentacija IPARD II programa i njegovih mjera na nacionalnim i regionalnim sajmovima, manifestacijama i konferencijama predstavlja važan dio promotivne kampanje. Osmišljena su za ciljne grupe - potencijalne korisnike (poljoprivrednike koji posjećuju poljoprivredne sajmove, prerađivačku industriju, ribarstvo i slično), ali takođe i za širu javnost. Tema prezentacije kao i njen oblik (uopšteno ili detaljne informacije) određuje se u zavisnosti od vrste događaja, učesnika, posjetilaca i dr. Prezentacije se održavaju na poziv zainteresovanih strana (npr. finansijskih institucija, različitih interesnih grupa, kao što su udruženja poljoprivrednika i dr.), kao i na događanjima koja se održavaju pod pokroviteljstvom MPRR-a. Putem upitnika i anketa koje se dijele učesnicima, moguće je dobiti uvid u informisanost potencijalnih korisnika o mogućnostima sufinansiranja kroz IPARD II program. Prezentacije bi se takođe održavale na zahtjev drugih ustanova – privredna komora, komercijalne banke, itd., te bi se koristile za informisanje zaposlenih tih ustanova o sprovođenju IPARD II programa u Crnoj Gori.

Zaposleni MA i IA su odgovorni za sprovođenje ove aktivnosti.

6.11. *Organizovanje jednog većeg informativnog događaja godišnje koji promovise mogućnosti za finansiranje i strategije koje se sprovode i predstavlja dostignuća jednog ili više programa, uključujući i primjere projekata*

Svake godine, biće organizovan jedan veći informativni događaj koji će promovisati mogućnosti za finansiranje i predstaviti dostignuća Programa ili programa, uključujući i primjere projekata. Događaj se može organizovati i na gazdinstvu nekog od primalaca EU podrške.

Zaposleni MA i IA odgovorni su za sprovođenje ove aktivnosti u saradnji sa PR kancelarijom MPRR-a.

7. ODGOVORNOSTI KORISNIKA

U skladu sa članom 29 i Aneksom 8 Sektorskog sporazuma, korisnici su odgovorni za sprovođenje mjera u cilju osiguranja vidljivosti njihovih projekata, kako bi i opšta javnost bila obaviještena o ulozi EU u okviru IPARD II programa i njegovih rezultata.

Bilbordi, poster, table (sa objašnjenjem) i internet stranice, treba da sadrže opis investicije i da navedu da je projekat podržan iz IPARD sredstava i da sadrže simbol Unije. Ta informacija treba da zauzme najmanje 25% bilborda, table ili internet stranice. Treba da bude pripremljena u skladu sa tehničkim karakteristikama kako je

propisano u odgovarajućem implementacionom aktu koji je usvojila Komisija (Uredba Komisije o implementaciji (EU) br. 821/2014).

U svojim aktivnostima komunikacije korisnici će biti podržani kroz zaseban dio u okviru Ugovora o podršci (dio procedura IA), kroz koji će im detaljno biti objašnjeno koje su njihove obaveze po pitanju vidljivosti i komunikacije. Ovaj dio njihove odgovornosti biće im predstavljen i objašnjen i tokom radionica koje će se organizovati u cilju promocije EU podrške (javni pozivi, različite mjere za podršku). Takođe, prilikom samog potpisivanja ugovora o podršci dobijaće sve potrebne informacije o ovom pitanju.

8. MONITORING I EVALUACIJA PLANA VIDLJIVOSTI I KOMUNIKACIONIH AKTIVNOSTI

MA će redovno vršiti monitoring i evaluaciju aktivnosti komunikacija u bliskoj saradnji sa IA. Sprovođenje Plana će se pratiti kroz *input*, *output* i *result* indikatore.

- *Input* indikatori biće definisani Godišnjom listom aktivnosti uzimajući u obzir ciljeve za određeni period. Input indikatori mogu biti: broj saopštenja, broj članaka, broj štampanog materijala, broj radionica /seminara/konferencija, broj TV/radio spotova.
- *Output* indikatori se mjere svake godine, i mogu biti: broj učesnika u događajima (radionice/seminari/konferencije), broj posjetilaca sajta (dio sajta za IPARD II), broj primljenih aplikacija za javne pozive.
- *Result* indikatori mjere nivo zadovoljstva korisnika informacijama koje su dobili (aspekte poput podizanja svijesti o IPARD II programu, dostupnosti i količini informacija, procjenjivaće se i korišćenje komunikacionih alata) kao i koliko je to relevantno za broj ali i kvalitet samih aplikacija. Ovo mjerenje može se sprovesti putem specijalnog istraživanja (prosljeđivanjem specijalnih upitnika).

MA će pripremiti upitnik, koji će sadržati pitanja o nivou svijesti javnosti i potencijalnih korisnika o IPARD II programu. Zaposleni MA, IA (prezenteri/predavači), savjetodavne i opštinske službe će biti uključeni u distribuciji upitnika.

9. FINANSIRANJE PLANA VIDLJIVOSTI I KOMUNIKACIONIH AKTIVNOSTI

Budžet za sprovođenje Plana vidljivosti i komunikacionih aktivnosti biće predviđen/obezbijeđen kroz mjeru tehničke pomoći (TA), ali i kroz sredstva iz nacionalnog budžeta Crne Gore ili drugim izvorima EU finansiranja.

Privremeni budžet za period implementacije Programa

Aktivnost	Odgovornost	Budžet*		Izvor finansiranja
Obuka osoblja povezanog sa PR aktivnostima	MA/IA	15%	36,000€	TA/nacionalni budžet
Štampanje informativnog i promotivnog materijala	MA	15%	36,000€	TA/nacionalni budžet
Priprema informacija za štampane i vizuelne medijske aktivnosti	MA	5%	12,000 €	TA/nacionalni budžet
Objavljivanje i emitovanje u štampanim i vizuelnim medijima (TV, radio)	MA	35%	84,000€	TA/nacionalni budžet
Objavljivanje IPARD II programa i njegovog sprovođenja na web stranicama	MARD/MA/IA	5%	12,000€	TA/nacionalni budžet
Organizovanje seminara i radionica za informisanje i obavještanje javnosti	MA	20%	48,000 €	TA/nacionalni budžet

Priprema i štampanje/objavljivanje aplikacionih formi, vodiča za korisnike, kao i dokumentacije koja je namijenjena potencijalnim korisnicima u okviru mjera IPARD II programa	IA	5%	12,000 €	TA/nacionalni budžet
UKUPNO		100%	240,000 €	

Javnost/vidljivost pojedinačnih projekata finansiranih u okviru IPARD II programa vrši se od strane korisnika sredstvima projekta izdvojenih posebno za tu svrhu.