

## Communication Campaign

Тема:	Инструмент за пазарна подкрепа (Приложение D4.1)
Описание:	Инструмент за пазарна подкрепа въз основа на комуникационна кампания
Дата:	10.09.2018
Автори:	Институт за нулевоенергийни сгради
Линк за сваляне:	<a href="http://www.solar-district-heating.eu/en/knowledge-database/">www.solar-district-heating.eu/en/knowledge-database/</a>

### Кратко описание на инструмента:

Регион: Варна, България (В-регион)

Включени партньори: Институт за нулевоенергийни сгради

Кратко описание на мярката: Инструмент за пазарна подкрепа въз основа на комуникационна кампания

### Изходна ситуация

Лош имидж и обществена нагласа към топлофикациите във Варна и в страната като цяло, обособена от обществени скандали и лошо качество на услугата.

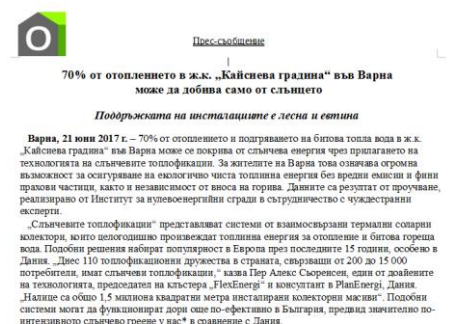
### Цели

Развитие на обществен имидж на слънчевата топлинна енергия като устойчив отоплителен ресурс на регионално, градско и квартално ниво.

Подобряване на топлофикациите и по-добро разбиране за новите поколения интелигентни топлофикации, като важен крайпътен камък по пътя към слънчевите топлофикации.

### Мерки и действия

- Подготовка на прессъобщение „70% от квартал Кайсиева градина може да бъде подгряван само със слънце“
- Комуникация и връзки с местните и национални медии (вестници, радио и телевизия)
- Провеждане на медиен брифинг: „Слънчеви топлофикации – голяма възможност за слънчеви страни като България“



Този проект е получил финансиране от програмата на Европейския съюз за научни изследвания и иновации по "Хоризонт 2020" по споразумението за отпускане на безвъзмездна помощ № 691624

## Communication Campaign

### Бариери и възможности

#### Възможности:

- Медиен и професионален интерес към технологията
- Подобряване на обществения имидж на топлофикациите и развитие на положителен имидж на слънчевата топлинна енергия като устойчив отоплителен ресурс на регионално, градско и квартално ниво

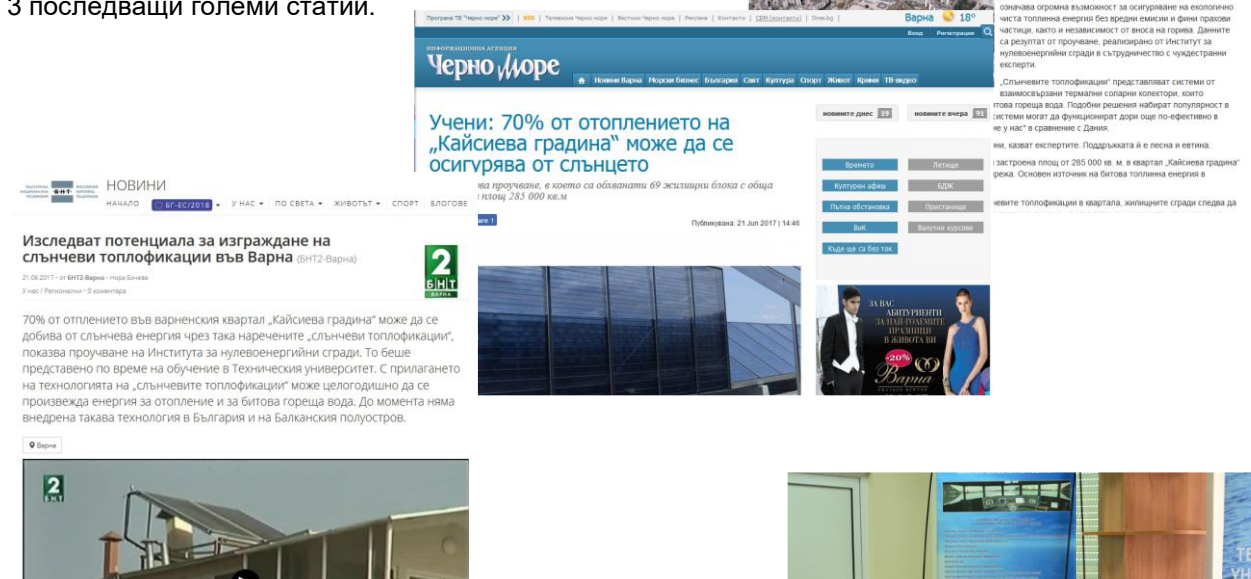
#### Бариери:

- Да се преодолее недоволството на крайните потребители на услугите, предлагани някои от съществуващите топлофикационни компании.

### Резултати

#### 22 публикации и излъчвания, от които:

- 18 онлайн, 4 по телевизия и радио
- 6 местни, 16 национални
- 17 статии, 2 предварителни обяви на семинара, както и 3 последващи големи статии.



**Медиен брифинг:** “Слънчеви топлофикации – голяма възможност за слънчеви страни като България“, 20/06/2017

Поканени местни медии от Варна

6-7 откликнаха



*Този проект е получил финансиране от програмата на Европейския съюз за научни изследвания и иновации по "Хоризонт 2020" по споразумението за отпускане на безвъзмездна помощ № 691624*

## Communication Campaign

### Заклучение

Беше проявен голям интерес от медиите по темата за слънчевите топлофикации, като същевременно стана ясно, че има цялостна липса на информация и неразбиране. Често се бъркаха отделните слънчеви технологии от масовата публика и журналисти, а в някои хора имаше и откровен скептицизъм, обоснован от спорното субсидиране на възобновяемо производство на електрическа енергия. В този смисъл, публикациите и медийната кампания бяха жизненоважни за по-добра обществена информираност и разбиране по темата.

└ Пълната отговорност за настоящата презентация се носи от авторите. Не е задължително тя да представлява мнението на ЕС. Нито Европейската комисия, нито авторите носят отговорност за начина, по който би могла да бъде използвана съдържащата се в настоящата презентация информация ┘



Този проект е получил финансиране от програмата на Европейския съюз за научни изследвания и иновации по "Хоризонт 2020" по споразумението за отпускане на безвъзмездна помощ № 691624