

**РЕЗУЛЬТАТИ**  
**заключного моніторингу проєкту**  
**«Українсько-польське поозер'я – край легенд: відкрий та насолоджуйся**  
**незвіданим»**

Піврічний/річний/заключний (зазначити необхідне)	Заключний
Період звітування	01.02.2020 – 30.09.2021
<b>1. Вихідні дані проєкту (програми)</b>	
Партнер з розвитку	Європейський Союз через Орган управління СОП «Польща-Білорусь-Україна» ЄІС 2014-2020, представлений Міністерством фондів розвитку та регіональної політики Республіки Польща
Бенефіціар	Волинська обласна державна адміністрація
Реципієнт	Волинська обласна рада
Номер реєстраційної картки проєкту	4367-01
<b>2. Інформація про досягнення очікуваних результатів</b>	
Узагальнені результати реалізації проєкту (програми) в кількісних та/або якісних показниках	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Забезпечено належне адміністрування проєкту, налагоджено постійні комунікації між партнерами;</li> <li>- проведено дискусійну панель «Брендинг як інструмент підвищення ефективності функціонування туристичної дестинації» у режимі відео конференції за участю 25 осіб;</li> <li>- створено вебсайт та промофільм;</li> <li>- організовано 3-денний навчальний тур для 10 представників партнерських інституцій до Республіки Польща (Люблінське воєводство) з метою вивчення кращих практик промоції туристичних принад, у т.ч. з використанням туристичного бренду «Розточчя»;</li> <li>- створено спільний транскордонний туристичний бренд озерного краю Шацьк-Влодава «Пізнай магію озер» та розроблено Концепцію його просування;</li> <li>- проведено дводенний спільний фестиваль «Озерна містерія» (140 учасників) у два етапи – на озері Біле в гміні Влодава (28 серпня 2021 року) та на березі озера Пісочне у Шацькій територіальній громаді (4 вересня 2021 року).</li> </ul>
Посилання на інтернет-ресурси, де розміщено інформацію про результати реалізації проєкту (програми) та інші матеріали або документи, розроблені в рамках проєкту (програми)	<a href="https://m.facebook.com/BRANDLAKES2020/">https://m.facebook.com/BRANDLAKES2020/</a> <a href="https://pl-ua-lakes.org/">https://pl-ua-lakes.org/</a>
Загальна сума витрачених під час реалізації проєкту (програми) коштів міжнародної технічної допомоги на кінець звітного періоду (за наявності), у тому числі за категоріями:	26 942,07 євро
послуги з організації тренінгів, навчання, опитування, інформаційні	9 002,33 євро

<b>кампанії</b>		
<b>консультаційні послуги</b>	1 943,56 євро	
<b>обладнання</b>	4 135,43 євро	
<b>будівельні, ремонтні роботи, технічний нагляд</b>	-	
<b>адміністративні витрати виконавця</b>	11 860,75 євро	
<b>3. Порівняння запланованих результатів проєкту (програми) з досягнутими</b>		
<b>Кількісні та/або якісні критерії результативності проєкту (програми)</b>	<b>Заплановані результати на кінець звітного періоду</b>	<b>Фактичні результати на кінець звітного періоду</b>
Кількість транскордонних заходів, організованих за підтримки Програми	3	3 – проведено дискусійну панель «Брендинг як інструмент підвищення ефективності функціонування туристичної дестинації», транскордонний фестиваль «Озерна містерія» та підсумкову конференцію.
Кількість обмінів спеціалістами, відповідальними за управління природною спадщиною	1	1 – проведено навчальний тур до Республіки Польща.
Кількість рекламаних та/або збережених природних об'єктів, що є прямим наслідком підтримки програми	1	1 – транскордонний озерний край Шацьк-Влодава рекламовано через вебсайт, туристичний бренд та фестиваль.
Кількість нових стратегій/політик щодо популяризації та збереження природної спадщини	1	1 – розроблено Концепцію просування спільного транскордонного туристичного бренду.
Кількість нових туристичних продуктів або послуг, що стосуються популяризації та охорони природної спадщини (включаючи електронні продукти, електронні послуги)	2	2 – створено туристичний бренд (логотип, слоган) прикордонної озерної території, який просувається через ЗМІ, Інтернет, соціальні мережі; проведено транскордонний фестиваль.
<b>4. Узагальнена оцінка бенефіціаром результатів проєкту (програми)</b>		
<p>З метою забезпечення поширення українського культурного продукту у рамках проєкту проведені транскордонні культурні заходи та фестиваль.</p> <p>З метою визначення місця України на туристичній мапі світу, створення брендів з існуючих точок притягання та запуску внутрішніх і зовнішніх програм з їх промоції, а також приєднання України до існуючих і нових мереж європейських туристично-культурних маршрутів у рамках проєкту успішно створено транскордонний туристичний бренд та здійснено його промоцію.</p> <p>ЄС надає співфінансування для реалізації проєкту у вигляді МТД, що повністю задовольняє потреби реципієнтів.</p>		
<b>5. Проблемні питання та/або пропозиції</b>		
<p>Реалізація проєкту відбувалася в умовах пандемії, зумовленої поширенням коронавірусної інфекції, та суворих карантинних обмежень. Як наслідок, партнери були вимушені проводити окремі заходи у режимі відео конференції з відхиленням від графіку.</p>		