

ITA-SI0800340

CLIMASAFE

Komunikacijski načrt

Različica 2.0

Jezik obrazca: SL

Vnosni jezik: SL

Valuta: EUR

Dokument vsebuje komunikacijski načrt v dveh jezikovnih različicah: slovenski in italijanski. Italijanska različica sledi po zaključku slovenskega dela.

Il documento contiene il piano di comunicazione in due versioni linguistiche: slovena e italiana. La versione italiana segue al termine della parte in lingua slovena.

Vsebina

1. UVOD	3
2. CILJI.....	3
3. PROMOCIJSKA STRATEGIJA	5
4. NOTRANJA KOMUNIKACIJA IN ORODJA.....	7
5. ZUNANJA KOMUNIKACIJA IN PROMOCIJSKA ORODJA	9
6. USKLAJENA PODOBA PROJEKTA	12
7. NALOGE PARTNERJEV	20
8. KAZALNIKI SPREMLJANJA	20
9. ČASOVNI RAZPORED KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI	23
10. POROČANJE.....	24
11. ZAKLJUČEK.....	27

1. UVOD

Projekt Obvladovanje ekstremnih podnebnih pojavov in odpornost: strategije in orodja za energetske intenzivne MSP oz. CLIMASAFE je nastal kot odgovor na vse pogostejše in intenzivnejše podnebne pojave, ki pomembno vplivajo na čezmejno območje Italije in Slovenije ter ogrožajo gospodarsko odpornost, zlasti malih in srednjih podjetij (MSP) z visoko porabo energije. S svojo celotno zasnovo projekt združuje razvoj inovativnih orodij, kot sta indeks podnebnih tveganj in napredna digitalna platforma, ter pilotne ukrepe, ki omogočajo testiranje rešitev v realnih okoljih.

Komunikacijski načrt CLIMASAFE je ključni instrument za uresničevanje teh ciljev. Njena vloga je povečati prepoznavnost projekta, okrepiti zavedanje o podnebnih tveganjih in spodbujati uporabo razvitih rešitev v širšem gospodarskem in družbenem prostoru. Načrt temelji na digitalnih in participativnih pristopih, ki omogočajo neposredno vključevanje deležnikov, usposabljanje uporabnikov ter prenos znanja in dobrih praks na čezmejni ravni.

Skupaj s partnerji bomo v vseh aktivnostih in komunikacijskih gradivih dosledno spoštovali zahteve Uredbe (EU) št. 2021/1059 glede zagotavljanja vidnosti, preglednosti in prepoznavnosti evropskega sofinanciranja. Vsa komunikacija bo usklajena z Interreg Brand Design Manual 2021–2027: <https://archive.interact.eu/library/interreg-brand-design-manual-2021-2027/pageflip> ter Priročnikom celostne grafične podobe za dejavnosti komuniciranja in prepoznavnosti projektov, dostopnega na spletišču Programa: <https://www.ita-slo.eu/sl/celostna-graficna-podoba>. Posebna skrb bo namenjena skladni uporabi logotipov, označevanju vsebin in upoštevanju načel zelene komunikacije.

Ta dokument predstavlja temeljne usmeritve, cilje, orodja in aktivnosti, s katerimi bo komunikacija projekta prispevala k večji odpornosti podjetij in skupnosti, v skladu s cilji programa Interreg Italija–Slovenija ter evropskim zelenim dogovorom.

2. CILJI

Cilj projekta CLIMASAFE je razviti inovativne rešitve za zmanjšanje ranljivosti in krepitev zmogljivosti podjetij in skupnosti za prilagajanje podnebnim spremembam, učinkovito obvladovanje izrednih dogodkov in izboljšanje odpornosti ozemlja. S skupno analizo, pilotnimi ukrepi in ponovljivimi modeli projekt prispeva k cilju 2.4 z izboljšanjem odpornosti, čezmejnega sodelovanja in trajnosti usmerjenih odzivov na posebna in skupna podnebna tveganja.

Digitalna platforma bo modularna in prilagodljiva, omogočala bo razširitve za druga področja politik, kot so upravljanje javnih stavb (zdravstveni domovi, šole, univerze) ter občutljive gospodarske panoge, kot je turizem. S tem projekt ponuja konkretna orodja za oceno podnebnih tveganj in optimizacijo rabe virov, kar povečuje odpornost širšega družbenega in gospodarskega prostora.

Indeks podnebnih tveganj bo dostopen, posodabljač in ponovljiv, s čimer se omogoča njegova uporaba za analize tudi izven okvira projekta. Priložena bodo jasna navodila in gradiva, ki bodo pomagala sektorjem in ozemljem, ki niso neposredno vključeni, da izkoristijo te inovacije.

Komunikacijske dejavnosti bodo imele ključno vlogo pri zagotavljanju razširljivosti rezultatov. Gradivo (brošure, videi) bo na voljo v slovenščini in italijanščini, na zahtevo pa tudi v angleščini za mednarodno občinstvo. Javne predstavitve in delavnice bodo ključni trenutki za izmenjavo znanja, predstavitev orodij in pridobivanje novih interesentov.

Partnerji se zavezujejo k promociji rezultatov na dogodkih vseh ravni – lokalnih, nacionalnih in mednarodnih. Na zaključnem dogodku bodo predstavljeni glavni rezultati, dobre prakse in potenciali prenosa. Poleg tega bodo vključeni elementi za trajnostni prenos znanja (informacijski paketi, spletna dostopnost, pričevanja uporabnikov).

Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije (OZS), kot koordinator za komuniciranje, bo vodila komunikacijsko kampanjo, ki bo promovirala rezultate projekta in ozaveščala MSP-je in lokalne organe o pomenu odpornosti na podnebne spremembe. Kampanja bo vključevala digitalne vsebine, posodobitve družbenih medijev in gradiva za razširjanje, ki bodo dosegla široko in raznoliko občinstvo. Glavni rezultati projekta bodo tako ostali uporabna in pomembna orodja za čezmejno območje, ki spodbujajo večjo podnebno in energetske odpornost.

Namen komunikacijskih in promocijskih dejavnosti projekta CLIMASAFE je celostna podpora uresničevanju projektnih ciljev s poudarkom na:

- **ozaveščanju** ključnih ciljnih skupin o ranljivosti malih in srednjih podjetij (MSP) na ekstremne podnebne pojave ter o pomenu njihove odpornosti,
- **povečani prepoznavnosti** projekta na lokalni, regionalni, čezmejni in evropski ravni,
- **spodbujanju sodelovanja** čezmejnih akterjev, MSP-jev, podpornih organizacij, raziskovalnih institucij in javnih organov,
- **razširjanju rezultatov in orodij** projekta (indeks podnebnih tveganj, digitalna platforma, strategija odpornosti) z namenom trajne uporabe po zaključku projekta,
- **usposabljanju uporabnikov**, da bodo samostojno uporabljali orodja in vključevali ukrepe v svoje delovanje.

Splošni komunikacijski pristop projekta CLIMASAFE je namenjen spodbujanju trajnega učinka na čezmejnem območju z ozaveščanjem ciljnih skupin o podnebnih tveganjih in spodbujanjem sprejetja razvitih rešitev. Komunikacija je strateški vzvod za zagotavljanje, da so rezultati projekta, kot sta digitalna platforma in skupna strategija, splošno znani in se uporabljajo.

Načrt, ki ga koordinira OZS, sestavljajo digitalna orodja, participativni dogodki in promocijsko gradivo, pri čemer se za čim večjo učinkovitost izkoriščajo vzpostavljene mreže projektnih partnerjev (PP). Naloga OZS je priprava komunikacijskega načrta, kjer so natančno opredeljeni cilji, naloge, orodja in časovni razpored ter zagotovila skladnost s pravili o prepoznavnosti programa Interreg ITA-SLO.

Komunikacija bo integrirana v različne delovne sklope projekta, zlasti v aktivnosti tehnične razprave (AKT3.1), testiranja (AKT3.2) ter usposabljanja in ozaveščanja (AKT3.3),

kjer bodo na dogodkih vzpostavljeni komunikacijski kotički ali digitalni paketi gradiv. Vsebina teh dogodkov bo vsebovala jedrnata in lahko razumljiva komunikacijska sporočila.

Digitalno komuniciranje bo temelj načrta, z razdelki na spletnih straneh partnerjev in pridruženih organizacij ter rednimi objavami na družbenih omrežjih (najmanj 120 objav v času trajanja projekta). Vključeni bodo tudi označevalci (hashtagi), da se poveča sledljivost in prepoznavnost vsebin.

Posebnost projekta bodo digitalne soustvarjalne seje z MSP in deležniki med delavnicami AKT3.3. Te bodo omogočale aktivno sodelovanje pri oblikovanju strategij odpornosti in validaciji platforme ter bodo spremljane z anketami po dogodkih.

Za zagotovitev učinkovitosti komunikacije bodo uporabljeni ključni kazalniki uspešnosti, kot so: število udeležencev dogodkov, vključenost na družbenih omrežjih, količina razdeljenega gradiva in zbrane povratne informacije. Vse to bo vključeno v polletna poročila upravljalnemu odboru, kar omogoča stalno prilagajanje strategije in povečanje učinka komunikacije.

3. PROMOCIJSKA STRATEGIJA

2.1 Analiza ciljnih skupin

Za oblikovanje učinkovite promocijske strategije je ključno temeljito poznavanje ciljnih skupin. Treba je jasno opredeliti in segmentirati skupine prejemnikov komunikacijskih aktivnosti ter razumeti njihove specifične potrebe, izzive in interese. Na ta način lahko projekt ciljnim skupinam ponudi ustrezna orodja in rešitve za uresničevanje njihovih ciljev in premagovanje podnebnih tveganj.

Analiza ciljnih skupin je bila podrobno predstavljena že v projektni prijavnici. Povzetek ključnih ciljnih skupin in njihove vloge podajamo v nadaljevanju:

- **MSP z visoko porabo energije:** Predstavljajo glavno ciljno skupino projekta. Zaradi svoje velike porabe energije so izjemno izpostavljeni podnebnim tveganjem (vročinski valovi, zmrzali, poplave) in posledično ranljivi za motnje v oskrbi, poškodbe infrastrukture in povečane stroške. Projekt jim ponuja konkretna orodja (indeks tveganj, digitalna platforma, prilagojene rešitve), ki omogočajo boljše strateško načrtovanje in operativno prilagajanje.
- **Javne institucije (lokalne, regionalne):** Ključne za oblikovanje okoljske in energetske politike ter podporno okolje za MSP. Rezultati projekta (analize, smernice, priporočila) jim omogočajo razvoj učinkovitih strategij za povečanje odpornosti lokalnega gospodarstva in ozemlja.
- **Organizacije za podporo podjetjem:** (npr. gospodarske in obrtne zbornice, podjetniški inkubatorji, energetske agencije) so pomemben posrednik med projektom in podjetji. Sodelujejo pri diseminaciji rezultatov, organizaciji dogodkov ter nudijo podporo MSP-jem pri uporabi projektnih orodij.

- **Raziskovalne in izobraževalne ustanove:** Vključujejo se pri razvoju in testiranju orodij ter pripravljajo izobraževalne vsebine in programe. Njihova vloga je ključno pri prenosu znanja in usposabljanju končnih uporabnikov.
- **Nevladne organizacije:** Aktivno vključene pri okoljskih in podnebnih tematikah. Lahko pomagajo širiti sporočila projekta, sodelujejo pri ozaveščanju javnosti in povezujejo projekt z drugimi sorodnimi pobudami.
- **Širša javnost in mediji:** Posredno vključeni preko kampanj ozaveščanja in medijskih objav. Njihova podpora prispeva k družbenemu razumevanju pomena podnebne odpornosti, še posebej v povezavi z energetske varnostjo, lokalno ekonomijo in trajnostjo.
- Med pomembne deležnike sodijo tudi evropske in čezmejne mreže (npr. Evropsko združenje za teritorialno sodelovanje – EZTS) ter organizacije za podporo inovacijam in trajnosti v MSP-jih. Njihova vloga je ključna za promocijo rezultatov projekta na širšem evropskem nivoju ter za krepitev sinergij med projekti s podobnimi cilji.

2.2 SWOT analiza

Prednosti :

- inovativen indeks podnebnih tveganj in digitalna platforma,
- močno in raznoliko partnerstvo,
- čezmejni pristop z dopolnjujočim znanjem.

Slabosti:

- kompleksna vsebina lahko oteži razumevanje med MSP,
- tveganje preobremenjenosti s podatki.

Priložnosti:

- vse večja pomembnost podnebne odpornosti v EU politikah,
- priložnost za referenčni model v drugih regijah.

Grožnje:

- nasičenost z evropskimi projekti s podobnimi cilji,
- odpornost MSP na spremembe in inovacije.

2.3 Strategija promocije

Na podlagi zgoraj opisanih analiz bo promocijska strategija projekta CLIMASAFE osredotočena na ciljno usmerjeno vsebinsko trženje, ki bo poudarjalo sposobnost projekta, da odgovori na konkretne potrebe in izzive posameznih ciljnih skupin. Ključni poudarek bo na pripravi člankov, strokovnih prispevkov, video posnetkov in infografik, ki bodo ponudili uporabne, razumljive in neposredno uporabljive informacije.

Cilj je spodbuditi ciljne skupine k rednemu spremljanju projekta, ne zgolj v času dogodkov, temveč skozi celotno trajanje projekta. Na ta način se bodo deležniki postopoma preoblikovali v aktivne podpornike projekta – ambasadorje podnebne

odpornosti in trajnostnih pristopov – kar bo prispevalo k dolgoročni prepoznavnosti in učinkovitosti rezultatov tudi po koncu financiranja.

Promocijska strategija bo temeljila na raznolikih vsebinah, prilagojenih posameznim skupinam uporabnikov (MSP, javne institucije, podporne organizacije, izobraževalni sektor itd.) in bo vključevala tudi odzivne in participativne oblike komuniciranja (npr. vprašanja in odgovori, intervjuji, primeri dobrih praks):

- vsebinsko usmerjen **vsebinski marketing**, osredotočen na prilagojene informacije za posamezne ciljne skupine,
- vzpostavitev **informacijskih tokov**: spletna stran, e-novice, video vsebine, prispevki v medijih,
- aktivno **vključevanje deležnikov** preko dogodkov, intervjujev, delavnic,
- **usmerjeno komuniciranje** z javnostmi preko predstavitev primerov dobrih praks.

Promocijsko gradivo vključuje:

- plakat za vsakega partnerja,
- dvojezično brošuro o ciljih in rešitvah projekta,
- predstavitveni video digitalne platforme, ki bodo uporabljeni na dogodkih in deljeni prek spleta.

Posebno vlogo v komunikaciji bodo imeli pilotni ukrepi, s katerimi bo projekt CLIMASAFE preveril uporabnost digitalne platforme in indeksa podnebnih tveganj v realnih okoljih. Rezultati pilotnih aktivnosti bodo služili kot temelj za pripravo informativnih gradiv, usposabljanja uporabnikov in oblikovanje priporočil za politiko. Komunikacijske aktivnosti bodo v tej fazi temeljile na pridobivanju povratnih informacij deležnikov s pomočjo anket, intervjujev in digitalnih vprašalnikov, ki bodo omogočili sprotne prilagajanje vsebin potrebam ciljnih skupin.

4. NOTRANJA KOMUNIKACIJA IN ORODJA

Notranja komunikacija v okviru projekta se nanaša na komunikacijo med člani projektne skupine in znotraj nje o dogajanju v okviru izvajanja projekta ter na vse uspehe, spremembe ali zamude, o katerih morajo biti člani skupine obveščeni. Služi za razvoj skupnega razumevanja med partnerji in dogovarjanje o načrtovanih dejavnostih, pričakovanih rezultatih in rokih.

Projektni partnerji:

- VP: Slovensko deželno gospodarsko združenje – Unione regionale economica (SGDZ – URES)
- PP1: Cluster Metalmeccanica Friuli Venezia Giulia (COMET)
- PP2: OBRTNO-PODJETNIŠKA ZBORNICA SLOVENIJE (OZS)

- PP3: E-STREAM
- PP4: Goriška Lokalna Energetska Agencija (GOLEA)
- PP5: Primorski tehnološki park (PTP)

Notranja komunikacija med partnerji bo potekala prek:

- E-pošte
- Telefonskih klicev
- Srečanj (osebno in prek spleta).

Vsi partnerji bodo imeli dostop do posodobljenega seznama vseh imen kontaktnih oseb, e-poštnih naslovov in telefonskih števil, dostopnega na Google Drive-u.

Glavna komunikacijska orodja med partnerji bodo e-pošta in video klici.

Partnerji se bodo približno vsaka dva meseca sestajali na sestankih, ki bodo sovpadala s srečanji, načrtovanimi za upravljanje in bodo tako zagotovila stalno spremljanje komunikacijskih dejavnosti in partnerjem omogočila izmenjavo mnenj, dobrih praks in njihovo posodobitev.

Za vsa vprašanja v zvezi z dejavnostjo komuniciranja bo OZS, ki je odgovorna za komunikacijo, partnerstvo obvestila o **odobritvi komunikacijskih gradiv** (npr. agende, sporočilo za javnost, plakat, roll-up...) **s strani Skupnega Sekretariata** in uporabnosti končnih gradiv.

Za izmenjavo in shranjevanje dokumentov bo partnerstvo uporabljalo spletno orodje Google Drive.

4.1 Glavna pravila za izvajanje projekta

- Jeziki projekta so italijanščina, slovenščina in angleščina.
- V primeru kakršnihkoli težav, obvestite vodilnega partnerja in vodjo delovne skupine.
- O vseh spremembah (zakoniti zastopnik, vodja projekta, telefonske številke..) obvestite vodilnega partnerja.
- Pravočasno obvestite vodilnega partnerja, vodilnega partnerja za komunikacijo (OZS) in projektne partnerje o dogodkih, ki jih organizirate.
- Če ne morete upoštevati roka, obvestite vodilnega partnerja in vodjo delovne skupine.
- Napišite kratke zapisnike spletnih sestankov.

4.2 Pravila za e-poštno korespondenco

- V zadevo vedno napišite: CLIMASAFE in glavno vprašanje.
- Za velike priloge uporabite WeTransfer ali Google Drive.
- Določite roke za naloge in 2–3 dni pred rokom pošljite opomnik.
- Pri komunikaciji o pomembnih zadevah vključite v CC vodilnega partnerja.

4.3 Shranjevanje dokumentov

Za shranjevanje dokumentov bodo projektni partnerji uporabljali platformo Google Drive.

<https://drive.google.com/drive/folders/1TjE9kFFVDFXw8h8sSq7WwER10U3KOo2>

5. ZUNANJA KOMUNIKACIJA IN PROMOCIJSKA ORODJA

Za promocijo projekta se bodo uporabljali tako spletni kot tudi tradicionalni (offline) komunikacijski kanali. Prednost bodo imeli digitalni kanali, saj omogočajo širši doseg, večjo odzivnost in so okolju prijaznejši. Digitalno komuniciranje bo strateški steber promocije rezultatov projekta. Predvideno je redno objavljane vsebin na spletnih straneh projekta in partnerjev ter družbenih omrežjih, vključno s platformami programa Interreg Italija–Slovenija in EU komunikacijskimi kanali. Tiskana gradiva bodo uporabljena le v primerih, kjer je to nujno potrebno (npr. dogodki v živo, predstavitvene brošure, plakati), z namenom zmanjšanja okoljskega odtisa projekta.

5.1 Komunikacijski paket

Koordinator za komuniciranje (OZS) bo projektnim partnerjem zagotovil komunikacijski paket, ki bo sestavljen iz različnih uporabnih komunikacijskih orodij, ki so nujna za aktivnosti komunikacije in diseminacije. Orodja bodo pripravljena v skladu s pravili – Priročnikom celostne grafične podobe za dejavnosti komuniciranja in prepoznavnosti projektov:

<https://www.ita-slo.eu/sl/celostna-graficna-podoba>
(<https://drive.google.com/drive/folders/1JJ6YWNxursW9aY-mXhC2z57jgKQKgBBt>) in bodo naložena na skupno platformo Google Drive, do katere imajo dostop vsi partnerji projekta.

V vseh komunikacijskih gradivih (plakat, roll-up, sporočilo za javnost itd.) je treba navesti povezavo na spletno mesto projekta: www.ita-slo.eu/CLIMASAFE brez navedbe jezikovne različice in protokola »http«. Pri tiskanem gradivu je treba poleg povezave dodati tudi QR kodo, ki uporabnikom omogoča neposredno povezavo do spletnega mesta.

5.2 Spletna stran projekta

Spletna stran projekta CLIMASAFE: <https://www.ita-slo.eu/sl/climasafe>, ki jo gosti program Interreg Italija-Slovenija je centralno vozlišče informacij in dostop do rezultatov projekta, napovednikov dogodkov, orodij in kontaktov. Spletna stran je pripravljena v treh jezikih: italijanskem, slovenskem in angleškem jeziku. Vsa dokumentacija, ki bo objavljena na spletni strani projekta mora biti pripravljena v italijanski, slovenski in angleški različici. Novice bodo vsaj enkrat mesečno in vsaj teden pred dejansko izvedbo aktivnosti objavljene v vseh treh predvidenih jezikih.

OZS kot koordinator komunikacijskih dejavnosti projekta je zadolžen za

- preverjanje vsebine in delovanja vseh povezav
- nalaganje informacij o napredku projekta, fotografij, novic in dogodkov.

5.3 E-novice, novice ali članek

E-novice, novice ali članki bodo vsebovali periodično obveščanje o napredku projekta CLIMASAFE, dogodkih in novih vsebinah.

Objave bodo vsebovale:

- poglobljene študije – gradivo
- novice in vabila za udeležbo na projektnih dogodkih
- novice o drugih povezanih projektnih dejavnostih (npr. sodelovanje z drugimi projekti)

Tekom projekta bo izdanih skupno 6 objav s strani vsakega partnerja, ki naj o tem obvesti vodilnega partnerja in koordinatorja komunikacije ter jima pošlje povezavo in posnetek zaslona objave. Objava naj vsebuje tudi logotip projekta in povezavo do spletne strani projekta.

5.3 Neposredni komunikacijski kanali partnerjev

Izbira kanalov in strategij razširjanja bo temeljila na njihovi sposobnosti, da učinkovito dosežejo ciljne skupine, ustrezne zainteresirane strani, oblikovalce politik in splošno javnost. Da bi zagotovili širok in raznolik doseg, bo projekt združeval tradicionalne in digitalne komunikacijske tehnike.

Vse novosti, novice in dogodki bodo objavljeni prek komunikacijskih kanalov, kot so spletna strani partnerskih podjetij projekta, revije, mailing liste, družbena omrežja, kjer bodo predstavljene dejavnosti projekta, vsebina, napredek projekta, končni rezultati in objave promocijskih vsebin. Načrtovane komunikacijske dejavnosti vključujejo tudi regionalne in čezmejne dogodke. Objava naj vsebuje tudi logotip projekta in povezavo do spletne strani projekta.

5.4 Socialna omrežja partnerjev projekta

Socialna omrežja (LinkedIn, Facebook, X, Instagram...) so pomembna za interakcijo z različnimi ciljnimi skupinami, deljenje video vsebin, dogodkov, infografik.

Socialna omrežja, ki jih posedujejo partnerji bodo omogočila odprt dialog z zainteresiranimi deležniki in promovirala projekt CLIMASAFE ter dogodke v njegovem okviru. To komunikacijsko orodje bo imelo nalogo, da zajame širok spekter uporabnikov, ki jim bo posredovalo informacije o dogodkih, pobudah, srečanjih in posameznih delovnih paketov, predvidenih v projektu.

- V besedilo vseh sporočil na družbenih omrežjih in projektnih profilih je potrebno dodati ključnik Programa **#InterregITASLO**
- Vsebina, povezana s projektom mora zagotoviti prisotnost logotipa projekta na slikah v objavah.
- Pri objavi fotografij in/ali videoposnetkov projektnih dogodkov je treba upoštevati določbe in predpise o zasebnosti (notranji organizacijski predpisi in GDPR – Uredba o varstvu podatkov 2016/679, ki ureja, kako podjetja in druge organizacije obdelujejo osebne podatke.
- Navedi podporo Programa v vsaki objavi.
- Ustvariti dvojezične vsebine v italijanščini in slovenščini.

5.5 Odnosi z javnostmi

Ker so eden od prednostnih ciljnih skupin projekta lokalni/nacionalni/mednarodni javni organi, bo upravljanje odnosov z javnostmi ključnega pomena za zagotovitev uspeha promocijskih dejavnosti. Objavljena bodo tiskovna sporočila, intervjuji s strokovnjaki in prispevki v strokovnih in splošnih medijih.

Sestavljen bo seznam deležnikov iz branže, s katerimi bo predvidena njihova neposredna udeležba prek neposrednih in formalnih komunikacij ter pošiljanje tiskovnih sporočil za obveščanje o začetku pobude, odprtju spletne platforme in dogodkih mreženja.

5.6 Dogodki

Poleg organizacije dogodkov, bo potrebna tudi priprava člankov, strokovnih prispevkov, video predstavitev in infografik za različne ravni uporabnikov.

Načrt vključuje tudi štiri ključne javne dogodke:

- **uvodna tiskovna konferenca** (AKT1.1),
- **dva spletna dogodka**: eden za predstavitev indeksa (AKT1.2, cilj 35 udeležencev) in eden za pilotne ukrepe (AKT2.2, cilj 35 udeležencev),
- **zaključni dogodek** v mešani obliki z novinarji in deležniki (AKT3.3, cilj 50 udeležencev).

Za vsak dogodek bo tiskovno gradivo sestavljeno iz:

- vabila
- dnevnega reda
- plakata
- fotografij, videoposnetkov
- seznama prisotnih
- dokumentov (koristnih za pojasnitev izvedene aktivnosti)

Vsak partner mora zagotoviti za svoje dogodke tiskovno gradivo najmanj 15 dni pred dogodkom (vabilo, program in morebitno sporočilo za javnost) in v 5 dneh po zaključku istega dogodka (seznam udeležencev, fotografije/videoposnetke, itd.).

Na vsakem dogodku za širšo javnost mora biti zagotovljeno naslednje:

- Da so besedila dvojezična v italijanščini in slovenščini, izjema je pri organizaciji dveh »zrcalnih« dogodkov, tj. dva dogodka z enako vsebino, ki potekata v Italiji in v Sloveniji. V tem primeru se lahko gradivo natisne ločeno, po en izvod za vsako jezikovno različico, vendar se mora vsebina ujemati.
- Za javnost z zagotavljanjem storitve simultane in/ali konsektivnega prevajanja v italijanski in slovenski jezik. Tolmačenje ni potrebno le v primeru izjem, ki jih predhodno odobri Skupni sekretariat in/ali so izrecno navedene v prijavnici (npr. v primeru dveh »zrcalnih« dogodkov, če se dogodek ponovi v obeh državah).
- Da je logotip projekta prisoten na vseh gradivih.
- Da je zastava Evropske unije nameščena na ustreznem podstavku. Če evropske zastave ni mogoče izobesiti, zadostuje, da se na začetku dogodka na zaslonu prikaže logotip projekta.
- Plakat in/ali roll-up projekta je treba postaviti na mesto, ki je dobro vidno javnosti.
- Da se dogodek promovira na spletni strani projekta z novico o dogodku (v italijanskem, slovenskem in angleškem jeziku) in novico po dogodku, ki vključuje tudi gradiva, predstavljena na dogodku, ter vsaj eno fotografijo izvedene dejavnosti.

Z različnimi komunikacijskimi materiali bomo nagovarjali ciljne skupine projekta znotraj in zunaj konzorcija.

6. USKLAJENA PODOBA PROJEKTA

Ker je CLIMASAFE projekt, ki ga financira Evropska unija v okviru čezmejnega programa Interreg Italia-Slovenija, morajo vsi njegovi komunikacijski materiali biti v skladu s Priročnikom celostne grafične podobe za dejavnosti komuniciranja in prepoznavnosti projektov: <https://www.ita-slo.eu/sl/celostna-graficna-podoba>
(<https://drive.google.com/drive/folders/1JJ6YWNxursW9aY-mXhC2z57jgKQKgBBt>)

Logotip je sestavljen iz osnovnega logotipa Programa in akronima projekta.

Logotip je obvezen na vseh medijih in komunikacijskih materialih in mora biti vedno viden. Postavljen naj bo **v zgornjem levem kotu**, dobro viden in berljiv v vseh velikostih.

V nadaljevanju je izvleček iz smernic za vizualno identiteto za komunikacijske in promocijske dejavnosti projektov.

Okoli logotipa mora biti **prazen prostor (zaščiten območje)**, v širini najmanj ene enote 'x' na vseh straneh.

V zaščitenem območju ne sme biti drugih grafičnih elementov ali logotipov. Zaščiten območje se upošteva tudi pri postavitvi logotipa glede na robove strani. Priporočljivo je, da se ta prostor poveča, ko je to mogoče.

Slika 4: Logotip za projekte – sestava grafičnih in besedilnih elementov, dvojezična različica

3.2 UPORABA STANDARDNEGA BARVNEGA LOGOTIPA PROJEKTA

3.2.1 STANDARDNI LOGOTIP PROJEKTA

Priporočljiva je uporaba **logotipa projekta v barvni različici** (štiribarvni), imenovanega tudi **STANDARDNI LOGOTIP PROJEKTA**, ki naj bo po možnosti uporabljen na **belem ozadju** (slika 7).



Slika 7: STANDARDNI LOGOTIP PROJEKTA, štiribarvna različica in dvojezična izjava o sofinanciranju

3.2.2 STANDARDNI LOGOTIP PROJEKTA NA BARVNIH OZADJIH

V primeru **eno- ali večbarvnih ozadij** se priporoča uporaba **štiribarvne različice STANDARDNEGA LOGOTIPA PROJEKTA**, ki se jo postavi znotraj **belega polja** (slika 8) z robom najmanj v velikosti zaščitenega območja, navedenega v tretjem odstavku.



Slika 8: STANDARDNI LOGOTIP PROJEKTA, štiribarvna različica in dvojezična izjava o sofinanciranju na barvnem ozadju

3.2.3 IZJEMNI PRIMERI UPORABE STANDARDNEGA LOGOTIPA PROJEKTA NA BARVNIH OZADJIH

V izjemnih primerih, kadar ni mogoče uporabiti belega polja na barvno ozadje, je dopustna raba različic iz slik 9 in 10.

Na **enobarvnem ozadju**, na primer oranžnem na sliki 9, se logotip »Interreg«, navedba o sofinanciranju Evropske unije, ime Programa »Italia-Slovenija« in akronim projekta navedejo v beli barvi (glej četrti odstavek o barvnih kodah). Pravokotnik Evropske zastave je obdan z belim robom v širini, ki je enaka 1/25 višine pravokotnika.



Slika 9: LOGOTIP PROJEKTA, različica za barvna ozadja in dvojezična izjava o sofinanciranju z barvnim emblemom EU

Na **sivem enobarvnem ozadju** (slika 10), se logotip »Interreg«, dvojezični zapis o sofinanciranju Evropske unije, ime Programa »Italia-Slovenija« in akronim projekta navedejo v črni barvi (glej tretji odstavek o barvnih kodah).

Evropsko zastavo se reproducira tako, da emblem tvorijo črne zvezde na beli podlagi, obdani s črnimokvirjem.

Za več informacij si oglejte odstavek 3.3.



Slika 10: LOGOTIP PROJEKTA, različica za barvna ozadja in dvojezična izjava o sofinanciranju s črno-belimi emblemom EU

3.3 UPORABA STANDARDNEGA LOGOTIPA PROJEKTA V ČRNO-BELI RAZLIČICI

Če ni mogoče uporabiti štiribarvne različice logotipa (glej odstavek 3.2), se lahko po predhodni odobritvi Skupnega sekretariata uporabijo druge različice, kot sledi.

V primeru reprodukcije v časopisih ali revijah se lahko na primer uporabi **črno-bela različica** (slika 11).

Interreg
Italia-Slovenija



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

ACRONIMO / AKRONIM

Slika 11: LOGOTIP projektov, črno-bela različica in dvojezična izjava o sofinanciranju

OUTLINE različica logotipa (slika 12), na primer za uporabo na kovinskih tablah.

Interreg
Italia-Slovenija



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

ACRONIMO / AKRONIM

Slika 12: LOGOTIP projektov, outline različica in dvojezična izjava o sofinanciranju

3.4 DRUGAČNE POSTAVITVE STANDARDNEGA LOGOTIPA PROJEKTA (IZJEME)

V IZJEMNIH primerih, kot je reprodukcija logotipa projekta pri tisku na majhnih površinah in/ali na površinah omejenih velikosti (na primer pisala, USB ključki in podobno), je po predhodni odobritvi Skupnega sekretariata mogoče uporabiti drugačne postavitve logotipa projekta, kot je prikazano na slikah 13 in 14.

Interreg
Italia-Slovenija



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

**ACRONIMO /
AKRONIM**

Slika 13: LOGOTIP projekta, štiribarvna različica in dvojezična izjava o sofinanciranju, vodoravna različica. Ta različica se lahko uporablja na primer za pisala.



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

Interreg
Italia-Slovenija

**ACRONIMO /
AKRONIM**

Slika 14: LOGOTIP projekta, štiribarvna različica in dvojezična izjava o sofinanciranju, pokončna različica. Ta različica se lahko uporablja na primer za USB ključke.

3.5 UPORABA LOGOTIPA PROJEKTA V DRUŽBENIH MEDIJIH



Profilna slika projekta mora vsebovati logotip projekta. Za odobritev drugih različic se obrnite na Skupni sekretariat.



3.6 NAJMANJŠA VELIKOST LOGOTIPA

Spodnja preglednica prikazuje najmanjše dovoljene širine logotipa glede na material, na katerem je uporabljen, da se z namenom zagotovitve berljivosti.

Nosilec ali podlaga?	Najmanjša širina logotipa
Stran A4 (210x279 mm)	38,1 mm
Stran A5 (148x210 mm)	38,1 mm
Vizitka (85x55 mm)	35,1 mm
Zaslon pametnega telefona (960x640 px)	240 px
Zaslon tablice (2014x768 px)	240 px
Zaslon prenosnega računalnika (1920x1080 px)	300 px
Zaslon namizja (2560x1440 px)	300 px
Predstavitel PowerPoint 16:9 (254x142,88 mm)	32,6 mm
Video FullHD (1920x1080 px)	300 px
Video HD (1280x720 px)	300 px
Video SD (1050x576 px)	240 px
Stran A2+	60 mm

Najmanjša dovoljena širina standardnega logotipa projekta je 38,1 mm (slika 15).

Uporaba štiribarvnega logotipa priporočena tudi pri reprodukcijah v manjši velikosti, razen izjem, ki jih vnaprej odobri Skupni sekretariat.

Pri reprodukciji v manjši velikosti se mora ohraniti kakovost logotipa, vse njegove besedilne in grafične sestavine pa morajo biti jasno razmejene in berljive.

Zlasti za točno določene predmete, kot so pisala, je zato dovoljeno uporabiti različico logotipa projekta z izjavo o sofinanciranju samo v angleščini (slika 16), v vsakem primeru pa mora to predhodno odobriti Skupni sekretariat.

← 38,1 mm →



Slika 15: LOGOTIP projekta, štiribarvna različica in dvojezična izjava o sofinanciranju - reprodukcija v manjši velikosti

← 38.1 mm →



Slika 16: LOGOTIP projekta, štiribarvna različica in izjava o sofinanciranju v angleščini - reprodukcija v manjši velikosti

7. NALOGE PARTNERJEV

Komunikacijske dejavnosti vodi OZS v sodelovanju z vodilnim partnerjem in ob njegovi podpori.

Naloga partnerjev je, da:

- v svojih prostorih obesijo promocijsko gradivo o projektu (plakate)
- obveščajo svojo mrežo o projektu prek neposrednih stikov in z vključevanjem novic o projektu v svoja glasila (vsaj eno glasilo med projektom)
- delijo objave projekta na družabnih omrežjih – 20 objav v celotnem trajanju projekta
- sodelujejo pri sestavi liste deležnikov in seznama dogodkov
- sodelujejo na dogodkih.

Koordinator komunikacijskih dejavnosti projekta – OZS v sodelovanju z vodilnim partnerjem SDGZ-URES bo odgovoren za celostno koordinacijo vseh komunikacijskih aktivnosti v okviru projekta. To vključuje upravljanje spletne strani projekta in vsebinsko usmerjanje promocijskih vsebin.

Partner COMET bo skrbel za promocijo med italijanskimi MSP-ji in usklajeval pilotne aktivnosti na italijanski strani. Poleg tega bo sodeloval pri organizaciji skupnih dogodkov in izkoriščal svojo mrežo industrijskih partnerjev za diseminacijo rezultatov.

Slovenski partnerji GOLEA, PTP in OZS bodo ključni za lokalno razširjanje informacij in promocijo rezultatov projekta v Sloveniji. Vsak od njih bo organiziral dogodke v svoji regiji in poskrbel za vključevanje MSP-jev ter drugih ciljno relevantnih deležnikov.

Partner E-STREAM in drugi italijanski partnerji bodo odgovorni za distribucijo vsebin med specifičnimi ciljnimi skupinami, nudili tehnično podporo komunikaciji ter poskrbeli za dodatno medijsko prisotnost projekta v Italiji. Prenašanje vsebin do specifičnih ciljnih skupin, tehnična podpora komunikaciji, dodatna medijska prisotnost.

Pridruženi partnerji bodo v procesu komuniciranja imeli podporno in dopolnilno vlogo, predvsem pri diseminaciji rezultatov znotraj svojih mrež. Njihova udeležba na dogodkih, deljenje komunikacijskih gradiv in vključevanje v promocijske aktivnosti bodo pripomogli k večji prepoznavnosti projekta ter krepitvi čezmejnega učinka. Njihova neposredna povezava z lokalnimi podjetji, institucijami in deležniki omogoča širši doseg in lažjo prenosljivost projektnih rezultatov. bo odgovoren za celostno koordinacijo vseh komunikacijskih aktivnosti v okviru projekta. To vključuje upravljanje spletne strani, pripravo in razpošiljanje e-novic, organizacijo uvodnega dogodka ter vsebinsko usmerjanje promocijskih vsebin.

8. KAZALNIKI SPREMLJANJA

Za zagotavljanje učinkovitosti komunikacije bodo uporabljeni ključni kazalniki uspešnosti, vključno s številom udeležencev na dogodkih, stopnjo vključenosti na

družbenih medijih, številom razdeljenih gradiv in zbranimi povratnimi informacijami. Podatki se bodo spremljali in vključevali v polletna poročila, ki bodo predložena upravljalnemu odboru. Ta pristop bo omogočil prilagajanje dejavnosti med potekom projekta, s čimer se bo izboljšala učinkovitost komunikacijskih ukrepov in spodbujala večja prepoznavnost projekta.

Da bi povečali vpliv in prepoznavnost projekta, bomo redno spremljali in ocenjevali komunikacijske dejavnosti, da bi ugotovili njihovo učinkovitost in izvedli morebitne potrebne prilagoditve.

Med glavnimi kazalniki uspešnosti digitalne prisotnosti bodo: število ogledov spletnih strani projekta, število sledilcev in objav na družbenih omrežjih (najmanj 120 objav), stopnja interakcije (všečki, komentarji, delitve) ter število prenesenih digitalnih gradiv.

Za zagotavljanje stalnega spremljanja učinkovitosti komunikacijskih aktivnosti bodo partnerji uporabljali naslednje kazalnike:

Kazalnik	Opis	Ciljna vrednost
Število obiskov spletne strani	Spremljanje zanimanja za projekt in dostop do rezultatov	/
Število naročnikov na e-novice	Merjenje dosega redne komunikacije	/
Doseg objav na družbenih omrežjih	Merjenje vidnosti vsebin	120
Število izvedenih dogodkov	Merjenje aktivnosti v živo	4
Število udeležencev dogodkov	Merjenje neposrednega dosega	120
Število izvedenih delavnic	Izvedba delavnic za spodbujanje čezmejnega sodelovanja	3 (1 FVG, 1 Slovenija, 1 Benečija)
Število udeležencev na delavnicah	Merjenje neposrednega dosega	100
Medijske objave	Prisotnost v medijih (tisk, radio, splet)	/
Skupna strategija	Podpisovanje memorandumov o soglasju ali pisem o nameri – število podpisnikov	10
Povratne informacije udeležencev	Kakovostna ocena dogodkov in materialov	/

Spremljanje bo potekalo periodično, vsaj enkrat na 6 mesecev z vmesno evalvacijo.

Dvomesečna spletna srečanja, ki bodo organizirana tako, da bodo sovpadala s srečanji, načrtovanimi za upravljanje bodo zagotovila stalno spremljanje komunikacijskih dejavnosti in partnerjem omogočila izmenjavo dobrih praks in posodobitev.

9. ČASOVNI RAZPORED KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

Časovni razpored komunikacijskih aktivnosti vključuje naslednje glavne faze:

- Faza priprave in vzpostavitve identitete (1.–3. mesec): priprava celostne vizualne podobe, spletne strani in začetnih predstavitev gradiv.
- Faza pilotnega testiranja in validacije (4.–12. mesec): izvajanje pilotnih ukrepov, zbiranje povratnih informacij, objava vmesnih rezultatov.
- Faza promocije in širjenja rezultatov (12.–18. mesec): intenzivno digitalno komuniciranje, organizacija delavnic in dogodkov.
- Faza kapitalizacije in trajnostne uporabe (19.–24. mesec): priprava informativnih paketov, predstavitve dobrih praks, objave v repozitorijih programa Interreg.

Aktivnost	Čas izvedbe	Odgovorni partner
Vzpostavitev spletne strani	Mesec 1–2	Vodilni partner
Priprava komunikacijskega načrta	Mesec 1–2	OZS + partnerji
Uvodna objava in kampanja	Mesec 3	Vsi partnerji
E-novice, novice, članki	Kontinuirano	Vsi partnerji
Aktivnosti na družbenih omrežjih	Kontinuirano	Vsi partnerji
Promocijski dogodki	Meseci 4, 8, 12, 18	Po dogovoru (lokalno)
Video vsebine in infografike	Mesec 6–18	Vsi partnerji
Zaključna konferenca in medijska kampanja	Mesec 24	Vodilni partner + gostitelj

Časovni načrt se bo po potrebi ažuriral skladno z dinamiko projekta in evalvacijami komunikacijskih rezultatov.

10. POROČANJE

Objave na družbenih omrežjih se poročajo v tabelo na skupnih mapah, kjer vsak partner poroča in deli povezave do svojih objav. Ključnega pomena je, da se vsi PP držijo tega načrta in tabelo redno posodabljaajo, da bi dosegli naše ključne kazalnike uspešnosti (KPI).

Navodila za PP:

1. Pregled odgovornosti:

- **Ustvarjanje objav:** Vsak partner je zadolžen za ustvarjanje 20 objav v celotnem trajanju projekta (od julija 2025 do maja 2027).
- **Deljenje objav:** Preostali partnerji bodo delili objave, ki jih je ustvaril dodeljeni partner. Tabela določa vlogo vsakega partnerja vsak mesec: kdo je odgovoren za ustvarjanje objave in kdo za njeno deljenje.
- **Objavljanje in deljenje:** Partnerji, odgovorni za ustvarjanje objav, morajo zagotoviti, da je njihova vsebina objavljena do določenega meseca. Vsi drugi partnerji so odgovorni za deljenje objave na svojih platformah.
- **Obveščanje drugih partnerjev:** Ko partner ustvari in objavi izvirno objavo, mora o tem obvestiti druge partnerje po e-pošti in jim posredovati povezavo do objave ter posnetek zaslona izvirne objave. To velja samo za izvirne objave, za katere je partner odgovoren. To bo drugim partnerjem omogočilo, da objavo delijo po načrtih in potrdijo, da je vsebina objavljena.

2. Kako uporabljati tabelo:

- Tabela vsebuje mesec in leto za vsako objavo ter partnerja, ki je bil dodeljen za ustvarjanje vsebine.
- Vsak mesec bo prikazal: odgovornega partnerja za ustvarjanje objave (označenega z »Izvirna objava [številka] (povezava)«) ter ostale partnerje, odgovorne za deljenje objave (označene z »Deljenje (povezava)«).
- Vsak partner mora v ustrezni stolpec tabele vnesti povezavo do objave, ki jo je ustvaril ali delil, takoj ko je naloga opravljena.

Mesec in Leto	ODGOVORNI PARTNER					
	SDG/URES	COMET	OZS	E-STREAM	GOLEA	PTP
Jun 2025	-	-	-	-	-	-
Jul 2025	Izvirna objava 1 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Avg 2025	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 2 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Sep 2025	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 3 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Okt 2025	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 4 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Nov 2025	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 5 (povezava)	Deljenje (povezava)
Dec 2025	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 6 (povezava)
Jan 2026	Izvirna objava 7 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Feb 2026	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 8 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Mar 2026	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 9 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Apr 2026	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 10 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Maj 2026	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 11 (povezava)	Deljenje (povezava)
Jun 2026	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 12 (povezava)
Jul 2026	Izvirna objava 13 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Avg 2026	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 14 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)

Sep 2026	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 15 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Okt 2026	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 16 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Nov 2026	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 17 (povezava)	Deljenje (povezava)
Dec 2026	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 18 (povezava)
Jan 2027	Izvirna objava 19 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Feb 2027	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 20 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Mar 2027	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 21 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Apr 2027	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Izvirna objava 22 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)
Maj 2027	Izvirna objava 23 (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)	Deljenje (povezava)

11. ZAKLJUČEK

Komunikacijski načrt CLIMASAFE je zasnovan kot dinamičen okvir, ki bo projektne rezultate ne le predstavil, temveč tudi aktivno prenesel v prakso. Z integriranim pristopom – kombinacijo digitalnih vsebin, javnih dogodkov, strokovnih gradiv in usposabljanj – bo omogočila široko prepoznavnost rešitev in njihovo ponovljivost v različnih gospodarskih in institucionalnih okoljih.

S stalnim spremljanjem kazalnikov uspešnosti ter prilagajanjem vsebin potrebam ciljnih skupin bo načrt prispeval k trajnostni rasti in večji odpornosti čezmejnega območja na podnebne spremembe. Vključevanje partnerjev, deležnikov in končnih uporabnikov v soustvarjanje vsebin bo okrepilo lastništvo nad rezultati ter zagotovilo njihovo uporabo tudi po zaključku projekta.

Na ta način bo CLIMASAFE dolgoročno deloval kot referenčni model za strateško upravljanje podnebnih tveganj in krepitev odpornosti MSP v regiji in širše.

V skladu s cilji projekta in programom Interreg bo načrt posebno pozornost namenil kapitalizaciji in trajnostni uporabi rezultatov. Vsa gradiva bodo dostopna v slovenščini, italijanščini in angleščini ter objavljena v programu Interreg repozitoriju vsebin in uradnih komunikacijskih kanalih.