

**Interreg**



**Co-funded by  
the European Union**

**NEXT** Poland–Ukraine

# Informacja i promocja w projektach

SZKOLENIA DLA WNIOSKODAWCÓW  
Czerwiec 2023

---

1. Promocja

---

2. Tytuł projektu

---

3. Akronim

---

4. Plan komunikacji projektu

---

5. Cel komunikacyjny

---

6. Grupy docelowe

---

7. Działania komunikacyjne

---

8. Narzędzia komunikacyjne

# 1. Promocja

## Promocja projektu

Jeden z **podstawowych obowiązków Partnerów Projektu**, określony m.in. w Umowie Grantowej.

## Na czym polega promocja projektu?

Na **informowaniu opinii publicznej** – jak najszerszego grona odbiorców – o **realizacji projektu przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej**.

Ważne jest, aby informować nie tylko o tym, na czym polega projekt, co zbudujemy lub zmodernizujemy, w jakim czasie, za ile itp., ale również o **korzyściach wynikających z wdrożenia projektu** (np. o pozytywnym wpływie projektu na bezpieczeństwo, zdrowie lub warunki życia).

## Źródła informacji

Podręcznik Programu  
**Rozdział 11.**  
**Komunikacja**

Ogólne informacje nt. wymogów dotyczących informacji i promocji w projektach

**Annex 4.**  
Poradnik Komunikacji  
dla Partnerów Projektu

Szczegóły nt. wymogów dotyczących informacji i promocji w projektach, porady, wskazówki, przykłady dot. przygotowania i realizacji projektu

[www.pl-ua.eu](http://www.pl-ua.eu)

# 1. Promocja

**Interreg**



Co-funded by  
the European Union

**NEXT** Poland–Ukraine

# WNIOSEK APLIKACYJNY

## 2. Tytuł projektu

Zalecamy **krótkie i chwytliwe tytuły projektów** – przyciągają uwagę, zachęcają do zapoznania się z dalszym opisem, łatwiej je zapamiętać i promować.

O tym co dokładnie robimy w projekcie piszemy w opisie, nie w tytule.

## 2. Tytuł projektu



- SCENA GALICYJSKA -NASZA WSPÓLNA HISTORIA - Promocja kultury ukraińskiej i kultury polskiej w ramach współpracy Ośrodka Promocji Kultury Polskiej we Lwowie oraz Domu Ukraińskiego w Przemyślu



Scena Galicyjska-  
Nasza Wspólna  
Historia



- Bliźniacze klasztory: Węgrów i Rawa Ruska - wykorzystanie potencjału dziedzictwa historycznego zakonu Reformatów dla rozwoju turystyki i życia społeczno-kulturalnego w Polsce i Ukrainie



Bliźniacze  
klasztory: Węgrów  
i Rawa Ruska



## 2. Tytuł projektu

Historia solą przyprawiana

Kultura łączy narody

Pieśni religijne na 4 pory roku

Karpacka akademia dziedzictwa winiarskiego

4 pory roku - transgraniczne trasy turystyczne

Karpackie gwiaździste niebo

Przyrodnicza skarbnica ponad granicami

Pogranicza równych szans

Młodzi Lokalni Strażnicy Natury Doliny Bugu

Gra o Polesie



# 3. Akronim

Każdy projekt musi mieć **akronim** - jednowyrazową nazwę, łączącą max. 15 liter (również dużych) i cyfr, nawiązującą do treści projektu.

Jeżeli partnerzy będą chcieli posługiwać się logotypem projektu akronim będzie jego elementem:

Interreg

Współfinansowany przez  
Unię Europejską

NEXT Polska–Ukraina

---

**Akronim**

## 3. Akronim



A word cloud of project acronyms and names, centered on a light blue cloud-like background. The text is arranged in a circular pattern, with the largest and most prominent text in the center. The colors of the text vary, including shades of blue, red, green, yellow, and purple.

MuzA  
CBCPaths EpidSafe  
LUKASIEWICZ ThinkEco  
BugUnitesUs  
4\_SEASONS  
CarpathianSky  
GalicianScene  
Songs4Seasons  
DcbCforAutism APIS  
TwinMonasteries  
Promo2Castles CraftNet  
TouchingThePast RESCUE  
HealthyCities BCPMonitoring TwoTowers

# ANNEX A1

## PLAN KOMUNIKACJI PROJEKTU

### (Project Communication Plan)

## 4. Plan komunikacji projektu

---

1. Określ **cele komunikacyjne**. Jako minimum wskaż cel komunikacyjny na początku realizacji projektu oraz na jego zakończenie.

Opcjonalnie możesz podać dodatkowe cele komunikacyjne dla ważnych etapów projektu.

---

2. Wskaż **grupy docelowe**, które są bezpośrednio powiązane z celami komunikacyjnymi.

---

3. Opisz **działania komunikacyjne**, minimum te, które są obowiązkowe. Rekomendujemy wskazanie również dodatkowych działań, które pomogą Ci osiągnąć zamierzony cel i dotrzeć do grupy docelowej.

---

4. Do każdego działania dostosuj **narzędzie komunikacyjne** oraz podaj dla niego docelową wartość liczbową (sztuki lub osoby).

---

5. **Przypisz partnera do działania** komunikacyjnego, który będzie odpowiedzialny za jego realizację.

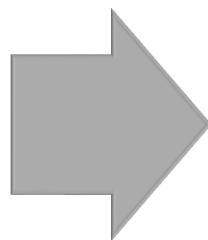
## 5. Cel komunikacyjny

Aby określić cele komunikacyjne, zadaj sobie kilka pomocniczych pytań:

- Jaki cel ma mój projekt i jak mogę go osiągnąć?
- Co chcę wypromować – jakie działania, jaki produkt lub usługę?
- O czym chcę informować na początku/w trakcie/na zakończenie realizacji projektu i w jakim celu?

### Cel projektu

- przeprowadzenie przesiewowych badań diagnostycznych wśród uczniów z małych miast i wsi



### Cel komunikacyjny

- upowszechnienie informacji wśród rodziców (opiekunów) o możliwości udziału w badaniu i zachęcenie ich do rejestrowania dzieci na badanie

## 6. Grupy docelowe

---

potencjalni uczestnicy projektu, odbiorcy planowanych działań

---

osoby i instytucje, które mogą skorzystać z jego efektów

---

lokalna społeczność

---

władze

---

grupy środowiskowe

---

media lokalne / regionalne / ogólnokrajowe

---

konkretne grupy wiekowe / pokoleniowe

---

niepracujący rodzice dzieci do lat trzech z miasta X

---

osoby z określonym rodzajem niepełnosprawności z miasta X

---

organizacje społeczne z terenu gminy,

---

centra informacji turystycznej

---

eksperci zajmujący się daną tematyką

---

ltd. itp

## 6. Grupy docelowe

Jeśli skierujesz przekaz promocyjny do tzw. „ogółu”, bez doprecyzowania grupy, nie dotrzesz z nim do kluczowych grup dla Twojego projektu, np. potencjalni uczestnicy szkolenia nie dowiedzą się o nim.

Ponadto nie da się skutecznie dotrzeć „do wszystkich potencjalnie zainteresowanych”, dlatego też **należy zawęzić grupy docelowe**.

## 7. Działania komunikacyjne

### Obowiązkowe działania (art. 36. ust. 4-5 rozporządzenia Interreg):

- stosowanie **logotypu Programu** podczas realizacji działań dotyczących widoczności, przejrzystości i komunikacji,
- opublikowanie na własnej **stronie internetowej lub własnych mediach społecznościowych** (jeśli je prowadzisz) krótkiego opisu projektu, obejmującego także: cele, rezultaty, informację o otrzymaniu wsparcia finansowego z Programu, logotyp Programu,
- w widoczny sposób oznaczanie informacją o wsparciu z Programu **dokumentów i materiałów informacyjnych** związanych z realizacją projektu
- umieszczenie w miejscach publicznych **tablic informacyjnych lub tablic pamiątkowych**, jeśli projekt obejmuje inwestycje rzeczowe lub zakup sprzętu



## 7. Działania komunikacyjne

### Przykłady dodatkowych działań:

- **organizacja wydarzeń**, np.: spotkanie informacyjne prezentujące założenia projektu z udziałem uczestników projektu, spotkanie otwarte dla szerszej publiczności i stworzenie stoiska projektowego podczas lokalnych imprez, tematyczny piknik sąsiedzki, itd.
- **współpraca z mediami**, np. zorganizowanie briefingu dla lokalnych mediów w celu poinformowania o prowadzonych działaniach i ich efektach w tradycyjnych mediach, zaproszenie dziennikarzy na wydarzenie skierowane do szerszej publiczności,
- **zorganizowanie konferencji tematycznej** poświęconej danemu problemowi, połączonej z prezentacją projektu, wyników badań i dyskusją z udziałem ekspertów.

## 8. Narzędzia komunikacyjne

- telewizja, radio, prasa (notatki prasowe, artykuły/reklama w lokalnej prasie),
- czasopisma branżowe, specjalistyczne (drukowane i elektroniczne),
- dystrybucja drukowanych materiałów promocyjnych, (plakaty, ogłoszenia, publikacje, foldery, ulotki, broszury, informatory),
- Internet (strona, podcast, vlog, mailing, wydarzenia online itd.)

Do każdego narzędzia komunikacyjnego **podaj docelową wartość liczbową** (sztuki lub osoby). Dzięki temu podczas realizacji projektu ocenisz, czy osiągnąłeś zamierzony cel i sprawdzisz, czy komunikacja projektu przebiega zgodnie z planem.

**Interreg**



Co-funded by  
the European Union

**NEXT** Poland-Ukraine

# Wspólny Sekretariat

---

Tel. +48 22 378 31 00

E-mail: [js@pl-ua.eu](mailto:js@pl-ua.eu)

[www.pl-ua.eu](http://www.pl-ua.eu)