



**КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ ЗА  
ПОДГОТОВКА, РАЗРАБОТВАНЕ,  
ИЗПЪЛНЕНИЕ И ОТЧИТАНЕ НА ПИРО  
БАЛЧИК 2021-2027 г.**

*- Юли 2020 -*

## СЪДЪРЖАНИЕ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. ОСНОВАНИЕ ЗА ИЗГОТВЯНЕ .....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>2. СЪЩНОСТ, ОБХВАТ И ЦЕЛ .....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>3. ЗАДАЧИ НА КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>4. ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ .....</b>   | <b>4</b>  |
| 4.1. ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ.....   | 4         |
| 4.2. ПОДХОД ПРИ ПОПЪЛВАНЕ НА МАТРИЦИТЕ СЪС ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ.....   | 7         |
| <b>5. ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ .....</b>  | <b>8</b>  |
| 5.1. КОМУНИКАЦИОННИ КАНАЛИ .....  | 8         |
| 5.2. КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ .....  | 9         |
| 5.3. ПРИМЕРНИ ДЕЙНОСТИ СПРЯМО ЦЕЛЕВАТА ГРУПА .....  | 9         |
| 5.4. ОБЩИ КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ НА ЕТАПИТЕ НА ПОДГОТОВКА, РАЗРАБОТВАНЕ,<br>ИЗПЪЛНЕНИЕ И ОТЧИТАНЕ НА ПИРО..... | 11        |
| <b>6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>  | <b>12</b> |
| <b>7. ПРИЛОЖЕНИЕ: СПИСЪЦИ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ В<br/>ОБЩИНАТА.....</b>                                    | <b>13</b> |

## 1. ОСНОВАНИЕ ЗА ИЗГОТВЯНЕ

Настоящата комуникационна стратегия е изготвена във връзка с разработването на План за интегрирано развитие на община (ПИРО) Балчик за периода 2021-2027 г. и изискванията, заложи в Методическите указания на разработване и прилагане на Планове за интегрирано развитие на община (ПИРО) за периода 2021-2027 г.

## 2. СЪЩНОСТ, ОБХВАТ И ЦЕЛ

**Същността** на Комуникационната стратегия е да стимулира съпричастността и участието на населението на община Балчик, структурите на гражданското общество и бизнеса, развиващи дейност на нейната територия, както и на партньорите и заинтересованите страни за участие в подготовката и изпълнението на ПИРО.

**Времевият обхват** е регламентиран от периода на действие на плана за интегрирано развитие, времето за неговата подготовка и последващо отчитане на изпълнението му.

**Целите** на комуникационната стратегия са:

- популяризиране на ролята на ПИРО за развитието на общината;
- осигуряване на максимална прозрачност в процесите на разработване и изпълнение на плана;
- повишаване участието и ангажираността на различни групи заинтересовани лица към процесите на планиране на общинското развитие.

Комуникационната стратегия се основава на следните **основни принципи**:

- **отчетност и публичност в дейността на общината** – създаване на условия за провеждане на дебати, предоставяне на балансирана и обективна информация, както и осигуряване на възможност гражданите да изразяват своите очаквания и предложения;
- **защита на обществения интерес** – изграждане на съпричастност в населението и структурите на гражданското общество към проблемите на общината и мотивирането им за участие в нейното управление;
- **прозрачност** – постигане и утвърждаване на определен информационен стандарт, който удовлетворява обществената потребност от публичност в дейността на Общината;
- **ефективност и отчетност на разходите** – постигане на максимални резултати с наличните ресурси.

## 3. ЗАДАЧИ НА КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ

За да бъдат постигнати целите на комуникационната стратегия и да се осигури прилагането на принципа за партньорство и сътрудничество, при разработването на ПИРО се изпълняват следните **задачи**:

- **идентифициране на заинтересованите страни и участниците**, към които стратегията ще се прилага;
- **формулиране на подходящи инструменти за комуникация с всяка група заинтересовани страни** както на етапа на разработване на ПИРО, така и при неговото изпълнение и последващо отчитане;

- *определяне на инструменти за осигуряване на прозрачност и информация относно структурата, съдържанието и изпълнението на ПИРО, очакваните резултати и ползите за местната общност като цяло;*
- *подбор на инструменти за събиране на идеи от заинтересованите лица за развитие на общината, в т.ч и потенциални проектни предложения;*
- *намиране на способи за привличане вниманието на заинтересованите страни и гражданското общество за формиране на позитивно обществено мнение и активна гражданска позиция по отношение участието и подкрепата на ръководството на общината за подготовката и реализация на плана.*

## **4. ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ**

### **4.1. ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ**

Заинтересованите страни са лица или групи, които могат да се възползват от изпълнението и/или успеха на ПИРО, или които са ограничени от него.

Широкият набор от мерки, които се обхващат в ПИРО и проектите, които следва да бъдат реализирани, оказват влияние върху различни групи с различни интереси. В зависимост от конкретната ситуация (проект), заинтересованите страни могат да включват: представители на бизнеса (работодатели); инвеститори; индустриални и търговски обединения; професионални асоциации и браншови организации; неправителствени организации; местни общности; граждански сдружения и др.

За целите на разработване и прилагане ПИРО е изготвен **списък от заинтересовани страни**, който съответства на следните разбирания:

- *Съгласно ППЗРР (Правилник за прилагане на закона за регионалното развитие) „ПИРО се съгласува със заинтересованите органи и организации, с икономическите и социалните партньори, както и с физически лица и представители на юридически лица, имащи отношение към развитието на общината“;*
- *Потенциалните бенефициенти по програмите на ЕСИФ и други донорски организации следва да оказват пряко влияние върху разработването на стратегическата част на плана, т.е. бъдещото развитие на общината;*
- *Потенциалните ползватели на благата, които се очаква да бъдат създадени в резултат на изпълнението на ПИРО, могат да оказват индиректно влияние.*

Съгласно горните разбирания, пряко или непряко влияние върху подготовката и реализацията на ПИРО могат да окажат следните лица и групи:

- **Представители на бизнеса**, в това число: еднолични търговци, земеделски производители, кооперации; юридически лица, регистрирани по Търговския закон (микро предприятия, МСП, ключови инвеститори на територията на общината), представители на обединения и сдружения на бизнеса;
- **Представители на структурите на гражданското общество**, в това число: НПО, читалища, спортни клубове, туристически дружества, настоятелства и др. физически лица;

- **Представители на публичната и местната власт**, в това число областната администрация, общински съветници, кметски наместници.
- **Представители на образователни институции, социални заведения и др.**
- **Представителите на експлоатационни компании.**

На базата на така определени групи се създава база данни (регистър), в която се описват конкретните лица и представляващи. Следва да се подчертае, че в нея са поместени само тези групи от заинтересовани лица, които могат да окажат пряко влияние върху процеса на разработване и изпълнение на ПИРО. Тя обхваща следните основни групи:

- Работна група за изготвянето на ПИРО
- НПО
- Бизнес
- Общински съветници
- Медии
- Експерти – общинска администрация
- Кметове на населени места
- Училища и детски градини
- Читалища, музеи и други културни институции
- Граждани
- Съседни общини - потенциални партньори за интегрирани проекти

За всяка група е изготвена матрица за попълване на данните за заинтересованата страна/индивид. Матриците са показани в следващите таблици.

**Таблица 1. Матрица на членовете на работната група**

| №  | Име и фамилия | Длъжност | Телефони | E-mail |
|----|---------------|----------|----------|--------|
| 1  |               |          |          |        |
| 2  |               |          |          |        |
| .. |               |          |          |        |

**Таблица 2. Матрица на представителите на НПО**

| №  | Организация | Представяващ | Телефони | E-mail |
|----|-------------|--------------|----------|--------|
| 1  |             |              |          |        |
| 2  |             |              |          |        |
| .. |             |              |          |        |

**Таблица 3. Матрица на представителите на бизнеса**

| №  | Организация | Представяващ | Телефони | E-mail |
|----|-------------|--------------|----------|--------|
| 1  |             |              |          |        |
| 2  |             |              |          |        |
| .. |             |              |          |        |

**Таблица 4. Матрица на представителите на Общински съвет**

| №  | Име и фамилия | Телефони | E-mail |
|----|---------------|----------|--------|
| 1  |               |          |        |
| 2  |               |          |        |
| .. |               |          |        |

**Таблица 5. Матрица на представителите на медиите**

| №  | Организация | Лице за контакт | Телефони | E-mail |
|----|-------------|-----------------|----------|--------|
| 1  |             |                 |          |        |
| 2  |             |                 |          |        |
| .. |             |                 |          |        |

**Таблица 6. Матрица на представителите на експертите в общината**

| №  | Име и фамилия | Длъжност | Телефони | E-mail |
|----|---------------|----------|----------|--------|
| 1  |               |          |          |        |
| 2  |               |          |          |        |
| .. |               |          |          |        |

**Таблица 7. Матрица на кметовете и кметските заместници в общината**

| №  | Име и фамилия | Длъжност | Телефони | E-mail |
|----|---------------|----------|----------|--------|
| 1  |               |          |          |        |
| 2  |               |          |          |        |
| .. |               |          |          |        |

**Таблица 8. Матрица на представителите на училищата и детските градини**

| №  | Име и фамилия | Длъжност (учебно заведение) | Телефони | E-mail |
|----|---------------|-----------------------------|----------|--------|
| 1  |               |                             |          |        |
| 2  |               |                             |          |        |
| .. |               |                             |          |        |

**Таблица 9. Матрица на представителите на музеи, читалища и други културни институции в общината**

| №  | Име и фамилия | Длъжност (институция) | Телефони | E-mail |
|----|---------------|-----------------------|----------|--------|
| 1  |               |                       |          |        |
| 2  |               |                       |          |        |
| .. |               |                       |          |        |

Таблица 10. Матрица на гражданите (индивидуално представляващи се)

| №  | Име и фамилия | Телефони | E-mail 1 | E-mail 2 |
|----|---------------|----------|----------|----------|
| 1  |               |          |          |          |
| 2  |               |          |          |          |
| .. |               |          |          |          |

Таблица 11. Матрица на представителите на съседни общини - потенциални партньори за интегрирани проекти

| №  | Община | Кмет / Друг представител на общинска администрация, бизнеса и гражданското общество от съседни общини | Телефони | E-mail |
|----|--------|---|----------|--------|
| 1  |        |   |          |        |
| 2  |        |   |          |        |
| .. |        |   |          |        |

#### 4.2. ПОДХОД ПРИ ПОПЪЛВАНЕ НА МАТРИЦИТЕ СЪС ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ

Попълването на всяка матрица се осъществява посредством набор от техники и действия.

**Матрицата на работната група** се попълва след издаване на заповедта на кмета за сформирание на работна група за подготовка, изготвяне и одобряване на ПИРО. Само лицата, посочени в тази заповед се записват в матрицата.

За попълването на **матрицата на НПО** се използват наличните данни за активни НПО на територията на общината, събрани от други публични обсъждания. Използва се информационния портал за НПО в България [www.ngobg.info](http://www.ngobg.info), Търговски регистър и регистър на ЮЛНЦ ([www.registryagency.bg](http://www.registryagency.bg)), както и лични контакти.

**Матрицата на бизнес организациите** се попълва използвайки данни от други публични дискусии, Търговски регистър, както и експертните познания на служителите, предоставящи им съответните услуги.

**Матрицата на общинските съветници** се попълва посредством официалния списък на съветниците в общината.

**Матрицата с медии** се попълва на базата на експертен опит, придобит по различни проекти и интернет проучване.

**Матрицата на експертите в общинската администрация** се изготвя съобразно експертизата на служителите в Общинска администрация.

**Матрица на кметове на населени места** се попълва съгласно официалните регистри в общината.

**Матрицата на представителите на училища и детски градини** се попълва чрез използването на официалния регистър на МОН, както и поддържаната информация в общината.

**Матрицата на представителите на читалища, музеи и други културни институции в общината** се изготвя ползвайки официалните регистри на читалищата в България и наличните данни за музеите на територията на общината.

**Матрицата на гражданите** се попълва текущо по време на целия процес на разработване на ПИРО - чрез непосредствено събиране на информация от анкетните проучвания, публични дискусии, както и лични предложения за включване в списъка или волеизявления на съответния човек.

За попълването на **матрицата на съседни общини - потенциални партньори за интегрирани проекти** се използват досегашния опит и бъдещите намерения на Общинска администрация; наличните данни за активни НПО на територията на съседни общини; информационния портал за НПО в България [www.ngobg.info](http://www.ngobg.info), Търговски регистър и Регистър на ЮЛНЦ ([www.registryagency.bg](http://www.registryagency.bg)), както и лични контакти.

## 5. ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ

Настоящата стратегия се прилага на няколко нива:

- **Общи комуникационни дейности** по етапите на подготовка, разработване, прилагане и изпълнение на ПИРО. Обхващат дейности, които се осъществяват на определени ключови етапи при изготвянето и изпълнението на ПИРО. При тях се използват единни комуникационни канали и средства, чиято цел е да ангажират максимално много заинтересовани лица.
- **Конкретни комуникационни дейности**, насочени към определените целевите групи. Обхващат дейности, които са насочени към определена целева група и използват най-подходящите за нея комуникационни средства и/или канали.

### 5.1. КОМУНИКАЦИОННИ КАНАЛИ

Комуникационните канали са средствата, чрез които дадена информация достига до всеки един реципиент (приемащ), в случая заинтересовано лице.

Основните канали, които следва да се използват при изпълнението на комуникационната стратегия са, както следва:

**Електронни медии.** Безспорно най-достъпната електронна медия е официалният сайт на общината. Също така трябва да се използват сайтовете на местни и регионални медии, портали и други.

**Печатни медии.** Чрез тях информацията относно ПИРО може да достигне до заинтересовани лица, които не използват активно електронни канали за комуникация.

**Социални медии (мрежи).** В днешно време активните хора използват непрестанно социални мрежи като Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube и др. Създаването и поддържането на официални профили на Общината в тях ще повиши възможността за ангажиране на по-голям контингент от жители в общината.



**Областен информационен център.** Областните информационни центрове се доказва във времето като изключително полезен инструмент за комуникация между общинските административни структури и гражданите на съответната област. Те дават възможност посланията да достигнат до много широк кръг от хора, които надхвърлят границите на общината.

**Директна комуникация.** Директната комуникация се осъществява на всички събития, които се осъществяват в процесите на подготовка, разработване, прилагане и отчитане на ПИРО.

## 5.2. КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ

Комуникационните дейности са тези дейности, които ще се осъществят по дефинираните комуникационни канали. За целите на настоящата стратегия те са групирани според канала, по който ще бъдат осъществявани.

| Комуникационен канал          | Комуникационна дейност  |
|-------------------------------|---|
| Електронни медии              | Медийни участия, платени публикации, репортажи, интервюта, аудио и видео клипове, банери, публикуване на анкети и форми за обратна връзка.  |
| Печатни медии                 | Платени публикации, репортажи, интервюта, банери, обявления.  |
| Социални медии (мрежи)        | Активно споделяне на информация за ПИРО и съпътстващите го дейности. Публикуване на видео съдържание от публични обсъждания, призови на кмета, репортажи, задаване на въпроси (анкети) на гражданите. |
| Областен информационен център | Популяризиране на процеса на изготвяне на ПИРО чрез публикуване на съобщения и анкети на страницата си.   |
| Директна комуникация          | Организиране на събития: информационни дни, кръгли маси, публични обсъждания, изложения, информационни кампании, семинари за журналисти и др.   |

## 5.3. ПРИМЕРНИ ДЕЙНОСТИ СПРЯМО ЦЕЛЕВАТА ГРУПА

Изборът на комуникационни средства и дейности при прилагането на настоящата стратегия следва да са съобразени със спецификата на посланията, характеристиката на целевата група – реципиент на посланието, възможност за използване на интегриран комуникационен микс.

В следващата таблица са дефинирани примерни дейности, които да се осъществят спрямо определените целеви групи.

**Таблица 11. Примерни дейности спрямо целевите групи**

| Целева група  | Дейност  |
|---------------|--|
| Работна група | Директна комуникация с избрания изпълнител за разработване на ПИРО.  |
| НПО           | Публикуване на официална информация на уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, кръгли маси); директна комуникация чрез изпращане на имейл-съобщения; предоставяне на анкети за проучване на мнението, изготвяне на информационни и рекламни материали (бюлетини, брошури, банери и др.). |

| Целева група  | Дейност   |
|---|---|
| Бизнес  | Публикуване на официална информация на уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, кръгли маси); директна комуникация чрез изпращане на имейл-съобщения; предоставяне на анкети за проучване на мнението, изготвяне на информационни и рекламни материали (бюлетини, брошури, банери и др.).  |
| Общински съветници  | Директна комуникация (изпращане на покани за публични обсъждания, кръгли-маси), предоставяне на анкети за проучване на мнението; покани за участие в медийни прояви и репортажи.  |
| Медии   | Поради естеството на тази група – заинтересована страна и комуникационен канал, дейностите са свързани с: Участие в предавания, репортажи, даване на интервюта, списване на текстове за платени публикации, покани за участие (отразяване) на публични събития, директна комуникация чрез изпращане на имейли.  |
| Експерти – общинска администрация                             | Директна комуникация между работната група и експертите в Общинска администрация.   |
| Кметове на населени места                                     | Директна комуникация чрез изпращане на имейл-съобщения; предоставяне на анкети за проучване на мнението им.   |
| Училища и детски градини                                      | Публикуване на официална информация на уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, кръгли маси); директна комуникация чрез изпращане на имейл-съобщения; предоставяне на анкети за проучване на мнението; изготвяне на информационни и рекламни материали (бюлетини, брошури, банери и др.).  |
| Читалища, музеи и други културни институции                   | Публикуване на официална информация на уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, кръгли маси); директна комуникация чрез изпращане на имейл-съобщения; предоставяне на анкети за проучване на мнението; изготвяне на информационни и рекламни материали (бюлетини, брошури, банери и др.).  |
| Граждани  | Публикуване на официална информация на уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, кръгли маси); предоставяне на анкети за проучване на мнението, изготвяне на информационни и рекламни материали (бюлетини, брошури, банери и др.); информационни кампании; директно изпращане на имейли (за тези, които са предоставили контакт). |
| Съседни общини - потенциални партньори за интегрирани проекти | Публикуване на официална информация на уебсайта на Общината; споделяне на публикации в социалните мрежи; организиране на събития (публични обсъждания, кръгли маси); предоставяне на анкети за проучване на мнението; информационни кампании; директно изпращане на имейли (за тези, които са предоставили контакт).  |

## **5.4. ОБЩИ КОМУНИКАЦИОННИ ДЕЙНОСТИ НА ЕТАПИТЕ НА ПОДГОТОВКА, РАЗРАБОТВАНЕ, ИЗПЪЛНЕНИЕ И ОТЧИТАНЕ НА ПИРО**

### **5.4.1. ДЕЙНОСТИ ПРИ ПОДГОТВИТЕЛНИЯ ЕТАП НА ПИРО**

В този подготвителен етап се извършват и предварителните дейности за успешното изпълнение на комуникационната стратегия.

За успешното идентифициране и въвличане на всички заинтересовани страни и партньори в процеса на разработване на ПИРО се извършват следните действия:

- Проучване на наличната информация и съставяне на предварителен списък на потенциални партньори и заинтересовани страни и на възможните тематични групи за участие в процеса;
- Изготвяне на комуникационна стратегия (настоящия документ) и приемането ѝ от членовете на работната група.

### **5.4.2. ДЕЙНОСТИ ПРИ ЕТАПА НА РАЗРАБОТВАНЕ И ПРИЕМАНЕ НА ПИРО**

Този етап е основополагащ за определяне на бъдещето развитие на общината в периода 2021-2027 г., включително определянето на екологични, социални, икономически политики на местно ниво. В този смисъл комуникацията между Общината и всички страни трябва да бъде на възможно най-високо ниво, за да се стимулира подхода „отдолу-нагоре“ при идентифициране на нуждите, потенциала за развитие, възможните решения и за генериране на идеи.

В рамките на този етап се разгръща пълният арсенал комуникационни дейности, описани в точка 5.3. от настоящия документ.

Особено място в този етап заемат **публичните обсъждания, експертни срещи и становища**, които ще се случат в рамките на разработване на ПИРО. Препоръчва се използването на метода „обществен форум“, който представлява обединяване на различни групи граждани, организации и институции в обсъждането на важни местни проблеми и постигане на консенсус за тяхното решаване. Форумът се инициира като открит, безпристрастен и прозрачен процес. За участие се поканват представители на всички заинтересовани страни в общината.

Възможните резултати от един форум са препоръки за действия, насочени към определени адресати, възникване на граждански инициативи и разработване на конкретни проекти.

С цел прозрачност и равнопоставеност по отношение на достъпа на информацията, срещите се протоколират и/или се извършва аудио/видео запис, който е достъпен на предварително обявени интернет локации. Периодично заинтересованите страни, посредством каналите за комуникация, се информират за напредъка по изготвянето на ПИРО и се насърчават за предоставяне на мнения и становища по него.

В процеса на определяне и обсъждане на зоните за въздействие се организират срещи и консултации с определените целеви групи.

За осигуряване на **публичност и прозрачност на взетите решения всички предложения**, отправени в хода на разработването на ПИРО, **се систематизират в табличен вид и ако са отхвърлени се пишат мотивите за това.**

При приемането на ПИРО от изключителна важност е той да бъде одобрен от всички заинтересовани лица. Акцентът е поставен върху общинските съветници, които следва да са напълно убедени, че приемат качествен документ, определящ бъдещето устойчиво развитие на общината. Поради тази причина на този етап **изготвеният проект на ПИРО се изпраща директно на всички общински съветници за запознаване и финални бележки.**

След приемането му от Общински съвет, ПИРО се изпраща до Областния съвет за развитие за справка.

#### **5.4.3. ДЕЙНОСТИ ПРИ ЕТАПА НА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПИРО**

В периода на изпълнение на ПИРО се предвижда всяка година да се изготвя годишен доклад за изпълнението му. С оглед популяризиране на процеса и резултатите годишният доклад се публикува на страницата на Общината за запознаване на всички заинтересовани лица.

За осигуряването на по-широка публичност е допустимо изготвянето на резюме и подбор на ключови проекти – изпълнени и/или в процес на изпълнение, за които да се публикува информация в печатни и електронни медии.

Периодично се правят публикации, при необходимост в социалните мрежи, електронни и печатни издания за прогреса на ПИРО, чрез изпълнението на програмата за реализация.

#### **5.4.4. ДЕЙНОСТИ ПРИ ЕТАПА НА ОТЧИТАНЕ НА ПИРО**

Дейностите на този етап, включват всички дейности, осъществявани в предходния етап, само че се прилагат еднократно.

### **6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

За изпълнение на настоящата комуникационна стратегия кметът на Общината създава необходимата организация и отговорници за прилагането ѝ.

За осигуряване на **одитна следа от изпълнението на комуникационната стратегия**, цялата информация и документация от проведени медийни прояви, публични мероприятия, публикации и пр., се съхранява в Общината в отделен класьор. В него се прилагат всички покани от събития, копия на медийни публикации, аудио и видео записи, снимки и т.н., както и други приложими материали, които доказват прилагането на настоящата комуникационна стратегия към ПИРО.

**Неразделна част от комуникационната стратегия са списъците със заинтересованите страни, приложение към нея.**