

Plan komunikacji projektu turystycznego (Załącznik do wniosku o dofinansowanie)

**Plan komunikacji projektu** (załącznik należy wypełnić w dwóch wersjach językowych – dla wersji w języku niemieckim skorzystaj z formularza w języku niemieckim)

Przed rozpoczęciem wypełniania planu komunikacji projektu koniecznie zapoznaj się z:

1. Podręcznikiem programu (rozdział „Komunikacja i widoczność”)
2. Poradnikiem beneficjenta w zakresie komunikacji (rozdział „Jak przygotować plan komunikacji”)

**Cel komunikacyjny, grupa docelowa, działanie komunikacyjne, narzędzie komunikacyjne, docelowa wartość liczbowa, podział zadań pomiędzy partnerów**

Jako minimum wypełnij poniższe pola dla:

- celu komunikacyjnego projektu, który postawisz sobie na początku realizacji projektu,
- celu komunikacyjnego na zakończenie projektu.

Opcjonalnie możesz podać dodatkowe cele komunikacyjne dla ważnych etapów projektu.

Dla każdego dodatkowego celu komunikacyjnego powiel poniższą tabelkę.



Przykłady celów komunikacyjnych, grup docelowych, działań i narzędzi komunikacyjnych, a także przykładowo wypełniony plan komunikacji znajdziesz w Poradniku beneficjenta w zakresie komunikacji.

**Cel komunikacyjny na początku realizacji projektu**  
(max. 300 znaków)

Upowszechnienie informacji o rozpoczęciu projektu i planowanych działaniach

Napisz, o czym chcesz informować i w jakim celu?

Co w projekcie chcesz wypromować – jakie działania, jaki produkt lub usługę?

Lp.	Grupa docelowa maks. 500 znaków	Działanie komunikacyjne maks. 1000 znaków	Narzędzie komunikacyjne i docelowa wartość liczbowa (szt./osób) maks. 1000 znaków	Partner odpowiedzialny za realizację działania komunikacyjnego
	Określ, kto ma być odbiorcą Twoich działań komunikacyjnych.	Wskaż planowane działania komunikacyjne, które pomogą partnerom projektu osiągnąć cel komunikacyjny i trafić do wskazanej grupy docelowej, w tym przede wszystkim uwzględnij obowiązkowe działania, które są zapisane w Podręczniku beneficjenta. Działania komunikacyjne muszą być zgodne z ogólnymi celami i tematyką projektu.	Dla każdego wskazanego działania komunikacyjnego określ narzędzie, które wykorzystasz do jego przeprowadzenia oraz podaj docelową wartość liczbową (sztuk/osób).	Wskaż partnera, który będzie odpowiedzialny za realizację każdego działania komunikacyjnego.  Do obowiązkowych działań komunikacyjnych przypisz wszystkich partnerów projektu.
1.	ogół społeczeństwa (w tym szczególnie mieszkańcy, turyści)	opublikowanie krótkiego opisu projektu: cele, rezultaty, informacja o otrzymaniu wsparcia finansowego z Interreg	opisy projektu na stronach internetowych partnerów projektu (2 szt.)	partner polski [nazwa]  partner saksoński [nazwa]
2.	ogół społeczeństwa, (w tym szczególnie mieszkańcy, turyści)	umieszczenie tablic informacyjnych/pamiątkowych w miejscach prac budowlanych/infrastrukturalnych (w przypadku szlaków rekreacyjnych – na początku i na końcu odcinka)	tablice informacyjne/pamiątkowe (6 szt.)	partner polski [nazwa]  partner saksoński [nazwa]

**Cel komunikacyjny dla zaawansowanej fazy realizacji projektu**  
(max. 300 znaków)

Promocja projektu i polsko-saksońskiego pogranicza

1.	potencjalni turyści i goście	udział projektu w targach turystycznych	organizacja stoiska projektowego (1 szt.)  dwu- lub trzyjęzyczne materiały informacyjno-promocyjne - foldery ( 2000 szt., papierowe wersje)	partner polski [nazwa]  partner saksoński [nazwa]
----	------------------------------	---	---	---

2.	ogół społeczeństwa, mieszkańcy	przeprowadzenie kampanii promującej pogranicze oraz projekt na portalach społecznościowych partnerów projektu	posty w mediach społecznościowych partnerów projektu przez okres 1 miesiąca (8 postów)	
<p><b>Cel komunikacyjny na zakończenie projektu</b> (max. 300 znaków)</p> <p><i>Poinformowanie o możliwości korzystania z powstałej infrastruktury sportowej oraz promocja transgranicznych szlaków rekreacyjnych</i></p> <p>Napisz, o czym chcesz informować i w jakim celu? Co w projekcie chcesz wypromować – jakie działania, jaki produkt lub usługę?</p>				
<b>Lp.</b>	<b>Grupa docelowa</b> maks. 500 znaków	<b>Działanie komunikacyjne</b> maks. 1000 znaków	<b>Narzędzie komunikacyjne i docelowa wartość liczbową (szt./osób)</b> maks. 1000 znaków	<b>Partner odpowiedzialny za realizację działania komunikacyjnego</b>
	Określ, kto ma być odbiorcą Twoich działań komunikacyjnych.	Wskaż planowane działania komunikacyjne, które pomogą partnerom projektu osiągnąć cel komunikacyjny i trafić do wskazanej grupy docelowej, w tym przede wszystkim uwzględnij obowiązkowe działania, które są zapisane w Podręczniku beneficjenta. Działania komunikacyjne muszą być zgodne z ogólnymi celami i tematyką projektu.	Dla każdego wskazanego działania komunikacyjnego określ narzędzie, które wykorzystasz do jego przeprowadzenia oraz podaj docelową wartość liczbową: (sztuk/osób).	Wskaż partnera, który będzie odpowiedzialny za realizację każdego działania komunikacyjnego.  Do obowiązkowych działań komunikacyjnych przypisz wszystkich partnerów projektu.
1.	mieszkańcy polsko-saksońskiego pogranicza, turyści, lokalne media	zorganizowanie w miejscu związanym z projektem spotkania integracyjnego, promującego powstałą infrastrukturę sportową, transgraniczne trasy rekreacyjne, w tym aplikację mobilną oraz możliwości korzystania z tras przez osoby niepełnosprawnościami	banery promocyjne z informacją o wsparciu finansowym z programu (4 szt.)  aktywności sportowe, rekreacyjne (gry, zabawy dla dzieci, bieg, wyścig) dla 300 osób  informacja na stronie internetowej partnera (1 szt.)  mailing z zaproszeniem na spotkanie i informacją o wsparciu finansowym z programu (7 szt.)  prezentacja PP (1 szt.)  oprowadzanie po szlaku (60 osób)  informacja prasowa w lokalnej gazecie (1 szt.)	partner saksoński [nazwa]
2.	organizacje społeczne z polskiej gminy i polskiego powiatu, z saksońskiego miasta (saksoński partner) oraz okolic, świadczące opiekę dla osób z różnego rodzaju dysfunkcjami			