Èvröpå, tø şi ТИ

Република Србија

Program finansira EU

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC

UNOPS

Sprovodi program

EVROPSKI PROGRES

UNOPS

ADMINISTRACIJA

EVROPSKI PROGRES

Република Србија

Program finansira EU

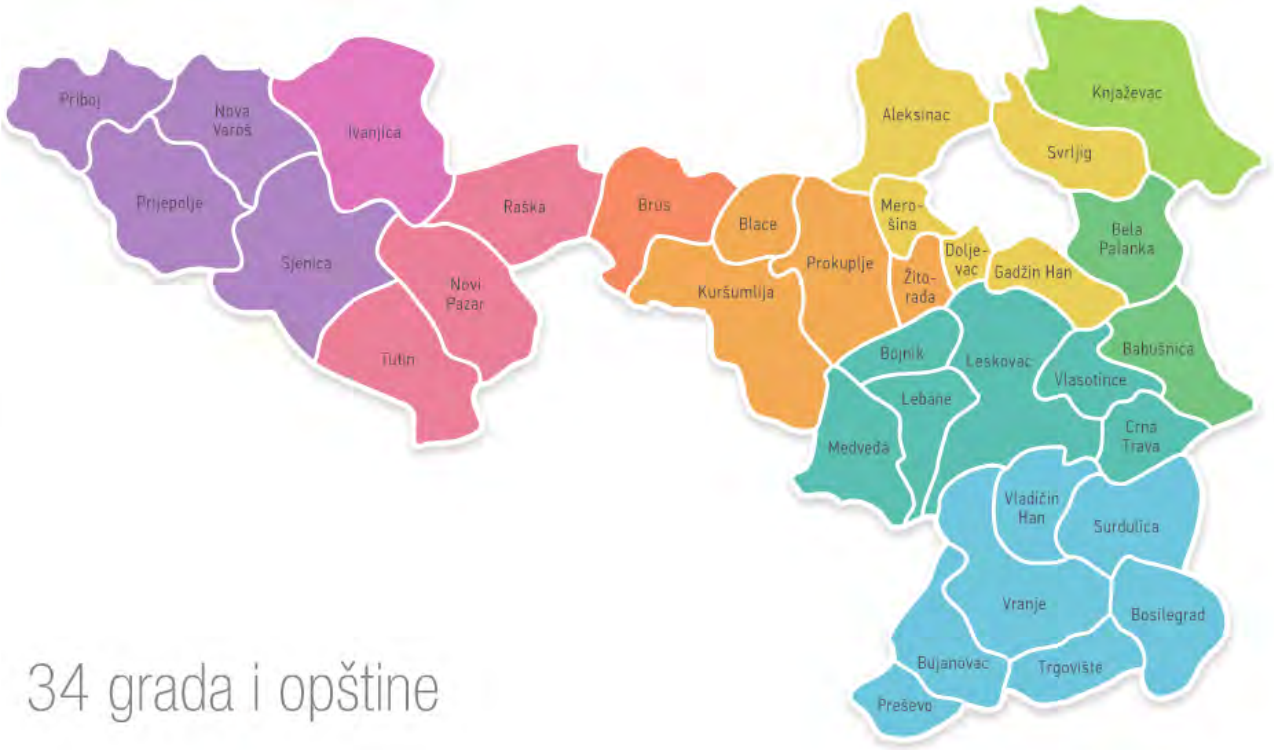
Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC

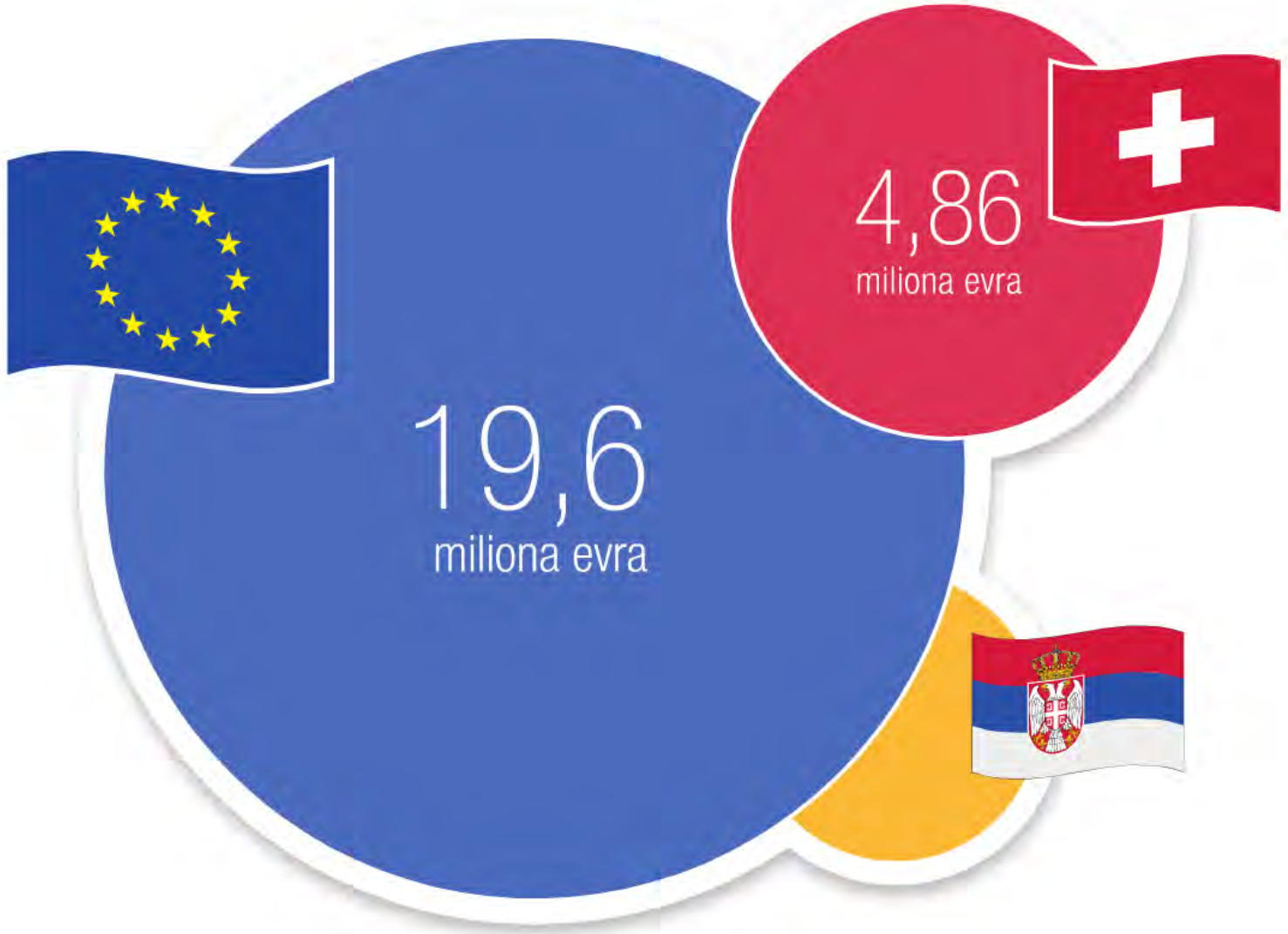
UNOPS

Sprovodi program

Program podržava održivi razvoj 34 lokalne samouprave na jugoistoku i jugozapadu Srbije



34 grada i opštine


4,86
miliona evra
19,6
miliona evra

JAČANJE UPRAVLJANJA NA LOKALNOM NIVOU

KONK LOKA

ANJA
VOU

KONKURENTNOST LOKALNE PRIVREDE

SOCIJA
INKLU

T
DE

SOCIJALNA INKLUZIJA

KOMU I JAVN

KOMUNIKACIJA I JAVNA SVEST

Èvröpå, tø şi ТИ

Република Србија

Program finansira EU

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC

UNOPS

Sprovodi program

EVROPSKI PROGRES

Èvröpå, tø şi ти

JUSTIFICATION OF THE INTERVENTION

- 45 percent of citizens felt they were not well informed about the EU
- Serbian citizens are not aware of the fact that the EU is the country's biggest supporter
- Surveys the citizens would like to be informed about - youth policy

Èvröpå, tø și ти

OBJECTIVES OF THE INTERVENTION

The specific objectives of the campaign are to:

- Support media capacity development to inform clearly and in relevant formats on EU integration
- Increase awareness of opportunities for youth and youth engagement during the EU integration process
- Increased awareness of local population of the European donors' support to Programme areas

Èvröpå, tø şi ти

THEMES AND MESSAGES

Integrate existing visuals "You are Europe" ("Evropa to si ti") to allow for continuity and easy identification in promotion of European values in the Programme area.

Develop a set of simple, target audience appropriate messages to communicate

1. The EU integration provides wealth of opportunities for/to (primarily) youth and general economic development – general population as secondary audience.
2. That Europe (EU/Switzerland) is the biggest donor to Serbia

Èvröpå, tø şi ТИ OUTPUTS

The key outputs to be considered in advance:

- Campaign messages in line with the set campaign goals and target audiences
- Strategic placement of all produced materials (all media)
- Public events - as part of established festivals (min. 7) and stand alone (min. 5)
- In school work with student and teachers (10)
- Two seminars for local and one for national media

The result of the activities undertaken to change behaviour and/or circumstances indicated in justification

Èvröpå, tø şi ТИ **OUTCOME**

Implementation methodology/approach, including detailed description of campaign channels, tools and activities and according to previously **set clear and measurable indicators of achievements.**

- WHY THESE ACTIVITIES WITH THIS TARGET AUDIENCE AT THIS TIME. WHAT WILL IT CHANGE. HOW WILL YOU MESURE IT?

Република Србија
Влада
Канцеларија за европске интеграције

Republic of Serbia
Government
European Integration Office

MEDIJI

Medijska komponenta kampanje fokusirana je na lokalne i regionalne medije u najmanje 25 opština i na pet nacionalnih medija koji će doprineti ciljevima kampanje

- Organizovanje najmanje dva seminara za lokalne i jedan za nacionalne medije
- Ekspertska podrška u postizanju kvaliteta izveštavanja o projektima Evropskog PROGRES-a
- Organizoavanje minimum deset konferencija za štampu i tri intervjua
- Saradnja sa lokalnim i nacionalnim medijima

PUBLIKACIJE I IZVORI INFORMACIJA

TIM EVROPA

Mreža nacionalnih eksperata za EU teme :

- troškovima i koristi od članstva u EU
- kako pronaći mogućnosti za biznis u EU
- kako će njihova prava biti poboljšana ulaskom u EU
- da li će nacionalni identitet biti očuvan ulaskom u EU
- kako iskoristiti poljoprivredne fondove
- da li će studenti moći da studiraju na fakultetima u EU
- kako pronaći prilike za zaposlenje u EU

KORISNI ALATI

Publikacija Evropski dnevnik – „Mudar izbor 16/17“

- Sedam izdanja informativne publikacije o EU za srednjoškolce
- Saradnja sa srednjim školama u Srbiji – 13 partnerskih škola
- Nagradni konkurs za srednjoškolce
- Studijska putovanja
- Posete medijima
- Novi konkurs – septembar 2016.

Mobilna aplikacija - Evropa za poneti

- Android aplikacija za mlade
- EUključi se - Šta ja imam od EU?
- Kako do EU? - Koje su koristi od članstva Srbije
- Iza ćoška - Šta pruža članstvo u EU?
- Treba da znam – Kako izgleda i funkcioniše EU?
- 6 zemalja: Albanija; Bosna i Hercegovina; Crna Gora; Hrvatska; Makedonija; Srbija

Publikacija Evropski dnevnik – „Mudar izbor 16/17“

- Sedam izdanja informativne publikacije o EU za srednjoškolce
- Saradnja sa srednjim školama u Srbiji – 13 partnerskih škola
- Nagradni konkurs za srednjoškolce
- Studijska putovanja
- Posete medijima
- Novi konkurs – septembar 2016.

Mobilna aplikacija - Evropa za poneti

- Android aplikacija za mlade
- EUključi se - Šta ja imam od EU?
- Kako do EU? - Koje su koristi od članstva Srbije
- Iza ćoška - Šta pruža članstvo u EU?
- Treba da znam – Kako izgleda i funkcioniše EU?
- 6 zemalja: Albanija; Bosna i Hercegovina; Crna Gora; Hrvatska; Makedonija; Srbija

UNOPS

ADMINISTRACIJA

Obrasci i instrukcije dostupni na internet stranici programa:

- Poziv za dostavljanje ponuda
- Primer ugovora
- Obrasci za popunjavanje
- Projektni zadatak