

## Kommunikációs terv

a

**Békés, csapadékvíz elvezetés kialakítása 3. ütem című  
TOP-2.1.3-16-BS1-2021-00050 azonosítószámú projekthez**

## Vezetői összefoglaló

---

Békés Városban az elmúlt években egy nagy léptékű fejlesztés indult el a városi csapadékvíz-elvezető rendszer tekintetében.

A Vízugyjtőgazdálkodási Terv alapelveit figyelembe véve a városban cél a helyben keletkezett csapadék helyben tartása. Az elmúlt években Európai Uniós források segítségével megvalósult első két ütem és a jelenlegi harmadik ütem eredményeként csökken a városban a belvíz veszélyeztetettség illetve javul a környezeti állapot a beruházás által érintett területeken.

A fejlesztés első ütemének keretei között 2017-2018-ban mintegy 150 millió forint értékben valósult meg Dánfokon, a Keserű soron, a Dózsa György, a Tárház és a Nevelő utcákban csapadékvíz-csatornák létesítése, felújítása összesen: 3837 méter hosszban. (TOP-2.1.3-15-BS1-2016-0002)

A második ütem keretén belül 2019-2020-ban mintegy 378 millió forintos költségvetésből egy, az előző ütemnél nagyobb léptékű fejlesztés valósult meg. Csapadékvíz-csatornákat létesített és újított föl az Önkormányzat Fonó, Kereszt, Babilon, Kalászsor utcákban 5.945 f hosszban, megvalósult a Décszerikerti csatornák és a Malomasszonykerti csatorna rekonstrukciója, valamint a Cigányvízláda és a Puszkaporos kotrása. A projekt hatásaként a korábban szennyezett és funkció nélküli Puszkaporos tó átalakult rekreációs tevékenységek végzésére is alkalmas közterületté, amit horgászok és pihenni vágyók is használatba vettek. (TOP-2.1.3-16-BS1-2017-00011)

Jelen, harmadik ütem keretén belül a város 4 területén valósulnak meg csapadékcsatorna építések és felújítások:

1. rész: Jámbor utca, Kispince utca, Kürt utca, Nyíri utca, Tűzkő utca, Bocskai utca, Kasza utca, Új utca,
2. rész: Hídvégi utca, Bethlen utca, Damjanich utca, Posta utca, Mezey utca, Rózsa utca
3. rész: Bólyai utca, Szamos utca, Hargita utca, Szabó Dezső utca, Tátra utca, Mátra utca, Szegedi Károly utca, Körösi Csoma Sándor utca, Vág utca, Telep utca, Asztalos utca
4. rész: Hunyadi utca, Csokonai utca, Toldi utca, Zrínyi utca, Kölcsey utca, Mikes Kelemen utca, Kinizsi utca, Gyöngy utca, Egyenes utca, Bercsényi utca, Kalászsor utca.

A projektben összesen 14 870 fm földmedrű és 2 405 fm zárt csatorna, azaz összesen 17 275 fm csatorna készül el mintegy 572 millió forintos összköltséggel.

A projektek keretén belül nemcsak műszaki fejlesztések valósultak meg, hanem a lakosság felé olyan szemléletformáló tevékenységet is folytatott az Önkormányzata, amely a fejlesztések hatását erősíti és tudatosította. Ezek egymásra épülő, egymást erősítő elemek voltak, melyek jelen projektben további elemekkel bővülve igyekezzenek a lakosság számára eljuttatni azokat az alapvető információkat, amelyek segítségével a vizek helybentartása hatékonyan és eredményesen valósulhat meg.

## A projekt célkitűzései

---

A projekttel az alábbi célokat kívánjuk megvalósítani:

**Átfogó cél:** Békés belterületi csapadékvíz elvezetési, - gazdálkodási rendszerének fejlesztése, a kor kihívásaihoz való igazítása, környezetbiztonságának növelése, környezeti állapotának javítása, a belterületek belvív- és helyi vízkár veszélyeztetettségének csökkentése, a felszíni vizeink minőségének javítása, a további környezeti káresemények megelőzése.

**Specifikus célok:** A belterületre hullott csapadékvizek rendezett és kártétel nélküli elvezetése annak érdekében, hogy a városrész természetes és épített környezetének védelme megvalósuljon, valamint a vállalkozások és befektetők, valamint a lakosság számára vonzó, ugyanakkor környezetileg fenntartható városi környezet kerüljön kialakításra.

**Műszaki cél:** a talaj és talajvízadottságok figyelembevételével előnyben részesíteni olyan műszaki megoldást, mely segíti a vízvisszatartást, a késleltetett levezetést; lehetővé téve a területi beszivárgás elősegítését.

A fenti célokat elsősorban a projekt műszaki tartalmának következetes és pontos megvalósításával lehet elérni, de annak érdekében, hogy a célokat és a beruházás fontosságát megértsék a célterületen élő és dolgozó lakosok, polgárok, lényeges, hogy célzott és tematikusan felépített kommunikációs tevékenység kísérje ezt.

A tájékoztatással és nyilvánossággal kapcsolatos feladatokat sokszor nehéz kötelezettségként kezelik a beruházók, illetve döntéshozók, holott éppen ez a tevékenység - a megfelelő eszközök révén - segítheti az adott fejlesztés elfogadtatását és integrálását a település életébe.

Mindezek alapján lényegesnek tartjuk, hogy a kommunikáció alapelveit jelen dokumentumban rögzíteni kell.

## **A kommunikáció alapelvei**

---

### **Következetesség**

A MIT, MIKOR és HOGYAN kommunikációs elv szerint lényeges, hogy az alapüzenetek minden egyes kommunikációs elemet áthassák, és következetesen, a stratégia mentén haladva egységes képet adjanak a célról. Ez elősegíti az érintettek bizalmának elnyerését és erősítését.

### **Tervezettség**

A lakosok, az érintettek a legkevesebb információ alapján is kialakítják véleményüket a témával kapcsolatban. A hallottak, látottak és tapasztaltak alapján ítélik meg, és ezek a benyomások tényként is berögzülnek. Ezért rendkívül fontos, hogy a vélemények kialakulását ne a véletlenre bizzuk. Tudatosan és tervezett módon szolgáljuk fel a témát, adjuk meg a szükséges információkat még előbb, mint ahogy az akár kézzel foghatóvá is válik.

### **Felkészültség**

Az új projekt kapcsán az ismeretlenségből adódóan felmerülhetnek olyan kételkedő csoportok, amelyek egyes - valamilyen - forrásból szerzett és félreértett hír kapcsán, vagy rosszindulatú feltételezés okán krízishelyzetet teremthetnek. Ezzel pedig rendkívüli módon megnehezítik a projekt előrehaladását. Ezért a kampány során fel kell készülni az esetlegesen bekövetkező válsághelyzetekre is, és az eseményekre gyorsan és hatékonyan reagálva kezelni kell azokat a különböző megoldási lehetőségek tárházából.

### **Nyitottság**

Nagyon fontos a kommunikációban a nyílt beszéd, mert bizalmat lehet vele nyerni még akkor is, ha maga a mondandó nem mindenkinek váltja ki a tetszését. Csakis abban az esetben válik a nyilvánosság részéről támogatottá (támogathatóvá) a projekt, ha az információt nyíltan, részleteit is feltárva, és hitelesen adjuk át. Lényeges, hogy ne csak általánosságokra összpontosítsunk, hanem az emberek számára is érthető módon ismertessük a rendszerrel kapcsolatos részleteket, eseményeket, tudnivalókat. A süket fülek helyett valóságos és nyitott kommunikáció legyen, ahol adjunk lehetőséget a közvélemény visszaigazolására, a kérdések fogadására, melyekre adjunk is választ, azaz merjünk partnerséget alkotni a különböző érintettekkel, érdeklődőkkel.

### **Időzítés**

A marketing, szemléletformáló eszközök megvalósítása több szakaszban történik, igazodva a település éves rendezvénytervéhez és a megvalósítandó projekt előrehaladásához. Figyelembe kell venni a projekt indulását és zárását, az egyes mérföldkövek elérését is. A projekt zárásaként a megújult infrastruktúra átadásakor nyitó-átadó rendezvényt tartunk.

**Az elkészített kommunikációs tervnek számos feladata van, melyek a következőképpen fogalmazhatóak meg:**

- projekt adottságok meghatározása kommunikációs szempontok szerint
- a projekthez kapcsolódó célcsoportok és a szemléletformálás szempontjából fontos célcsoportok közötti összhang és egység megteremtése
- megtervezhető kommunikációs csatornák és azok kiépíthetősége
- a marketing akciók megvalósításának időbeni, lekövethető megvalósításához nyújtott segítség
- megfelelő és előre ütemezhető marketing és szemléletformálásra alkalmas szervezeti keretek és költségek

Jelen dokumentum összességében rögzíti a kommunikációs célokat és az azok megvalósításhoz kapcsolódó rendszereket, alapelveket és leírja, összefoglalja a projektcélok hatékony kiaknázásához alkalmazható elemeket, folyamatokat. A terv emellett rámutat a konkrét feladatokra, szabályokra és elemekre, egységessé teszi a tartalmi és formai követelményeket, megteremti azok áttekinthetőségét, lekövethetőségét, mérhetőségét és hatásainak vizsgálatát.

## A kommunikáció szakaszai

---

A projekthez fűződő kommunikáció alapvetően három - időben elkülönülő - szakaszból áll:

1. Az első kommunikációs időszak a projekt támogatási döntésével összefüggő és a megvalósítás megkezdését megelőző **előkészítési szakasz**
2. A második időszak maga a beruházás **megvalósítási szakasza**, azaz amikor a létesítmények megépülnek
3. A harmadik kommunikációs szakasz pedig az átadásokat követő, **lezáró szakasz**

A projekt eseményeivel kapcsolatos **alapinformációkat a helyi sajtón keresztül** kívánjuk átadni, mely hatékony és hiteles eszköz jelen projekt kommunikálására mind általános szinten, mind egyes célcsoportok elérését tekintve is. A projekt főbb mérföldköveinél nyílik mód a fejlesztés információinak ismertetésére, a projekt céljainak elfogadtatására, a **települési honlapon** keresztüli közvetítésére.

A **sajtóközlemények és sajtóanyagok** elsősorban a projekt előrehaladásában történő eseményekkel kapcsolatos tájékoztatás alapeszközei, bár már a kommunikációs időszak kezdeténél is megfelelően hatékony figyelemfelhívásra alkalmas.

A **honlapon** való folyamatos projektjelenlét nagyon fontos eszköze a kommunikációnak. Ezzel az online eszközzel ugyanis jelentős mennyiségű és élvezhető formátumú információ adható át a különböző célcsoportok felé. A projekt számára külön aloldalt tervezünk létrehozni a projektgazda honlapján.

A honlapokon megjelenítendő információk folyamatos naprakészségéről gondoskodni kell, s ezen eszköz segítségével van lehetőség a legtöbb adatszerű tudnivaló megjelenítésére, illetve fotókon keresztül a fejlesztések speciális helyszíni bemutatására, az események közelebb hozására.

A célcsoportok elérésére szolgálnak egyrészt a **helyi médiaeszközök, különböző kiadványok, szórólapok**. A beharangozást és a rendszerrel kapcsolatos kiemelt figyelem felhívását szolgálják a különböző **marketing akciók, kampányok**.

A kommunikációs eszközök között szerepel a **helyi és térségi médiában való megjelenés** is, melyek egy része fizetett hirdetés formájában kerülhetnek a nyilvánosság elé, másrészt interjúk révén teszik lehetővé a figyelem felkeltését.

## **Kommunikációs célcsoportok**

---

### **Elsődleges célcsoport**

A projekt által nyújtott szolgáltatások, körülmények és adottságok kereteit leginkább „felhasználók” köre, akik mint elsődleges célcsoport, a projekt célcsoportja is.

Ide tartoznak a beavatkozási területen élő lakosok, az itt működő intézmények szervezetek, vállalkozások tulajdonosai, működtetői és célközönsége. Igen heterogén és nehezen meghatározható csoportról van szó, így kommunikációs szempontból nagyon fontos, hogy milyen jellegű csatornákat és eszközöket alkalmazunk.

### **Másodlagos célcsoport (üzenet vivők, hírnökök)**

A másodlagos célcsoport fókuszpontja azért nagyon fontos, mert az a felvevő – közvetítő (hírnök) közeg, akik a projekt hatásait, lehetőségeit, jövőbeni újdonságait több szintre el tudják juttatni, kiemelt jelentőséggel bírnak, hiszen a projekt hatásai, annak eredményei ezen keresztül multiplikálódhatnak. Ide tartoznak a helyi vagy térségi véleményvezérek (pl. politikusok, civil szervezeti képviselők, média). Ezt a közeget leginkább az általuk a projekt „rendelkezéseire” bocsátott kommunikációs eszköztár keretei között fogjuk vizsgálni és elemezni.

### **Kommunikációs csatornák a célcsoportok elérésére:**

- [www.bekesvaros.hu](http://www.bekesvaros.hu): Ez az oldal az, amelyen olyan módon el lehet helyezni információkat, hogy ott stabilan, hosszú távon visszakereshető és elérhető legyen. A weben keresgélők számára egy adott településsel kapcsolatos információk egyik legfontosabb elérési helye a települési weboldal, amely jelentős kattintással bír. Az oldal folyamatosan frissül, az önkormányzat nagyon sok mindent ezen keresztül kommunikál az érintettekkel. A pályázati projektek minden alkalommal megjelennek ezen a felületen, így a projekt kötelező nyilvánossági feladatai között megjelenő általános projektleírás és projekttábla elhelyezése is megtörténik egy külön aloldalon. A felületen elhelyezésre kerülnek hírek és képgaléria is a beruházásról.

- Rendezvények: a projekt keretében több rendezvény szervezése is megtörténik és a pandémiás helyzet aktuális előírásainak megfelelően rendelhetőleg megvalósításra is kerül. Ezek egy része az általános projektkommunikációt segíti, egy része pedig kifejezett szemléletformálási célú. Ilyen rendezvények: projekt nyitó- és zárórendezvény, tájékoztató-szemléletformáló iskolai programok, intézményi programok, családi programok. Ezen rendezvényeken számtalan kommunikációs eszköz alkalmazható, nyilván az egyes célcsoportok és kommunikációs célok függvényében ezek diverzifikálva lesznek.

- Nyomtatott média: a megyei újság használata egyre kevésbé hatékony, elérése igen alacsony és nem ismert, hogy kiket ér el, ezért nem javasolt használni. A helyi újság ellenben sokak által olvasott, kifejezetten a célcsoportot éri el, ezért használata szükséges. Itt több alkalommal kell közzétenni cikkeket, beszámolókat mind a projekt előrehaladása, mind a szemléletformálás tekintetében.

A teljes kommunikáción belül egy sokkal pontosabban meghatározható célcsoport is található: a szemléletformálási tevékenységgel elérendő célcsoport.

**A projekt szemléletformálással érintett célcsoportjai és az elérésükhöz használandó kommunikációs csatornák:**

Célcsoport	Kommunikációs csatornák
Helyi lakosok	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Helyi nyomtatott média</li> <li>• Települési honlap</li> <li>• Projektrendezvények</li> </ul>
Környező települések lakossága	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Helyi/megyei nyomtatott média</li> <li>• Települési honlap</li> <li>• Projektrendezvények</li> </ul>
Helyi és környező településeken élő vagy tanuló 5-18 éves gyerekek és fiatalok	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektrendezvények</li> </ul>
Civil szféra, érintett szervezetek, vállalkozások	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Helyi nyomtatott média</li> <li>• Települési honlap</li> <li>• Projektrendezvények</li> </ul>



## **A kommunikáció célja**

---

A kommunikációs üzenet, melyet az adó kibocsát és a vevő átvesz, számos csatornán, bonyolult és egyszerű közegek és folyamatok között juthatnak el a célcsoportokhoz. A kommunikációs üzenet sokszínűsége és formálhatósága nagy segítség abban, hogy az eljuttatni kívánt üzenetek minden réteg, szegmens részére érthetően, befogadhatóan kerülhessenek átadásra. Minden kommunikációnak ugyanaz az alapképlete. Van egy forrás, azaz a küldő és van egy, vagy több befogadó. A befogadó egyben küldő is, mert miközben befogad, különböző visszajelzéseket ad (Feedback) a küldőnek, és így a küldő is befogadóvá válik. Ezek a visszajelzések többnyire nonverbális úton történnek.

### **Jelen projektben az alábbi üzeneteket szükséges eljuttatni a célcsoportokhoz:**

- A fejlesztés a célterületen élő lakosok érdekeit szolgálja.
- A fejlesztés eredményeképpen a nagy mennyiségű csapadék hullását követően sem lesz belvíz, pangóvíz a fejlesztett területen.
- A város vízgazdálkodásához hozzá tudnak járulni az ott élő emberek, ott működő szervezetek is.
- A víz az életünk része, fontos megbecsülnünk, de tudatosan kezelni kell.

## Marketing tevékenységek

A projekt megvalósítása során az esélyegyenlőség és a transzparencia érdekében Békés Város Önkormányzata igazodva esélyegyenlőségi stratégiájában megfogalmazottakhoz, a fejlesztéshez kapcsolódó nyilvános eseményeken, kommunikációjában és viselkedésében esélytudatosságot fejez ki: nem közvetít szegregációt, csökkenti a csoportokra vonatkozó meglévő előítéleteket - Az egyenlő bánásmódról és az esélyegyenlőség előmozdításáról szóló 2003. évi CXXV. törvény szem előtt tartásával.

### A projekt keretében kötelező nyilvánosság biztosítása tevékenységek:

Megnevezés	Mennyiség (db):
Kommunikációs terv készítése	1
Projekthez kapcsolódó oldal elkészítése és tartalomszolgáltatás	1
Sajtóközlemények kiküldése a projekt indításáról és zárásáról	2
Sajtómegjelenések gyűjtése	1
Sajtónyilvános események szervezése	13
B típusú tábla	1
Médiamegjelenések vásárlása	5
Fotódokumentáció készítése	1
Eredménykommunikációs információs anyagok, kiadványok készítése	1
TÉRKÉPTÉR feltöltés	1
D típusú tábla	1

Ezen felül a projektábra minden esemény, rendezvényen használva lesz, a kötelező kommunikációs és arculati elemek minden online és nyomtatott felületen feltüntetésre kerülnek, valamint a rendezvényekről fotók készülnek, melyek online felületen közzétételre kerülnek. Az egyes rendezvényekhez kapcsolódóan sajtóanyagok készülnek, a sajtómegjelenések össze lesznek gyűjtve és jelenléti ívek igazolják, hogy mennyien vettek részt a programokon.

### Tervezett marketing-kommunikációs tevékenység bemutatása:

#### A tevékenység alapvetően két részből áll:

- arculattervezés és arculati elemekkel ellátott eszközök, szóróajándékok előállítás
- szemléletformáló programok.

A szemléletformálás célja és tartalma:

A szemléletformálás fő célja a helyes vízgazdálkodásra és a vizek helyben tartásának fontosságára való figyelemfelhívás és ehhez gyakorlati megoldások bemutatása, valamint a létrehozott infrastruktúra fenntartására való figyelemfelhívás.

Az **marketing-kommunikációs tevékenységen belül** az alábbi feladatok kerültek betervezésre:

Megnevezés	Mennyiség (db):
Arculat tervezés - A projekthez igazodó, egyedi arculati elemek grafikai tervezése, Kis arculati kézikönyv összeállítása a Széchenyi 2020 előírásaival összhangban.	1
Roll-up, Laminált Roll-up film nyomattal, grafikai tervezés és gyártás	1
Promóciós pult öntapadó fóliával dekorálva, grafikai tervezés és gyártás.	1
A/5 méretű kiadvány 2 oldalas beavatkozási területen postaládába kézbesítve	1000
Esernyő -Automata esernyő, egyenes fa fogantyúval és fém csúccsal, sokféle vidám színben. Emblémázva, szitanyomással. Méret 100x83	50
Búzaszalma (lebomló) öko golyóstoll, Méret kb. 14,5x1,2	500
Tájékoztató rendezvény, képzés (tartalma: környezettudatosság, fenntartható fejlődés, csapadékvizek helyben tartása): iskolai programok - 5 alkalom, intézményi kitelepülés - 3 alkalom, tündérketi program – 2 alkalom, települési rendezvényen megjelenés - 1 alkalom,	11

#### A feladatok bemutatása:

- A projekthez igazodó, egyedi arculati elemek grafikai tervezése, Kis arculati kézikönyv összeállítása a Széchenyi 2020 előírásaival összhangban

Az arculati elemek egységes megjelenést kölcsönöznek a projektnek, így a célcsoport számára könnyen azonosíthatóak lesznek az egyes megjelenések.

A szolgáltatás tartalma egy projektlogó, a rendezvényekhez használandó iratminták, a beszerzendő reklámfelületek és szóróanyagok megjelenésének megtervezése, valamint az egyes arculati elemek használatára vonatkozó szabályrendszer kidolgozása.

- Roll-up Laminált Roll-up film nyomattal, grafikai tervezés és gyártás

Megtervezésre és legyártásra kerül egy roll-up, amely a projekt rendezvényeken, eseményeken fog szerepet kapni. Feladata, hogy a fényképeken bárki számára azonosítható legyen a későbbiekben, hogy milyen céllal került megrendezésre adott rendezvény.

- Promóciós pult öntapadó fóliával dekorálva, grafikai tervezés és gyártás

Annak érdekében, hogy a rendezvényeken jól látható legyen, hogy milyen projekt keretében valósul meg az adott program, egy pult kerül megtervezésre és legyártásra. Ezen lesznek elhelyezve az adott projektdokumentumok (meghívó, jelenléti ívek, szóróanyagok, stb).

- A/5 méretű kiadvány 2 oldalas beavatkozási területen postaládába kézbesítve

A szórólap a megfelelő arculati elemekkel lesz ellátva és a beruházásról nyújt információkat a célterületen élő lakosoknak. A tartalom fontos része a beruházással kapcsolatos elérhetőségek megosztása annak érdekében, hogy a kivitelezés közben felmerülő lakossági problémák időben orvosolva legyenek.

- Esernyő -Automata esernyő, egyenes fa fogantyúval és fém csúccsal, sokféle vidám színben. Emblémázva, szitanyomással. Méret 100x83

Szórórajándékként kerülnek megtervezésre és legyártásra az esernyők, amelyek a projekt eseményeken kerülnek kiosztásra.

- Búzaszalma (lebomló) öko golyóstoll, Méret kb. 14,5x1,2

A projekt arculati elemekkel felszerelt szóróajándék az egyes rendezvényeken kerül kiosztásra a résztvevőknek.

- Tájékoztató rendezvény, képzés (tartalma: környezettudatosság, fenntartható fejlődés, csapadékvizek helyben tartása): iskolai programok - 5 alkalom, intézményi kitelepülés - 3 alkalom, tündérkerti program – 2 alkalom, települési rendezvényen megjelenés - 1 alkalom.

A rendezvények szemléletformálási céllal kerülnek megrendezésre. Elsősorban interaktív események lesznek ezek, ahol a vízzel, a csapadékkal, a vízkímélő módszerekkel kapcsolatban kaphatnak tanácsokat a résztvevők.

A helyszínek célcsoportspecifikusan kerültek meghatározásra: az iskolai programok során a gyerekeket érhetjük el, míg az intézményi kitelepüléseken az időseket, nehéz szociális helyzetben élőket, a tündérkerti programokon a kertészkedést kedvelőket, míg a települési rendezvényen a településről elszármazottakat, a környező településen élőket is el tudjuk érni.

## Marketing tevékenységek ütemezése

Tevékenység megnevezése	Ütemezés
Kommunikációs terv készítése	2021.12.
Projekthez kapcsolódó aloldal elkészítése és tartalomszolgáltatás	2022.01.
Sajtóközlemények kiküldése a projekt indításáról és zárásáról	2022.04, 2022.11.
Sajtómegjelenések gyűjtése	2021.12-2022.11.
Sajtónyilvános események szervezése	2021.12-2022.11.
B típusú tábla	2021.09.
C típusú tábla (4 db)	2021.09.
Médiamegjelenések vásárlása	2021.12-2022.11.
Fotódokumentáció készítése	2021.12-2022.11.
Eredménykommunikációs információs anyagok, kiadványok készítése	2021.12-2022.11.
TÉRKÉPTÉR feltöltés	2022.01.
D típusú tábla	2022.11.
Arculat tervezés - A projekthez igazodó, egyedi arculati elemek grafikai tervezése, Kis arculati kézikönyv összeállítása a Széchenyi 2020 előírásaival összhangban.	2021.02.
Roll-up, Laminált Roll-up film nyomattal, grafikai tervezés és gyártás	2022.02.
Promóciós pult öntapadó fóliával dekorálva, grafikai tervezés és gyártás.	2022.02.
A/5 méretű kiadvány 2 oldalas beavatkozási területen postaládába kézbesítve	2022.02.
Esernyő -Automata esernyő, egyenes fa fogantyúval és fém csúccsal, sokféle vidám színben. Emblémázva, szitanyomással. Méret 100x83	2022.02.
Búzaszalma (lebomló) öko golyóstoll, Méret kb. 14,5x1,2	2022.02.
Tájékoztató rendezvény, képzés (tartalma: környezettudatosság, fenntartható fejlődés, csapadékvizek helyben tartása): iskolai programok - 5 alkalom, intézményi kitelepülés - 3 alkalom, tündérketi program – 2 alkalom, települési rendezvényen megjelenés - 1 alkalom,	2022.03.-2022.11.

## Kommunikációs költségek

Az egyes kommunikációs aktivitások tekintetében szeretnénk-, és kell is előnyben részesítenünk mindazokat, amelyek vagy a saját hatáskör, és/vagy a projekt célkitűzéseivel szembeni elhivatottság miatt minimális költségtérítés mellett végrehajthatóak így kihasználva a helyi lehetőségeket, önkormányzati fenntartású médiumokat és munkaerőt is.

### A kommunikációval összefüggő költségek felosztása

Az első fő csoport azon tevékenységeket és költségeit jelenti, amelyek a Kedvezményezettek tájékoztatási kötelezettségei és a Tervezési útmutató irányelvei alapján a kötelező és az ajánlott **kommunikációs eszközöket** tartalmazza. A kötelezően előírt nyilvánosság biztosítása szolgáltatás tartalma és költségei a pályázati felhívás 07. számú melléklete szerint kerültek meghatározásra, így erre a költségvetési sorra 445 500 Ft került betervezésre.

A második csoport a **marketing-kommunikációs tevékenység**, melyre **bruttó 3 556 000 Ft áll rendelkezésre**. Az egyes tevékenységek költséghelyeit, költség típusait az alábbi táblázat tartalmazza.

Megnevezés	Mennyiség (db):	Szerződött ár
		(bruttó Ft)
Arculat tervezés - A projekthez igazodó, egyedi arculati elemek grafikai tervezése, Kis arculati kézikönyv összeállítása a Széchenyi 2020 előírásaival összhangban.	1	600 000
Roll-up, Laminált Roll-up film nyomattal, grafikai tervezés és gyártás	1	90 000
Promóciós pult öntapadó fóliával dekorálva, grafikai tervezés és gyártás.	1	190 000
A/5 méretű kiadvány 2 oldalas beavatkozási területen postaládába kézbesítve	1000	140 000
Esernyő -Automata esernyő, egyenes fa fogantyúval és fém csúccsal, sokféle vidám színben. Emblémázva, szitanyomással. Méret 100x83	50	125 000
Búzaszalma (lebomló) öko golyóstoll, Méret kb. 14,5x1,2	500	127 000
Tájékoztató rendezvény, képzés (tartalma: környezettudatosság, fenntartható fejlődés, csapadékvizek helyben tartása): iskolai programok - 5 alkalom, intézményi kitelepülés - 3 alkalom, tündérketi program – 2 alkalom, települési rendezvényen megjelenés - 1 alkalom,	11	2 284 000
<b>Összesen:</b>		<b>3 556 000</b>

## Értékelés

A kommunikációs kampány értékelésére a projekt zárásakor az alábbi módszerek alapján történik.

Kommunikációs eszköz	Értékelési módszer
Sajtó	Sajtófigyelés, megjelent sajtócikkek, tudósítások elemzése (megjelenés szám, üzenetek felhasználása, szövegkörnyezet, minősítésük stb.) Újságírók személyes visszajelzései
Rendezvények	Résztevők száma Személyes visszajelzések
<a href="http://www.bekesvaros.hu">www.bekesvaros.hu</a> oldal	Látogatottság, elérési adatok

A projekt megvalósítását követően sem szakadhat meg a nyilvánossággal történő kapcsolattartás. Ekkor a projekt eredményeinek bemutatása kerül előtérbe, melynek célja, hogy a potenciális beköltözőkben, beruházókban egy vonzó, élhető és biztonságos település képe alakuljon ki, a helyiek érzelmi kötődése pedig erősödjön.

A nyilvánosság tájékoztatása az alábbi alapelvek figyelembevételével történik: **Pontosság:** a valóságnak megfelelő, objektív információk továbbítása az érdekeltek felé. **Őszinteség:** az esetlegesen előforduló, nem tervezett problémák feltárása, megvitatása a projektgazda belső szervezetében és külső környezetében. **Hitelesség:** számszerű adatokra, szakértői véleményekre épülő (igazolható) információk közvetítése az egyes célcsoportoknak megfelelő, közérthető formában. **Időbeli megfelelés:** a túl korán megjelentetett híradások elhúzódozó várakozási időt, ezáltal türelmetlenséget, bizonytalanságot szülhetnek, míg a később nyilvánosságra hozott tájékoztatások válsághelyzet kialakulását okozhatják, ezért az információk megfelelő időzítése különösen fontos. **Folyamatosság:** a rendszeres, hosszabb szünet nélküli kapcsolattartás célja, hogy megelőzze a projektgazdán kívül álló forrásból származó, nem szakmai, esetleg pontatlan információk teret nyeresét. **Követhetőség:** a pályázat útjának, a végrehajtás résztevékenységeinek folyamatos kommunikálása. **Átláthatóság:** a pályázati és egyéb források felhasználásának teljes körű bemutatása a nyilvánosság számára.