

## НАРАТИВНИ И ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ

## I. Основни подаци

1.1 НАЗИВ ОРГАНА КОМЕ СЕ ПОДНОСИ ИЗВЕШТАЈ:  ГРАД СОМБОР	1.2 НАЗИВ КОНКУРСА  КОНКУРС ЗА СУФИНАНСИРАЊЕ ПРОЈЕКТА ПРОИЗВОДЊЕ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА У ОБЛАСТИ ЈАВНОГ ИНФОРМИСАЊА СРЕДСТВИМА ИЗ БУЏЕТА ГРАДА СОМБОРА У 2019.ГОДИНИ
1.3 КОРИСНИК СРЕДСТАВА (навести званичан и пун назив издавача медија, односно правног лица/ предузетника, који се бави производњом медијских садржаја, као што је наведено у решењу Агенције за привредне регистре):  АНА АБРАМОВИЋ ПР ПРОИЗВОДЊА КИНЕМАТОГРАФСКИХ ДЕЛА АУДИО-ВИЗУЕЛНИХ ПРОИЗВОДА И ТЕЛЕВИЗИЈСКОГ ПРОГРАМА АБ МЕДИА БЕОГРАД	1.4 НАЗИВ ПРОЈЕКТА:  „Сомбор некад и сад – чувар традиције и културно-историјских знамења“
1.5 ТЕЛЕФОН:  060/357-60-17	1.6 E-mail:  ana.abmedia@gmail.com
1.7 БРОЈ УГОВОРА О СУФИНАНСИРАЊУ ПРОЈЕКТА:  401-847/2019-II	1.8 ИЗНОС УГОВОРЕНИХ СРЕДСТАВА:  500.000,00
<b>2. Наративни извештај</b>	
2.1 ОПШТИ ПРЕГЛЕД АКТИВНОСТИ И МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА (сажетак – до 15 редова):  Пројекат „Сомбор некад и сад – чувар традиције и културно-историјских знамења“ представио је најважније културно-историјске локалитете у Сомбору. Пројекат је реализован са циљем упознавања примарних и секундарних циљних група са традиционалним манифестацијама које се одржавају у овом граду, као и са богатим културно-историјским знаменитостима овог града. Објављени медијски садржаји допринели су упознавању циљних група са помало заборављеном историјом града са акцентом на црквама, музејима, палатама, трговима и симболима града као што су споменици и сам грб града. Сви медијски садржаји пројекта објављени су на порталу srbijadanas.com, а пројекат је проширен и на друштвене мреже, што је допринело до још већег интересовања младих људи да уживо посете Сомбор и околину.	
2.2 БРОЈ И ВРСТА РЕАЛИЗОВАНИХ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА-ОБЈАВА:	

10. Медијски садржаји објављени су на порталу

2.4 ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА (простор на коме је

2.4 ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА:

Реализованим медијским садржајима кроз пројекат „Сомбор некад и сад – чувар традиције и културно-историјских знамења“ може се приступити из свих делова света и доступни су свим говорницима српског језика.

01.09-30.11.2019

2.5 ПОСТИГНУТИ ЦИЉ ПРОЈЕКТА (општи преглед постигнутих циљева у односу на планиране у пројекту и најважнијих достигнућа; позитивни утицај на циљне групе; упоредити постигнуте показатеље у односу на очекиване представљене у пројекту):

У постигнути циљ пројекта убрајамо едукацију припадника секундарне циљне групе о туристичким потенцијалима које пружа овај град. Кроз атрактивне медијске садржаје промовисани су културно-историјске знаменитости града и околине као и културне манифестације које се традиционално одржавају у овом делу Србије. Код становника града Сомбора и околине пројекат је потенцијално пробудио осећај поноса и припадности а кроз занимљиве приче утицао је и на јачање репутације града и промоцију Сомбора и Сомбораца. Пројекат је прилагођен и потребама савремене публике, емитовањем садржаја на друштвеним мрежама.

2.6 НАВЕСТИ ПРИМАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који су под директним позитивним утицајем пројектних активности):

Примарну циљну групу пројекта чине становници Сомбора и оближњих места.

2.7 НАВЕСТИ СЕКУНДАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који ће на било који начин имати користи од пројектних активности):

У секундарну циљну групу убрајају се остали становници Србије, сви туристи и љубитељи традиционалних манифестација. Под секундарном циљном групом убрајају се и сви говорници српског језика који се могу информисати о пројекту преко емитованим медијских садржаја доступним из свих делова света.

2.8 ОПИС АКТИВНОСТИ(навести актере/средства /мере / радњу/ при реализацији пројекта):

- Креирање медијских садржаја са циљем информисања и едуковања
- Ширење пројекта на друштвене мреже
- Креирање визуелних решења у вези са пројектом (графички дизајн)
- Снимање

## 2.9 НАВЕСТИ ПОСТИГНУТЕ РЕЗУЛТАТЕ:

1. Промоција културно – историјских знаменитости Сомбора
2. Едукација и стицање нових знања код примарних и секундарних циљних група
3. Јачање репутације града и његових становника
4. Проширење пројекта на друштвене мреже
5. Промоција културних манифестација града
6. Информисање о посебно значајним историјским локацијама и личностима

## 2.10 ИНДИКАТОРИ РЕЗУЛТАТА:

- Број прегледа садржаја – 30.000  
Број прегледа садржаја – 30.000  
Број прегледа садржаја – 30.000  
Укупан reach – 70.000  
Број прегледа садржаја – 30.000  
Број прегледа садржаја – 30.000

## 2.11 ОДРЖИВОСТ ПРОЈЕКТА:

Како су информације о темама предвиђене пројектом доступне приликом сваког претраживања интернета, сматра се да пројекат има дугорочну одрживост што ће уједно допринети и остварењу циљева у будућности.

## 2.12 ИНТЕРНИ МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА ПРОЈЕКТА (које инструменте сте користили да мерите напредак пројекта и постигнуте резултате током реализације пројекта)

Коришћени алати за мерење постигнутих резултата пројекта су Gemius (систем за праћење посете сајтова), Google analytics и Facebook manager.

## 2.13 ПРОМОЦИЈА И ВИДЉИВОСТ (наведите информације у вези са видљивошћу подршке органа који је суфинансирао пројекат; како су били информисани крајњи корисници и јавност):

Крајњи корисници су информисани кроз комуникацију о остварењу пројекта кроз сарадњу са Градом Сомбор, а сви медијски садржаји укључили су и грб града како би подршка била и визуелно уочљива.

## 2.14 НАУЧЕНЕ ЛЕКЦИЈЕ ( опишите потешкоће са којима сте се сусрели и како сте их решили; које су то корисне лекције које могу бити примењене у будућности):

Пројекат је реализован без потешкоћа и све планиране активности су несметано реализоване.

## 2.15 ПРИЛОЗИ (Навести приложене примерке медијских садржаја: ДВД, примерци новина, тренинг материјале, спискове учесника и сл.):

