

Komunikacijski načrt KAŠTellieri



Komunikacijski načrt KAŠTellieri

Kazalo vsebine

1. Uvod

- 1.1. Namen komunikacijskega načrta
- 1.2. Jezik
- 1.3. Postopek za odobritev komunikacijskega materiala
- 1.4. Ciljna skupina
- 1.5. Komunikacijske dejavnosti
- 1.6. Komunikacijska strategija in akcijski načrt
- 1.7. Načrtovanje projekta spremljanja
 - 1.7.1. Orodja za interno komunikacijo
 - 1.7.2. Prilagoditve in izboljšave
- 1.8. Predloge za družbena omrežja
- 1.9. Predlogi Jems

2. Pravila vizualne identitete

- 2.1. Organizacija dogodkov za širšo javnost
- 2.2. Predloge za družbena omrežja
- 2.3. Predlogi Jems

Priloga I

Priloga II

1. Uvod

Komunikacija in promocija projektnih rezultatov sta ključni del projekta KAŠTellieri, zato je potrebno zagotoviti, da se dejavnosti, viri in rezultati projekta jasno, dosledno in učinkovito poročajo zainteresiranim stranem.

Kaštelirji so starodavne utrjene strukture iz bronaste in železne dobe, ki se nahajajo predvsem v severni Italiji in na nekaterih območjih srednje Evrope. Ta naselja, značilna po krožnih ali ovalnih obrambnih zidovih, zgrajenih iz kamna in zemlje, so obdajala bivališča in skupne prostore. Njihova glavna funkcija je bila obramba, saj so varovala skupnosti pred zunanjimi napadi, hkrati pa so služila kot središča gospodarskih, družbenih in verskih dejavnosti.

Zgodovinska in arheološka vrednost: Kaštelirji so ključna priča o prazgodovinskih in zgodnesrednjeveških družbah. Raziskovanje teh naselbin omogoča arheologom, da bolje razumejo družbeno organizacijo, gradbene tehnike, gospodarske dejavnosti in obrambne strategije prebivalcev, ki so jih naseljevali.

Kulturna identiteta: Kaštelirji so sestavni del kulturne dediščine regij, v katerih se nahajajo, prispevajo k oblikovanju lokalne zgodovinske identitete in ohranjanju spomina na starodavne civilizacije.

Turizem in gospodarski razvoj: Vrednotenje kaštelirjev lahko spodbuja kulturni turizem, privablja obiskovalce, raziskovalce in ljubitelje zgodovine ter prispeva k gospodarskemu razvoju okoliških območij.

1.1. Namen Priročnika komunikacijskega načrta

Komunikacijski načrt je orodje, ki ga bo partnerstvo uporabilo za vzpostavitev skupne komunikacijske strategije, da bo čim bolj enotna in bo učinkovito dosegala ciljne skupine preko zunanje komunikacije.

Predstavljena bodo pravila, ki jih je treba upoštevati, skladno s smernicami o vizualni identiteti, ki jih zagotavlja organ upravljanja programa. Prav tako bodo določene naloge posameznih partnerjev za doseg rezultatov in širše javnosti z razpoložljivimi viri.

Komunikacijski načrt je dinamičen dokument, ki se lahko posodablja glede na potrebe projekta in predloge partnerjev. Na voljo bodo predloge za komunikacijo projekta

(npr. predloge za objave na družbenih omrežjih, ppt, itd.).

Komunikacijski načrt bo zagotovil standarde za ustrezno uporabo logotipa projekta na katerem koli komunikacijskem materialu, izdelanem za notranje ali zunanje dejavnosti projekta.

Vzpostavljena bo notranja procedura za partnerstvo, ki bo omogočala, da se preko Managerja za komunikacijo pošljejo komunikacijski materiali v odobritev JS.

Ta priročnik vsebuje seznam vseh dokumentov/datotek, ustvarjenih za projekt, splošne grafične smernice in postopke, ki jih je treba upoštevati za pridobitev odobritve za proizvedene komunikacijske materiale. Vse predloge so na voljo v skupni mapi, ki jo je ustvaril vodja komunikacije Venetian Cluster.

Povezava do skupne mape:

https://drive.google.com/drive/folders/1tl-MuY9bXoiciSX9mcXqPOjad6iA566c?usp=drive_link

V primeru, da je potrebno pripraviti dodatne dokumente/predloge, vas prosimo, da upoštevate določila tega priročnika in se posvetujete s partnersko organizacijo, pristojno za komunikacijske aktivnosti: Venetian Cluster.

Glavni splošni cilj projekta KAŠTellieri je ohraniti, ovrednotiti in zaščititi kulturno dediščino gradišč-kaštelirjev v okviru trajnostne kulturno-turistične destinacije Čezmejna Dežela prazgodovinskih gradišč – kaštelirjev Zgornjega Jadrana ter oživiti, promovirati in interpretirati izbrana gradišča skozi inovativne in trajnostno naravnane produkte čezmejnega turizma, s poudarkom na digitalizaciji, socialnem vključevanju in zelenem prehodu.

1.2. Jezik

Za komunikacijo z javnostjo moramo uporabljati oba projektna jezika, italijanščino in slovenščino. Za notranjo komunikacijo med partnerji pa je priporočljivo uporabljati angleščino, da bi olajšali komunikacijo med vsemi partnerji.

1.3. Postopek za odobritev komunikacijskih materialov

Venetian Cluster kot vodilni partner za komunikacijo bo koordiniral in nadzoroval izvajanje teh aktivnosti.

Ker je odgovoren za pripravo vsega gradiva, ki bo uporabljeno za komunikacijo

projekta KAŠTellieri, je Venetian Cluster določil postopek, ki ga morajo partnerji upoštevati pri oddaji zahtevkov za izdelavo komunikacijskega gradiva.

Venetian Cluster bo zadolžen za:

- Upravljanje spletne strani projekta in njeno posodobitev vsaj enkrat mesečno, kot zahteva JS.
- Izdelavo potrebnih komunikacijskih materialov za vse projektne aktivnosti.
- Komunikacijo z JS za odobritev komunikacijskih materialov.
- Podporo pri organizaciji dogodkov in konferenc.
- Posodabljanje projektnih informacij na socialnih omrežjih.

Vsi projektni partnerji morajo slediti naslednjim postopkom:

- Uporaba predlog, ki so bili zagotovljeni za vsako komunikacijsko aktivnost projekta.
- Pri morebitni uporabi drugačnih predlog od predpisanih, mora partner le-te poslati Vodji za komunikacijo (Communication Manager), da jih ta posreduje JS-u v odobritev. Vsi komunikacijski materiali morajo biti poslani Vodji za komunikacijo (Communication Manager) in v vednost Vodji projekta (Project Manager-ju) najmanj 20 dni pred načrtovano objavo. Razen vsebin za družabna omrežja.
- Gadgets-i morajo biti odobreni s strani JS pred tiskanjem (večji gadgets-i morajo vsebovati QR kodo spletne strani).
- Novice za objavo na spletni strani in objave za družbna omrežja morajo biti poslane Vodji za komunikacijo (Communication Manager) najmanj 6 delovnih dni pred načrtovano objavo.
- Načrtovani dogodki morajo biti sporočeni najmanj 40 delovnih dni pred dogodkom, da se zagotovi ustrezna vidljivost.
- Ob vsaki odobritvi za izdelavo gadgetov ali drugih komunikacijskih materialov je potrebno **shraniti 4 kopije, ki jih je treba poslati organu upravljanja ob zaključku projekta ter vsaj 2 kopiji za lasten arhiv.**

1.4. Ciljne skupine

Na začetku bo komunikacija osredotočena na lokalno prebivalstvo in vse dejavnosti, povezane s turizmom (npr. gostince, hotelirje itd.), da bi vedeli, da projekt namerava turistično promovirati območja, kjer se nahajajo kaštelirji, in prispevati k njihovi promociji.

V drugi fazi, ko bodo kaštelirji urejeni in primerni za turistični obisk, bo komunikacija osredotočena na turistično promocijo ter na možnosti vključevanja kaštelirjev kot postojanke v organizirane turistične ture.

Kolesarska pot Kaštelirji bo predstavljena kot produkt za množični turizem, saj je dostopna vsem, medtem ko bo petzvezdični produkt, razvit v okviru projekta, promoviran za butični turizem.

Ciljne skupine:

- **Občine in lokalni organi na projektnem območju:** Kot v prejšnjem projektu Kaštelir bodo tudi tukaj vključene druge občine in povezani organi. Ti organi so ključni akterji pri upravljanju kulturne dediščine kaštelirjev ter zagotavljanju trajnosti rezultatov projekta in razvitega gradiva.
- **Regionalni organi** (*predvsem v Italiji: Dežela Benečija in Dežela FJK*): Sodelovali bodo pri načrtovanju in izvajanju projektnih aktivnosti ter pri pripravi strategije za vzpostavitev in širitev trajnostne kulturne in turistične destinacije čezmejnega območja dežele kaštelirjev v Zgornjem Jadranu. Poleg tega bodo lahko rezultate projekta uporabili za izboljšanje svojih orodij za izvajanje politik za zaščito kulturne dediščine.
- **Akadske in raziskovalne institucije:** Oba partnerja projekta, Znanstveno-raziskovalno središče Koper (ZRS Koper) in Beneški inštitut za znanost, literaturo in umetnost, bosta prispevala k širjenju znanja drugim raziskovalnim institucijam in širši javnosti. Sodelovala bosta z drugimi akademskimi in raziskovalnimi institucijami na strokovnih konferencah ter pri raziskavah zgodovine in drugih vidikih obravnavane dediščine ter pri razvoju trajnostnih turističnih produktov.
- **Nevladne organizacije,** združenja in zasebne institucije, ki delujejo v javnem interesu in katerih delo je usmerjeno v skrb za ranljive skupine ali osebe z oviranostmi.

- **Mala in srednja podjetja (MSP)**, njihovi zaposleni in potencialni start-up podjetja, povezana z uporabo kulturne in naravne dediščine ali trajnostnega turizma.
V okviru projekta bodo organizirana usposabljanja in delavnice, posebej namenjene ponudnikom na področju trajnostnega turizma.
- **Regionalne ali lokalne razvojne agencije:** Skozi te agencije bodo vključena tudi mala in srednja podjetja, ki delujejo na področju kulturnih in ustvarjalnih industrij (ki bodo vključena v festivale in delavnice).
- **Ponudniki turističnih storitev in gostinstva:** Ti bodo vključeni kot ponudniki v vodiču in mobilni aplikaciji ter promocijskem gradivu.
- **Lokalno prebivalstvo na projektnem območju:** Vključeno bo v izvajanje usposabljanj, delavnic in čezmejnih dogodkov - festivalov ter bo imelo dostop do vseh digitalnih rezultatov (avatar Aviko, napredna virtualna platforma - turistični vodič Kastelir.eu in drugi). Lokalno prebivalstvo bo imelo korist tudi od informacijskih in interpretacijskih točk, vzpostavljenih na izbranih kaštelirjih.
- **Obiskovalci in turisti,** zlasti tisti, ki jih zanima kultura, kreativnost in izobraževanje: Ti si želijo poglobiti znanje o obiskanih krajih, njihovi kulturi, gastronomiji, zgodovini itd. Obiskovalcem in turistom bodo na voljo trajnostni čezmejni turistični produkti - petzvezdična doživetja in čezmejni kolesarski produkt - Kaštelirji Road.

1.5. Komunikacijske aktivnosti

Med projektom bodo izvedene naslednje komunikacijske aktivnosti:

- 1) Posodabljanje projektne spletne strani
- 2) Čezmejni dogodki
- 3) Izdelava brošur in promocijskega gradiva
- 4) Družbena omrežja
- 5) E-novice

1.6 Komunikacijska strategija in akcijski načrt

Kanal	Način	Časovni okvir	Pogostost	Namen
Družbena omrežja	Objava 4 prispevkov mesečno na FB in IG. Video na YT: polletno	Od septembra 2024	Tedensko	Povečati prepoznavnost kaštelirjev, najprej na lokalni ravni, nato na splošni in butični ravni
Spletna stran	Mesečne posodobitve z novicami, članki, fotografijami/video posnetki	Od septembra 2024	Mesečno	Zagotoviti, da je spletna stran zanesljiva in ažurna platforma za uporabnike
Spletni dogodki	Spletni sestanki o pomembnih temah (npr. kolesarski turizem)	Od januarja 2025	Polletno	Neposredni stik z deležniki za povečanje prepoznavnosti projekta
E-Novice	Mesečne posodobitve preko mailing liste	Od januarja 2025	Polletno	Stalno posodabljanje ključnih kontaktov
Dogodki (4)	Organizacija dogodkov za promocijo itinerarjev in dejavnosti	Od oktobra/novembra 2024	Polletno	Vključiti javnost z dogodki v živo
Služba za stike z javnostjo	Članki in intervjuji	Od septembra 2024	Četrtno	Širjenje znanja o kaštelirjih

1.7. Načrtovanje procesa spremljanja

Vsaka dva meseca morajo partnerji projekta obvestiti Venetian Cluster glede opravljenih aktivnosti, in sicer s poročili o objavah, v enotni tabeli, ki je priloga temu načrtu komuniciranja.

Vsak partner je odgovoren za zbiranje podatkov o aktivnostih, izvedenih na svojem področju dela (npr. organizirani dogodki, lokalna udeležba, izdelava promocijskega gradiva).

Vodja komunikacije (Venetian Cluster) bo imel usklajevalno vlogo pri preverjanju skladnosti izdelanih materialov in upravljanju spletne strani, ki se bo mesečno posodabljala, kot to zahteva JS.

1.7.1 Orodja za notranjo komunikacijo

Prek skupne platforme (Google Drive) lahko vsi partnerji nalagajo svoja poročila in redne posodobitve.

Vsak komunikacijski material (brošure, prispevki na družbenih omrežjih itd.) mora biti potrjen s strani vodje komunikacije pred objavo, skozi naslednje korake:

- **Ustvarjanje gradiva** v skladu z usmeritvami projekta.
- **Pošiljanje promocijskih materialov vodji komunikacije** vsaj 20 dni vnaprej.
- **Pregled** s strani vodje v 7 delovnih dneh.
- **Potrditev** ali zahteva po spremembah.
- **Arhiviranje** odobrenih materialov in **sledenje objavam**.
- **Spremljanje** uspešnosti po objavi.
- **Ocena napredka**.

Vmesna in končna ocena: izvesti pregled rezultatov na sredini in na koncu projekta, da se izmeri dejanski vpliv izvedenih ukrepov v primerjavi s postavljenimi cilji.

1.7.2 Prilagoditve in izboljšave

Reševanje težav: V primeru težav ali zamud mora spremljevalni tim analizirati razloge in predlagati korektivne ukrepe. Periodični sestanki bodo omogočili pravočasno obravnavo morebitnih težav.

Posodobitve načrta: Ker sta komunikacijski načrt in projekt kot celota dinamična, je bistveno pregledati in posodobiti načrt spremljanja, da se prilagodi spremembam ali novim potrebam, ki se pojavijo med izvajanjem.

Ti koraki bodo pomagali zagotoviti stalno spremljanje in učinkovitost rezultatov, ter zagotoviti, da projekt ostane usklajen z začetnimi cilji in da se morebitne težave obravnavajo pravočasno.

2. Pravila vizualne identitete

JS zahteva, da so vsi komunikacijski materiali odobreni z njihove strani pred objavo. Vodja komunikacije je oseba, ki bo komunicirala z JS za te zahteve in mora opraviti prvotni pregled, da zagotovi, da material sledi smernicam vizualne identitete.

2.1. Organizacija dogodkov za širšo javnost

Pri organizaciji dogodkov v okviru projekta je treba zagotoviti naslednje:

1. Dvojezičnost v italijanščini in slovenščini:

- **Tiskana in netiskana promocijska gradiva:**

Vsa promocijska gradiva, ki so izdelana v okviru projekta, morajo biti dvojezična. Če se organizirata dva "zrcalna" dogodka (tj. dogodka z enako vsebino, ki potekata v Italiji in Sloveniji), je mogoče gradivo natisniti ločeno v posamezni jezikovni različici, pri čemer mora vsebina ostati popolnoma enaka. Organizator je odgovoren za natančne in razumljive prevode.

- **Tolmačenje za javnost:**

Na dogodkih je treba zagotoviti simultano ali konsektivno tolmačenje v italijanski in slovenski jezik. Tolmačenje ni potrebno samo v izjemnih primerih, ki jih predhodno odobri Skupni sekretariat, ali če so izjemne okoliščine izrecno navedene v prijavnici (npr. pri "zrcalnih" dogodkih, kjer se dogodek ponovi v obeh državah).

2. Enakopravna udeležba Italijanov in Slovencev:

Na vseh dogodkih, financiranih iz projekta, je treba omogočiti enakovreden dostop in udeležbo v obeh jezikih. To pomeni zagotovitev simultane ali konsektivnega tolmačenja med dogodki, razen v primeru "zrcalnih" dogodkov.

3. Jasne informacije v vabilih in komunikaciji:

V vabilu na dogodek in v vseh obvestilih mora biti navedeno, kako bodo vsebine na dogodku dostopne v posameznem jeziku.

4. Dvojezičnost vsebine prosojnic:

Vse prosojnice, predstavljene na dogodku, morajo biti sočasno prikazane v obeh jezikih, italijanskem in slovenskem.

S tem se zagotavlja spoštovanje načel enakopravnosti, dostopnosti in medsebojnega razumevanja med udeleženci iz obeh jezikovnih skupin.

2.2. Predloge za družbene medije

Da bi olajšali delo partnerjev in zagotovili prepoznavnost projektnih pobud, so bili ustvarjeni grafični modeli, ki jih lahko partnerji uporabljajo za promocijo projekta. Konkretno:

- Predloga za objave na IG in FB, ki je na voljo v skupni mapi

2.3. Jems Modeli

Vsi modeli, preneseni s portala JEMS za projekt KAŠTellieri, so na voljo v skupni mapi. Seznam modelov:

- Agenda
- Sporočilo za javnost
- Nalepka za opremo
- Tablica
- Plakat
- Roll-up
- Letak
- Lista prisotnosti na dogodkih
- PowerPoint predstavitev
- Blok-Notes (promocijski izdelek)
- Mapa (promocijski izdelek)

Priloga I: Programiranje aktivnosti

- **Družbeni mediji:** Kanali projektnih partnerjev, kot so Facebook, LinkedIn in Instagram, bodo uporabljeni za vključevanje javnosti in širjenje informacij. Na družabnih medijih bodo objavljene neformalne objave, ki bo namenjen predvsem širši javnosti in prilagojene mlajši publiki. Venetian Cluster bo vsaj enkrat tedensko posodobil socialne medije z novicami in dogodki, označil partnerje in program Interreg IT-SI ter uporabil predlogo iz Canve, da ohrani ustrezno vizualno identiteto. Družbeni mediji bodo uporabljeni za širjenje vsebine, vključene v platformo.
- **Sporočila za javnost:** Za obveščanje medijev o rezultatih projekta in dogodkih. Ob približevanju glavnih rezultatov ali dogodkov, ki jih je treba sporočiti, bo pripravljeno sporočilo za javnost. Pri vseh sporočilih za javnost, bo jezik sporočila italjanski in slovenski, lahko pa je tudi še dodatno angleški ali kateri drugi tuj jezik.
- **Dogodki:** Delavnice, konference in pilotne akcije za ozaveščanje in vključevanje deležnikov. Vsaj 3 tedne pred dogodkom je treba komunicirati z odgovornim za komunikacijo in zagotoviti agendo ter sliko ali plakat dogodka. Vsak dogodek bo objavljen na spletni strani projekta čim prej.
- **E-Novice:** Redne posodobitve za deležnike in partnerje o napredku in rezultatih projekta. Vsaj 4-krat v času trajanja projekta bo ustvarjena novica z vsebinami, ki jih bodo komunicirali in delili partnerji. Vsi partnerji bodo odgovorni za deljenje novic s svojo publiko in deležniki. Jezikovna pravila so enaka kot pri sporočilih za javnost.

Aktivnosti in časovnica

Komunikacijski načrt vključuje vrsto dejavnosti, načrtovanih za celotno trajanje projekta, s specifičnimi časovnimi okviri za vsako dejavnost, da se zagotovi pravočasna in učinkovita komunikacija. Aktivnosti vključujejo:

- **Mesečne posodobitve spletne strani:** Redne posodobitve o napredku projekta in novostih.
- **Kampanje na družbenih medijih:** Tematske kampanje.
- **Sporočila za javnost:** Objave za ključne mejnike in dogodke.

- **Dogodki:** Organizirani skozi celoten projekt za vključevanje deležnikov in ozaveščanje.
- **E-Novice:** Trimesečne posodobitve za obveščanje deležnikov.
- **Letna konferenca:** Organizacija letne konference za diseminacijo projektnih rezultatov, izmenjavo idej in predstavitev dosežkov projekta.

Priloga II: Vizualna identiteta projekta