**Planul de comunicare și vizibilitate**

# Introducere

|  |
| --- |
| Vă rugăm să dați o explicare scurtă a obiectivelor principale ale proiectului, a activităților planificate, a partenerilor implicați și a contribuției preconizate. Maxim o pagină.  Vă rugăm să includeți următoarele la sfârșitul acestei secțiuni:  "Toate activitățile sunt în conformitate cu "Cerințele de comunicare și vizibilitate pentru acțiunile externe ale UE – 2018", precum și"GHIDUL DE COMUNICARE ȘI BRAND BOOK pentru proiectele finanțate de UE în Republica Moldova". |

# Obiective

## Obiectivul(-ele) general(-e) al(-e) comunicării

|  |
| --- |
| Care este obiectivul mai general la care vor contribui activitățile planificate de comunicare? Ce obiectiv pe termen lung doriți să realizați?  *Exemplu: sensibilizarea cu privire la activitățile proiectului, impactul acestuia și faptul că acesta este implementat cu sprijinul UE în coordonare cu partenerii cheie.* |

## Grupurile țintă

|  |
| --- |
| Specificați grupurile țintă relevante pentru proiectul dvs. Diferențiați între beneficiari și grupurile țintă pentru diseminare.  Cele mai multe proiecte au următoarele grupuri țintă (specificați): 1) beneficiari direcți ai proiectului/acțiunii 2) părțile interesate (ministere relevante, ONG-uri, organizații internaționale, alți donatori etc.) 3) publicul larg 4) diseminatori (jurnaliști etc.) |

## Obiectivele specifice de comunicare

|  |
| --- |
| Care sunt obiectivele specifice pentru fiecare grup țintă, către care vor fi direcționate activitățile de comunicare ale proiectului? Asigurați-vă că obiectivele specifice sunt realizabile urmând un număr concret de pași într-o perioadă de timp previzibilă.  *Exemplu:* ***1) beneficiari direcți:*** *Asigurarea sensibilizării beneficiarilor cu privire la impactul activităților proiectului asupra situației lor specifice, precum și cine oferă acest sprijin.* ***2) părțile interesate:*** *Informarea părților interesate cu privire la activitățile proiectului, invitarea lor de a participa sau disemina și sensibilizarea cu privire la cine oferă sprijinul.* ***3) publicul larg:*** *Sensibilizarea cu privire la modul în care proiectul îmbunătățește viața moldovenilor și aducerea la cunoștință cine implementează/finanțează proiectul.* |

# Activități de comunicare

## Instrumente de comunicare

|  |
| --- |
| Vă rugăm să prezentați o listă a principalelor instrumente de comunicare pe care le-ați ales. Explicați avantajele anumitor instrumente (presă, publicitate, evenimente etc.) în contextul local. |

## Planul de comunicare

|  |
| --- |
| Prezentați un plan detaliat de comunicare pe întreaga durată a proiectului dvs. Asigurați-vă că includeți activitățile în ordine cronologică (sau marcați-le "în continuu").  Adăugați rânduri, după necesitate. |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Numărul activității** | **Activitate** | **Termen** | **Mesaj** | **Grupul țintă** | **Instrument de comunicare (a se vedea 3.1)** | **Impactul PRECONIZAT** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |

## Indicatori

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Cum se va măsura realizarea obiectivelor de comunicare? Formulați indicatori clari și măsurabili pentru activitățile planificate pentru fiecare grup țintă. Includeți informații despre feedback-ul care va fi colectat de la participanți în cadrul evenimentelor. Adăugați rânduri, după necesitate. | | | |
| **Grupul țintă** | **Activitate (a se vedea punctul 3.2)** | **Indicator(-i)** | **Cum va fi măsurat indicatorul?** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Resurse

## Resurse umane

|  |
| --- |
| Definiți numărul de persoane și zile necesare pentru implementarea activităților de comunicare.  Includeți datele de contact ale persoanei principale responsabile de activitățile de comunicare (persoana de contact pentru Delegația UE). |

## Buget

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Prezentați informații privind bugetul necesar pentru punerea în aplicare a activităților de comunicare (în cifre absolute și ca procent din bugetul total al acțiunii). Adăugați rânduri, după necesitate. | | |
| **Număr d/o** | **Articol de buget/comunicare** | **Suma (EUR)** |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
|  | | |
|  | **TOTAL** |  |
|  | **PROCENT DIN BUGETUL PROIECTULUI** |  |