

**Interreg
Italia-Slovenija**



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

WASTE DESIGN 2.0

Komunikacijska strategija in komunikacijski načrt izvajanja projekta WASTE DESIGN 2.0

Postojna, februar 2024



VSEBINA

VSEBINA	2
1 UVOD	3
2 PREDSTAVITEV PROJEKTA	4
2.1 O PROJEKTU	4
2.1.1 OSNOVNE INFORMACIJE	4
2.1.2 CILJI	4
2.1.3 REZULTATI	5
2.2 PROJEKTNE AKTIVNOSTI	5
4 KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA PROJEKTA WASTE DESIGN 2.0	6
4.1 NAMEN IN KOMUNIKACIJSKI CILJI	7
4.2. NAČELA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE	8
4.3 VLOGA PARTNERJEV PRI KOMUNICIRANJU	8
5 KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI	8
5.1 KOMUNIKACIJSKA ORODJA	9
5.2 PROJEKTNI LOGOTIP	10
5.2 NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI	12
5.3 VSEBINSKI IN TERMINSKI NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI	22
6 EVALVACIJA REALIZACIJE IN UČINKOV IZVAJANJA KOMUNIKACIJSKEGA NAČRTA	23

1 UVOD

Komunikacija na vseh ravneh in področjih življenja je ključna za razumevanje, odnose, prepoznavnost, sodelovanje in povezovanje. Bistvenega pomena je komunikacija tudi v okviru izvajanja projektov. Dobra in učinkovita, predvsem pa skrbno načrtovana in kontinuirana komunikacija je osnova sodelovanja in ključnega pomena tudi za izvajanje čezmejnega projekta WASTE DESIGN 2.0, ki se izvaja v sklopu Programa INTERREG VI-A ITALIJA - SLOVENIJA 2021-2027.

Poleg tega je komunikacija tudi predpogoj za vse evropske programe, ki na ta način svoje rezultate ne širijo le med projektnimi partnerji ampak tudi pri občinstvu izven projektnih skupin. Komunikacija je zato sestavni del delovnih postopkov na vseh nivojih, v celotnem času trajanja projekta in skozi vse cikle izvajanja programa.

Pri tem je pomembna komunikacijska strategija, ki se osredotoča na krepitev zavesti o Programu, njegovih prednostnih oseh in možnostih sofinanciranja, na oblikovanje komunikacijskih orodij za pomoč upravičencem, kot tudi na promocijo programskih rezultatov in dosežkov.

Komunikacijska strategija za projekt WASTE DESIGN 2.0, ki je načrtovana za obdobje celotnega trajanja projekta (oktober 2023 - september 2025), vključuje namen in komunikacijske cilje, načela in vloge partnerjev pri komuniciranju, ciljne skupine, vsebinski in terminski načrt komunikacijskih aktivnosti, opredelitev kriterijev za vrednotenje, kazalnikov...

Komunikacijski akcijski načrt je namenjen ustreznemu usmerjanju vseh komunikacijskih in promocijskih dejavnosti, komunikacijski kanali in ciljne skupine pa se bodo nanje nanašali, da se zagotovi podroben načrt dejavnosti za implementacijo, ki bo v skladu s pravili EU in najboljšo prakso držav članic, ki ga izdelujejo.



2 PREDSTAVITEV PROJEKTA

2.1 O PROJEKTU

2.1.1 OSNOVNE INFORMACIJE

Naslov projekta:

RAZVOJ SKUPNIH REŠITEV IN TESTIRANJE INOVATIVNIH TEHNOLOGIJ NA PODROČJU RAVNANJA Z ODPADKI IN NJIHOVE PONOVNE UPORABE ZA SPODBUJANJE KROŽNEGA GOSPODARSTVA

Vrednost projekta:

738,982.80 eur (od tega 591,186.24 eur prispevek ESRR)

Trajanje projekta:

1.10.2023 - 30.9.2025

Partnerji v projektu:

- Občina Postojna
- Javno podjetje komunala Izola d.o.o.
- Mestna občina Nova Gorica
- Univerza IUAV iz Benetk
- Občina Devin Nabrežina

Projekt WASTE DESIGN 2.0, ki se izvaja v sklopu programa INTERREG VI-A ITALIJA - SLOVENIJA 2021-2027, se sooča s skupnim izzivom spodbujanja inovativnih zelenih tehnologij za izboljšanje varovanja okolja in učinkovite uporabe virov na področju odpadkov.

2.1.2 CILJI

Splošni cilj je racionalizacija zbiranja komunalnih odpadkov, zmanjšanje le-teh z uporabo zelenih tehnologij ter zmanjšanje proizvodnje nerazvrščenih odpadkov s povečanjem ozaveščenosti ciljnih skupin (podjetij/panožnih delavcev ter prebivalstva) o tematikah krožnega gospodarstva tudi z realizacijo novega Centra za ponovno uporabo odpadkov.

2.1.3 REZULTATI

Rezultati pilotnih študij bodo posredovani vsem subjektom, vključenim v zbiranje odpadkov. Gre za novo rešitev za izmenjavo znanja na čezmejni ravni.

1. Optimizirana inovacija na področju upravljanja s komunalnimi odpadki z uvajanjem poskusne dejavnosti na obravnavanem teritoriju.

- Vzpostavitev sistema za nadzor odstotne vrednosti napolnjenosti različnih vrst uličnih in podzemnih zbiralnikov odpadkov - ti podatki pa se bodo prenašali in beležili preko programske opreme za upravljanje. Podatki o posameznih zbiralnikih in njihova geolokacija, določena z GPS sistemom, bo omogočila optimalno ravnanje z zbranimi odpadki, dolgoročno pa bo omogočila optimizacijo: poti kamionov, ki se uporabljajo za praznjenje (z zmanjševanjem dolžine poti, emisij v ozračje, porabe goriva in hrupa); razporeditve zbiralnikov znotraj območij pokritosti; okoljskega vpliva otokov za zbiranje odpadkov (z neposrednimi posledicami na turistično privlačnost); uporabe človeških virov in opreme.
- Uvedba identifikacijskega sistema uporabnikov, kar bo omogočilo postavitve osnov za razvoj koncepta "plačam za odpadke, ki jih proizvajam".

2. Dolgoročno zmanjšanje deleža trdnih nerazvrščenih komunalnih odpadkov.

- Ozaveščanje, osredotočeno na pripravo določenih prototipov ulične opreme po načelih wastedesign-a z uporabo recikliranih materialov, ki pripomorejo k širjenju koncepta krožnega gospodarstva.
- Postavitev Centra za Ponovno Uporabo kosovnih odpadkov.

2.2 PROJEKTNE AKTIVNOSTI

Vse dejavnosti, ki se bodo odvijale znotraj vseh delovnih paketov, bodo povezovali partnerji preko komunikacijske strategije in enotne vizualne osnove (CGP). Pri vseh komunikacijskih dejavnostih bo v skladu s pravili jasno izražena podpora Evropskega sklada za regionalni razvoj iz Programa sodelovanja Interreg VI-A Italija-Slovenija za obdobje 2021-2027. Komunikacijska strategija temelji na širjenju projektnih dosežkov in na dialogu.

4 KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA PROJEKTA WASTE DESIGN 2.0

S komunikacijsko strategijo so v nadaljevanju opredeljeni komunikacijski kanali in orodja, ki se bodo odvijali v času trajanja projekta WASTE DESIGN 2.0. Pojasnjuje, kako bodo dejavnosti usklajene z zahtevami promocije in komunikacije v skladu z njenimi zastavljenimi cilji. Komunikacijska strategija projekta WASTE DESIGN 2.0 se torej izvaja tekom celotnega obdobja trajanja projekta, od 1. oktobra 2023 do 30. september 2025.

Ključni cilj projektne komunikacijske strategije je širjenje informacij, ozaveščanje in razumevanje projekta WASTE DESIGN 2.0 ter omogočanje identificiranim ciljnim skupinam razumevanje ciljev in namena projekta ter doseganje pričakovanih rezultatov na območju izvajanja projekta.

Komunikacijska strategija dodatno omogoča učinkovito širjenje informacij pri doseganju zastavljenih ciljev, ki se nanašajo na:

- večjo prepoznavnost čezmejnega območja in sodelovanja,
- izboljšanje in optimizacija ravnanja z odpadki,
- prizadevanja za trajnostni razvoj in zmanjševanje odpadkov,
- iskanje inovativnih rešitev in primerov dobrih praks,
- ozaveščanje širše javnosti.

Komunikacijska strategija prispeva k transparentnosti izvajanja in merjenju učinka projekta ter pomaga svojim partnerjem, pridruženim partnerjem in končnim uporabnikom k osveščanju njihove vloge pri regionalnem in čezmejnem razvoju.

S komunikacijsko strategijo se zagotavlja povezovanje projektnih dejavnosti, da se doseže maksimalen učinek skozi celotno trajanje projekta, zato so vanjo vključeni vsi projektni partnerji. Komunikacijska strategija bo temeljila na razširjanju rezultatov projekta in na dialogu, zajemala pa bo posnetek stanja, ciljne skupine, cilje, ključna sporočila projekta, komunikacijske dejavnosti ter merjenje uspešnosti uresničevanja ciljev.

Komuniciranje bo usmerjeno v naslednje ciljne skupine:

- organi upravljanja na vseh ravneh,
- izobraževalne in raziskovalne inštitucije,
- mala in srednja podjetja,
- interesne skupine vključno z nevladnimi organizacijami,
- lokalne skupnosti in prebivalstvo čezmejnega območja,
- splošna javnost,

- mediji,
- projektni partnerji.

4.1 NAMEN IN KOMUNIKACIJSKI CILJI

Namen komunikacijskih aktivnosti projekta WASTE DESIGN 2.0 je:

- 1) da posreduje informacije o izvajanju projekta ključnim ciljnim skupinam,
- 2) dviguje ozaveščenost in razumevanje ključnih ciljnih skupin o njenem pomenu ter
- 3) omogoča identificiranim ciljnim skupinam razumevanje ciljev projekta.

Komunikacijska strategija projekta omogoča učinkovitejše širjenje informacij o specifičnih ciljih projekta za doseg naslednjih ciljev WASTE DESIGN 2.0:

- racionalizacija zbiranja komunalnih odpadkov
- zmanjšanje odpadkov z uporabo zelenih tehnologij
- zmanjšanje proizvodnje nerazvrščenih odpadkov

Izboljšanje stanja na področju ravnanja z odpadki se bo tekom projekta skušalo doseči s ciljno in strateško komunikacijo, v katero bo vključeno:

- tesno sodelovanje, izmenjava mnenj in izkušenj ter dobrih praks med partnerji projekta preko partnerskih srečanj,
- ozaveščanje ciljnih skupin preko medijev,
- ozaveščanje lokalne skupnosti preko tiskovnih konferenc in sporočil, medijskih objav družbenih omrežij, promocijskih aktivnostih na dogodkih,
- dvig ravni znanja s pomočjo pisnih materialov, medijev, objav, promocijskih tiskovin.

Komunikacijske aktivnosti bodo prispevale k ustvarjanju primernih okoliščin za sprožanje potrebnih vedenjskih sprememb in dvig zavesti ožje in širše javnosti o pomenu ustreznega ravnanja z odpadki ter krožnega gospodarstva, tudi z realizacijo novega Centra za ponovno uporabo odpadkov. Pri tem bodo pomembno vlogo imele najpomembnejše ciljne skupine, med katerimi izstopajo mediji, lokalni prebivalci, podjetja, panožni delavci...

4.2. NAČELA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Komunikacijska strategija in vse opredeljene komunikacijske aktivnosti, ki so v njej določene, se bodo izvajale po enovitih in jasnih načelih:

- Vsi partnerji so seznanjeni z vsemi dostopnimi komunikacijskimi kanali in orodji, ki jih imajo na voljo za uporabo.
- Informacije bodo aktualne in korektne.
- Informacije bodo jasne, dostopne in razumljive.
- Prilagojenost ter relevantnost sporočil posameznim ciljnim skupinam.
- Dosledna in jasna uporaba komunikacijskih elementov.
- Vzpostavitev seznama vseh objav.
- Po potrebi se obstoječo komunikacijo nadgradi z dodatnimi elementi.

4.3 VLOGA PARTNERJEV PRI KOMUNICIRANJU

Za izvedbo projektnih dejavnosti je pomembno odgovorno in skrbno upravljanje s projektom in razdelitev posameznih dejavnosti, za katere so odgovorni naslednji partnerji:

- **Občina Postojna - vodilni partner:**
 - Koordinacija in vodenje vseh komunikacijskih aktivnosti
 - Priprava Komunikacijskega načrta
- **Ostali partnerji:**
 - Aktivno sodelovanje na projektnih dogodkih in aktivnostih ter pri vsebinah
 - Redno posredovanje novic o izvajanju projektnih aktivnosti in rezultatov za potrebe objav na različnih komunikacijskih kanalih
 - Sodelovanje in usklajevanje pri pripravi promocijskega materiala

5 KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI

V evropskih projektih sta eni izmed obveznih aktivnosti informiranje in komunikacija s partnerji, ciljnimi skupinami in širšo javnostjo, ki jim je projekt namenjen. Prav tako sta pomembna redna komunikacija in informiranje tudi s pristojnimi organi sofinancerjev projekta. S tem namenom, preko celostne grafične podobe projekta, poudarjamo kdo projekt financira in iz katerega programa, kdo v njem sodeluje,

komu je namenjen in drugo, vse to pa je oblikovano z določenimi marketinškimi in oglaševalskimi elementi.

Z namenom poenotene in prepoznavne podobe projekta javnosti se v vseh komunikacijskih aktivnostih obvezno poudarja logotip sofinancerja, tipografije, barve, postavitve podobe na promocijskih materialih, pisava in podobno. Pomembno je, da je vsako izdelano gradivo, ki predstavlja projekt, dosledno in oblikovano po vnaprej določeni celostni grafični podobi, ker se ob projektnih dejavnostih komunicira z drugimi mediji, promovira sofinancerja in izvajalce projekta ter predstavlja dejavnosti in pričakovane rezultate.

5.1 KOMUNIKACIJSKI KANALI

Vidnost in promocija projekta se bo zagotavljala preko raznolikih in načrtovanih ter skrbno pripravljenih komunikacijskih orodij in kanalov. Vse projektne aktivnosti bodo projektni partnerji komunicirali prek programske spletne strani Interreg Italia-Slovenija. Poleg tega bodo projektni partnerji za komunikacijo uporabljali svoje obstoječe projektne podstrani in socialne medije.

Za dosledno in prepoznavno komunikacijo na kanalih družbenih medijev se bodo uporabljali ključniki (hashtagi). Ti so povezani s projektom, ki odražajo teme, cilje in ključna sporočila projekta, kar uporabnikom olajša odkrivanje vsebine projekta in lažje udeleževanje. Hashtagi so odvisni od objave in morajo vključevati (vendar niso omejeni na):

	#Hashtags
Projektni hashtagi (obvezni)	#WasteDesign #InterregProgramme #InterregITASLO #AGreenerEurope #CircularEconomy #WasteManagement
Tematski hashtagi (priporočeni)	#EUprojects #EUGreenDeal #EUsustainability #ClimateNeutralEU #EUinnovations #EUNetZero #GreenEconomy #SustainabilityDevelopment #SustainabilityProjects

5.2 PROJEKTNI LOGOTIP

Celostna grafična podoba je osnova za konsistentno in enotno vizualno podobo projekta WASTE DESIGN 2.0. Najbolj znan sestavni del celostne grafične podobe je običajno logotip, ki se je vzpostavil tudi v prvi fazi komunikacijskih aktivnosti projekta WASTE DESIGN. Ta je osnova in izhodišče za izdelavo navodil za ohranjanje enotne vizualne podobe - to je glavni namen celostne grafične podobe. Celostna grafična podoba je navodilo za uporabo vizualnih elementov projekta. S tem, ko določimo osnovne vizualne elemente, omogočimo različnim izvajalcem/partnerjem, da imajo vizualno izhodišče in temelje za poenoten izgled. Osnovni vizualni elementi so pisava, barve, logotip in simboli..

Glavna izhodišča pri oblikovanju projektnega logotipa so bili projektni cilji, ki poudarjajo zmanjševanje odpadkov ter vzpostavitev urbanih elementov z uporabo odpadkov ali recikliranih materialov. Temu je sledil tudi celoten koncept komunikacijskih elementov oziroma priprava logotipa, ki ponazarja:

- Ponovno uporabo odpadkov.
- Uporabo inovativnih in zelenih tehnologij.
- Obliko.



**Interreg
Italia-Slovenija**



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

WASTE DESIGN 2.0

Izbrani projektni logotip je v skladu z ostalimi logotipi v okviru Programa INTERREG VI-A ITALIJA - SLOVENIJA 2021-2027. Ime projekta WASTE DESIGN 2.0 je obarvan v zeleno barvo, ki zaznamuje EU cilj - prehod na »bolj zeleno Evropo«(»A Greener Europe«), ki pomeni brezogljično Evropo.

**Interreg
Italia-Slovenija**



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

WASTE DESIGN 2.0

Interreg
Italia-Slovenija



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

WASTE DESIGN 2.0

5.2 NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIV



NOSTI

KOMUNIKACIJSKO ORODJE/ KANAL	AKTIVNOST IN NAMEN	ODGOVORNI PARTNER	CILJNA SKUPINA	TERMIN IZVEDBE	MERLJIVI KAZALNIKI
PRIČAKOVANE/ OBVEZNE KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI					
KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA	Posodobitev komunikacijskega načrta za projekt. Oprelitev ključnih komunikacijskih aktivnosti in način izvajanja ter namen le-teh.	Občina Postojna	• Projektni partnerji	Februar 2024	Strukturiran, aktualen in v skladu z določili projekta pripravljen dokument, ki bo vodilo izvedbe komunikacijskih aktivnosti. 1 x komunikacijski načrt



<p>SPLETNA STRAN</p>	<p>Komuniciranje osnovnih ter aktualnih informacij o projektu in njegovi izvedbi na projektni strani (www.ita-slo.eu/wastedesign) in projektni podstrani v okviru spletne strani vodilnega partnerja (Občina Postojna).</p> <p>Opredelitev vseh ključnih in aktualnih informacij v okviru projekta</p>	<p>Občina Postojna</p> <p>Sodelujejo vsi projektni partnerji.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Projektni partnerji • Lokalna skupnost • Splošna javnost • Mediji 	<p>Redno, v celotnem obdobju trajanja projekta</p>	<p>Aktualne in redne informacije na spletni strani</p> <p>2 x spletna stran z informacijami projekta</p>
----------------------	--	---	--	--	---



<p>DRUŽBENO OMREŽJE</p>	<p>Širjenje informacij o projektu - njegovi izvedbi in rezultatih, krepitev zavesti o kohezijski politiki EU...</p>	<p>Občina Postojna</p> <p>Sodelujejo vsi projektni partnerji.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Projektni partnerji • Lokalna skupnost • Splošna javnost 	<p>Redno, v celotnem obdobju trajanja projekta</p>	<p>Redne objave aktualnih aktivnosti, pridobivanje sledilcev in hitro/ ažurno širjenje/ delitev informacije. V vseh objavah z namenom deljenja na drugih straneh in profilih označujemo organizacije, posameznike, ki nastopajo ali so vsebinsko povezane z objavo.</p> <p>2 x družbeno omrežje</p>
-----------------------------	---	---	--	--	--

					(Linkedin, FB)
OZNAČEVALNI ELEMENTI	Zagotovitev projektnega plakata in promocijskega roll-upa (pingvina) za vse štiri partnerje. Širjenje informacij o projektu in promocija projekta na dogodkih, v organizacijah, na terenu.	Občina Postojna Označevalne elemente prejmejo vsi projektni partnerji.	<ul style="list-style-type: none"> • Projektni partnerji • Lokalna skupnost • Splošna javnost 	Zagotovitev/ nabava označevalnih elementov v prvem šestmesečju izvajanja projekta, sicer redna uporaba, v celotnem obdobju trajanja projekta	Dosledna uporaba označevalnih elementov pri vseh aktivnostih, ki so vezane na projekt. 4 x projektni plakat, roll up (v slovenskem in italijanskem jeziku)
PROMOCIJSKI MATERIAL	Zagotovitev promocijskih blokcev in vrečk	Občina Postojna	<ul style="list-style-type: none"> • Projektni partnerji • Lokalna 	Zagotovitev/ nabava označevalnih	Prepoznavnost in promocija projekta.



	<p>za vse štiri partnerje.</p> <p>Širjenje informacij o projektu in promocija projekta med poslovnimi partnerji, v lokalni skupnosti in širše, na dogodkih...</p>	<p>Promocijski material prejmejo vsi projektni partnerji.</p>	<p>skupnost</p> <ul style="list-style-type: none"> • Splošna javnost • Mediji 	<p>elementov v prvem šestmesečju izvajanja projekta, sicer redna uporaba, v celotnem obdobju trajanja projekta</p>	<p>2 vrsti promocijskega materiala</p>
<p>TISKAN PROMOCIJSKI MATERIAL</p>	<p>Predstavitev rezultatov in učinkov projekta ob zaključku leta ter poudarek na trajnosti rezultatov.</p>	<p>Občina Postojna</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Projektni partnerji • Lokalna skupnost • Splošna javnost • Mediji 	<p>Pred iztekom/ ob zaključku projektnih aktivnosti.</p>	<p>Širjenje rezultatov, promocija projekta, trajnost rezultatov 1 x letak in 1 x brošura (v slovenskem in italijanskem jeziku)</p>



<p>TISKANO OGLAŠEVANJE</p>	<p>Objava štirih tiskanih oglasov (2 v Sloveniji in 2 v Italiji).</p> <p>Širjenje informacij ter promocija projekta in aktivnosti v medijih, med širšo javnost.</p>	<p>Občina Postojna</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lokalna skupnost • Splošna javnost 	<p>Med in ob izteku projekta</p>	<p>Razširjanje rezultatov, promocija projekta</p> <p>4 x oglas (v slovenskem in italijanskem jeziku)</p>
<p>DOGODKI</p>	<p>Izvedba 4 dogodkov - uvodni sestanek, novinarska konferenca ob zaključku ter dva vmesna promocijska dogodka.</p> <p>Predstavitev projekta in</p>	<p>Za vsak dogodek je zadolžen en partner</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Splošna javnost • Mediji 	<p>Ob začetku in ob zaključku projekta ter dva dogodka vmes.</p>	<p>Poročilo o izvedenih dogodkih (4x)</p>



	predstavitev aktivnosti ter rezultatov projekta.				
POROČANJE	Priprava poročila o izvedenih komunikacijskih aktivnostih. Poročanje in načrtovanje komunikacijskih aktivnostih.	Občina Postojna	<ul style="list-style-type: none"> • Projektni partnerji 	Na vsakih 6 mesecev (4 x v trajanju projekta)	4 poročila o izvedenih in načrtovanih komunikacijskih aktivnostih

PRIPOROČENE/ DODATNE KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI**SPOROČILA ZA MEDIJE**

Priprava besedil za objavo v različnih medijih o projektu.

ADREMA MEDIJEV

Vsak partner bo izdelal seznam medijev, ki jih bo obveščal o pomembnih dejavnostih projekta.

VIZUALNA SPOROČILA

Fotografije o izvedenih aktivnostih, z delovnih sestankov projektnih partnerjev, splošnih vsebinah - krožno gospodarstvo...

NAGRADNE IGRE

Nagradne igre za širšo javnost se izvajajo preko socialnih omrežij. Nagradne igre bodo namenjene spodbujanju vključevanja udeležencev/ciljnih skupin iz lokalnega okolja v projektne dejavnosti.

KORISTNI NASVETI ZA UPORABNIKE

Namenu ozaveščanja občanov in širše javnosti, bodo redno vzpostavljeni splošni koristni nasveti, vezani na ravnanje odpadkov, trajnostne rešitve, krožno gospodarstvo...

FOTOGRAFSKI MATERIAL IN GRAFIKE

Fotografski material predstavlja bazo kakovostnih fotografij na temo projekta, ki je dostopna vsem projektnim partnerjem. Prav tako je smiselna priprava splošnih grafik o vsebinah projekta. To se uporablja v različnih promocijskih tiskanih materialih in digitalnih orodjih (spletne strani, družabna omrežja).

PROMOCIJSKA MAPA

Promocijska mapa, ki vsebuje osnovne informacije o projektu ter vse koristne povezave do aktualnih kanalov) se uporablja za promocijo projekta na različnih dogajanjih (sejmih, srečanjih, poslovnih sestankih).

OBČINSKA GLASILA



RADIJSKI IN VIDEO PRISPEVKI
UDELEŽBA NA PRILOŽNOSTNIH LOKALNIH DOGODKIH/ AKCIJAH
OBELEŽITEV USTREZNIH MEDNARODNIH DNEVOV

5.3 VSEBINSKI IN TERMINSKI NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

VSEBINA (KAJ?)	TERMINSKA OPREDELITEV (KDAJ?)	CILJNA PUBLIKA (KOMU?)	KOMUNIKACIJSKI KANAL/ORODJE (KJE IN KAKO?)	ODGOVORNI PARTNER (KDO?)
Splošna informacija o projektu	Prvo obdobje projekta	Splošna javnost	Spletna stran projekta, projektna podstran vodilnega partnerja, družbena omrežja Objave vizualne podobe (ime, logotip) projekta ter osnovne informacije, predstavitev projekta.	Za administracijo je odgovoren vodilni partner (Občina Postojna), sicer so vsi partnerji odgovorni za upoštevanje vizualne podobe in posredovanje aktualnih informacij o projektu v objave.
Informacija o izvajanju projekta	Oktober 2023	Splošna javnost, mediji	Spletna stran, socialna omrežja, sporočilo za medije, projektni plakat/tabla. Jasna predstavitev projekta in aktivnosti, ki se bodo v okviru tega zvrstile ter njihov namen.	Občina Postojna bo poskrbela za pripravo informacije in objavo na vseh kanalih (spletna stran, družbena omrežja) ter informacijo delila z ostalimi partnerji, ki jo bodo širili po svojih kanalih.
Informacije o aktivnostih, dogajanju v okviru projekta	Kontinuirano, v celotnem času trajanja projekta	Splošna javnost, lokalna skupnost, mediji, projektni partnerji	Spletna stran projekta, projektna podstran, socialna omrežja, sporočila za medije, promocijski material, projektni plakat, roll up, radijski in video	Za koordinacijo in vodenje komunikacijskih aktivnosti je odgovoren vodilni partner (Občina

			prispevki, tiskani oglas, občinska glasila.... Širjenje aktualnih informacij o projektu in promocija projekta, predstavitev aktivnosti in rezultatov...	Postojna), sicer vsi partnerji poročajo o svojih aktivnostih.
Zaključek projekta in rezultati projekta	Ob zaključku projekta (avgust in september 2025)	Splošna javnost, mediji	Objava v medijih, novinarska konferenca, projektni kanali (spletna stran in družbena omrežja), brošura, letak	Za koordinacijo in vodenje komunikacijskih aktivnosti je odgovoren vodilni partner (Občina Postojna), sicer sodelujejo tudi vsi ostali partnerji.
Ostale projektne aktivnosti	Kontinuirano, v celotnem času trajanja projekta	Projektni partnerji, lokalna skupnost	Redni partnerski sestanki, poročanje o izvedenih in načrtovanih komunikacijskih aktivnostih.	Koordinacijo in izvedbo promocijskih aktivnosti vodi vodilni partner (Občina Postojna)

6 EVALVACIJA REALIZACIJE IN UČINKOV IZVAJANJA KOMUNIKACIJSKEGA NAČRTA

Realizaciji in učinku komunikacijskih aktivnosti v okviru projekta WASTE DESIGN 2.0 bo možno slediti s pomočjo rednih partnerskih poročil o izvedenih komunikacijskih aktivnostih, za katere je odgovoren vodilni partner (Občina Postojna), in sicer štirikrat v celotnem trajanju projekta. O izvedbah in učinkih bo namreč poročal preostalim partnerjem na rednih partnerskih sestankih, na vsakih šest mesecev. Poročilo vsebovalo bo pregled izvedenih aktivnosti, objav, število sledilcev...

Glede na poročilo je vsakič možna ocena izvedenega in uresničenega, na podlagi komunikacijskega načrta, kar pomeni, da se lahko objektivno ovrednoti uspešnost v določenem obdobju in po možnosti sprejme odločitve za nadaljnje postopanje. Za pripravo poročila je pomembno dosledno voditi evidenco objav, slediti objavam v

medijih (kliping) ter spremljati pojavnost na družbenih omrežjih. Pri tem je ključno sodelovanje med partnerji oziroma dosledno komuniciranje preostalih projektnih partnerjev z vodilnim partnerjem, ki je koordinator in vodja komunikacijskih aktivnosti. Ob koncu projekta vodilni partner pripravi zaključno poročilo, iz katerega bo razvidno doseženo tako v zvezi s projektnimi pogoji kot tudi z organizacijo posameznih dejavnosti in komunikacijskih procesov.

Projektna aktivnost	Osnova/ kazalnik za spremljanje
Prepoznavnost projekta	Število objav na spletni strani projekta in projektni podstrani
	Število objav in aktivnosti na družbenih omrežjih
	Število objav v medijih
	Število sporočil za medije
	Število obiskov na spletni strani, število sledilcev na družbenih omrežjih
Doseganje učinkov in rezultatov projekta	Redna poročila o napredku projekta
Sodelovanje ciljnih skupin in ostalih deležnikov	Pobude za sodelovanje, odzivanje na projektne aktivnosti (objave)
Učinkovitost in uspešnost porabe finančnih sredstev	Spremljanje izvrševanje proračuna projekta
Sodelovanje projektnih partnerjev	Redna komunikacija in medsebojna obveščenost o aktivnostih v okviru projekta