

Komunikacijska strategija in komunikacijski načrt izvajanja projekta WASTE DESIGN

Postojna, januar 2022

VSEBINA

1 UVOD.....	3
2 PREDSTAVITEV PROJEKTA	4
2.1 O PROJEKTU.....	4
2.1.1 OSNOVNE INFORMACIJE.....	4
2.1.2 CILJI	5
2.1.3 REZULTATI.....	5
2.2 PROJEKTNE AKTIVNOSTI	6
2.2.1 DELOVNI SKLOPI	6
4 KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA PROJEKTA WASTE DESIGN.....	10
4.1 NAMEN IN KOMUNIKACIJSKI CILJI	10
4.2. NAČELA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE	11
4.3 VLOGA PARTNERJEV PRI KOMUNICIRANJU	11
5 KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI IN ORODJA.....	12
5.1 PROJEKTNI LOGOTIP	12
5.2 NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI	16
5.3 VSEBINSKI IN TERMINSKI NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI	21
6 EVALVACIJA REALIZACIJE IN UČINKOV IZVAJANJA KOMUNIKACIJSKEGA NAČRTA	22

1 UVOD

Komunikacija na vseh ravneh in področij 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 komunikacije je osnova sodelovanja in ključnega pomena tudi za izvajanje čezmejnega projekta Waste design.

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, ki je načrtovana za obdobje celotnega trajanja projekta (oktober 2021 - marec 2023), 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:

RABA INOVATIVNIH ZELENIH TEHNOLOGIJ ZA ZBIRANJE KOMUNALNIH ODPADKOV IN SPODBUJANJE RECIKLIRANJA

Vrednost projekta:

650.774,00 eur (od tega 553.157,90 eur prispevek ESRR)

Trajanje projekta:

1.10.2021 - 31.3.2023

Partnerji v projektu:

- Občina Postojna
- Javno podjetje Komunala Izola d.o.o. - Komunala Isola s.r.l.
- IUAV
- Isonatina ambiente S.R.L

Projekt WASTE DESIGN 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 privlačnostjo); 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 V-A Slovenija-Hrvaška za obdobje 2014-2020. Komunikacijska strategija temelji na širjenju projektних dosežkov in na dialogu.

2.2.1 DELOVNI SKLOPI

Delovni načrt vsebuje projektne dejavnosti, ki so razdeljene v 5 delovnih paketov. To so naslednji:

DS 0 PRIPRAVA PROJEKTA

Aktivnost: Pripravljalne aktivnosti za pripravo projektne prijavnice

Odgovorni partner: Občina Postojna

Trajanje: 15.1.2019 - 1.9.2022

Partnerji so opredelili cilje, dejavnosti projekta in metode čezmejnega sodelovanja, razporeditev delovne obremenitve in okrepitev sodelovanja. Vsi partnerji so aktivno sodelovali v pripravljalni fazi projekta, s tem da so prispevali potrebne podatke in informacije, vnašali spremembe in popravke. Vodilni partner je dal na razpolago svoje osebe za uskladitev pripravljalnih dejavnosti, s tem da je zbral in dopolnil podatke, ki jih je prejel od partnerjev, in pripravil splošne dele projekta, dokončni finančni načrt projekta na osnovi podatkov partnerjev in partnersko pogodbo. Poskrbel je za prevod obrazca za prijavo, za jezikovno lektoriranje in za naložitev vseh podatkov in priložene dokumentacije na platformo FEG. Ob vnovični prijavi je vodilni partner, skupaj z ostalimi partnerji, poskrbel za posodobitev projektne vloge.

DS 1 PROJEKTNO UPRAVLJANJE

Aktivnost: Koordinacija projekta

Odgovorni partner: Občina Postojna

Trajanje: 1.10.2021 - 31.3.2023

Cilj je predvsem usklajen, pravočasen in pravilen potek projekta ter usklajevanje odnosov tako med partnerstvom in Organom upravljanja (OU) programa kot med partnerji samimi. Aktivnosti predvidevajo sodelovanje vodilnega partnerja in vseh

projektnih partnerjev. Vodilni partner je odgovoren za vodenje administrativnih, finančnih in pravnih zadev partnerstva ter za tehnično in strokovno usklajevanje projekta.

Aktivnosti vodilnega partnerja zajemajo: a) vodenje projektnih aktivnosti v skladu z s projektnim predlogom, b) organizacijo rednih projektnih sestankov, c) vodenje upravnega odbora, č) zastopanje projektnih partnerjev pri OU, d) pripravo vseh projektnih poročil in drugih potrebnih dokumentov, e) redno obveščanje partnerjev o napredkih znotraj projekta, f) usklajevanje sprememb na projektu in finančnega načrta s partnerji, g) spremljanje porabe zastavljenega proračuna in stroškov glede na vrsto ter časovne razdelitve sredstev v skladu z vlogo.

Med naloge projektnih partnerjev sodijo: 1) priprava finančnih poročil o stroških in popolna odgovornost nad uporabo pridobljenih finančnih sredstev, 2) obveščanje o napredku glede na vsebine in/ali finančni okvir, obveščanje o vsakršnih okoliščinah, ki zavirajo ali preprečujejo nadaljnji potek aktivnosti projekta ali zaradi katerih bi bilo treba spreminjati pogoje, ki jih predvideva projekt, 3) priprava rednih poročil o aktivnostih tistih DS, v katere partner sodeluje, 4) sodelovanje na rednih sestankih in pri odločanju upravnega odbora.

DS 2 KOMUNIKACIJA

Aktivnost: Komunikacija

Odgovorni partner: Občina Postojna

Trajanje: 1.10.2021 - 31.3.2023

Komunikacija bo potekala na dveh nivojih (glede na dva različna cilja):

1. s tistimi, ki opravljajo dela (občinskimi in sodelujočimi podjetji na področju ravnanja z odpadki) in
2. z javnostjo in deležniki na splošno.

S spodbujanjem načel krožnega gospodarstva je cilj projekta ozaveščati o recikliranju. Za zaposlene v sektorju se bodo izvajale izobraževalne aktivnosti znotraj organizacij. Splošni javnosti bodo projekt in načela krožnega gospodarstva predstavljeni na javnih dogodkih, ki bodo organizirani v skladu z aktualnimi epidemiološkimi pogoji, in z izdelavo posebnega promocijskega gradiva.

Za organizacijo in spremljanje komunikacije ter obveščanje o dosežkih je odgovoren vodilni partner, predvsem pa je pristojen za pripravo komunikacijskega načrta, grafične podobe, projektnih dokumentov in logotipa projekta, za posodabljanje spletne strani projekta, za tiskanje promocijskih in informativnih gradiv (plakatov, zgibank, letakov) ter za organizacijo konferenc, na katerih bodo predstavljeni

doseženi rezultati. Vsi ostali partnerji so odgovorni tako za notranjo kot zunanjo komunikacijo in obveščanje. Na spletni strani bodo objavljeni rezultati pilotne aktivnosti, s čimer bodo o dosežkih obveščeni tudi izven zadevnega geografskega področja.

DS 3.1 SPLOŠNI PODATKI (OPREDELITEV PILOTNIH REŠITEV)

Aktivnost: Opredelitev pilotnih rešitev

Odgovorni partner: Javno podjetje Komunala Izola d.o.o. - Komunala Isola s.r.l.

Trajanje: 1.10.2021 - 31.6.2022

Delovni sklop se osredotoča na racionalizacijo zbiranja komunalnih odpadkov za optimalne procese recikliranja, s čimer se želi udejanjiti načela krožnega gospodarstva. Pri tem nameravajo projektni uporabiti dve inovativni tehnologiji.

1. Pilotni digitalizirani sistem za spremljanje polnosti več vrst urbanih smetnjakov.
2. Identificirana in pilotno preizkušena bo aktivnost, ki zadeva uporabo pametnih podzemnih ali delno podzemnih zbiralnic. Električno upravljanje tovrstnih smetnjakov, ki so ga patentirali v Italiji in Evropi, omogoča zaporedno upravljanje odprtih, s čimer bi zmanjšali tudi število praznjenj.

Projektni partnerju bodo preverili v katerih občinah bi bilo najbolj primerno izpeljati pilotne aktivnosti. Le-te bodo predmet študije izvedljivosti. Podzemne zbiralnice bodo ne le prikrile lepotne napake smetnjakov v starih mestnih jedrih, temveč bi zaradi večje prostornine zbiralnic zmanjšali tudi število praznjenj.

DS 3.2 SPLOŠNI PODATKI (ECODESIGN)

Aktivnost: Ecodesign

Odgovorni partner: IUAV

Trajanje: 1.10.2021 - 31.3.2023

Partnerstvo bo javnost ozaveščalo o recikliranju in ponovni uporabi odpadkov, vrednost recikliranega materiala z okoljsko zasnovanimi in privlačnimi izdelki, narejenimi iz okolju prijaznih ali recikliranih surovin. To bi dosegli s predelavo določenih vrst odpadkov v urbano opremo. Na podlagi znanj Komunale Izola, ki svoje gradbene odpadke s pomočjo preprostega postopka mletja spremeni v gramoz in ga nato ponovno uporabi za vzdrževanje zelenih površin, je želja tudi z izkušnjami IUAV opredeliti še več postopkov in materialov za izdelavo urbane opreme, začeniši z ločenim zbiranjem odpadkov. Cilj je ozaveščati javnost o priložnostih krožnega gospodarstva, kot to predvideva Akcijski načrt EU za krožno gospodarstvo in Direktiva EU 2018/851, ki promocijo krožnega gospodarstva vidita kot učinkovit način

zmanjšanja količine odpadkov v gospodinjstvih in spodbujata recikliranje. Delovni sklop predvideva tudi načrtovanje in izdelavo nekaterih prototipov urbane opreme, ki jih bodo postavili na ogled partnerji projekta. Poleg tega bo pripravljen idejni projekt za postavitev centra ponovne uporabe kosovnih odpadkov, preden so ti poslani v razgradnjo, s ciljem recikliranje še bolj približati prebivalstvu.

DS 3.3 SPLOŠNI PODATKI (IZVAJANJE PILOTNIH AKTIVNOSTI)

Aktivnost: Izvajanje pilotnih aktivnosti

Odgovorni partner: Isontina Ambiente

Trajanje: 1.4.2022 - 31.3.2023

Partnerji bodo uporabljali inovativne zelene tehnologije s ciljem izboljšanja ravnanja s komunalnimi odpadki ter preverjali tehnologiji in ju preizkusili med zbiranjem odpadkov. Uporabljeno informacijsko infrastrukturo bi v prihodnje lahko razširili še na druga področja, kot so spremljanje poplavne ogroženosti, upravljanje javne razsvetljave, merjenje kakovosti zraka ipd. Rezultati bodo na voljo tudi drugim podjetjem v sektorju, s čimer bi zagotovili popolno ponovljivost rezultatov in učinkov, predvsem pa vzpostavili območno mrežo sodelovanja med vpletenimi deležniki na področju ravnanja z odpadki. Projektni partner bo urbano opremo predstavil v svojem okolju in jo prikazal kot otipljiv primer potenciala krožnega gospodarstva. Partner bo izvedel pilotno postavitev centra ponovne uporabe odpadkov v občini Gorica.

DS 4 INVESTICIJA MANJŠEGA OBSEGA

Aktivnost: Vgradnja podzemnih otokov za zbiranje odpadkov

Odgovorni partner: Javno podjetje Komunala Izola d.o.o. - Komunala Isola s.r.l.

Trajanje: 1.10.2021 - 31.3.2023

Vodilni partner in Javno podjetje Komunala Izola d.o.o. - Komunala Isola s.r.l. bosta izvedla investicijska dela za vgradnjo podzemnega otoka za zbiranje odpadkov. Glavni cilj aktivnosti je testirati v praksi uporabo novih tehnologij za nadzor polnosti in odpiranje zabojnikov.

4 KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA PROJEKTA WASTE DESIGN

S komunikacijsko strategijo so v nadaljevanju opredeljeni komunikacijski kanali in orodja, ki se bodo odvijali v času trajanja projekta WASTE DESIGN. Pojasnjuje, kako bodo dejavnosti usklajene z zahtevami promocije in komunikacije v skladu z njenimi zastavljenimi cilji. Komunikacijska strategija projekta WASTE DESIGN se torej izvaja tekom celotnega obdobja trajanja projekta, od 1. oktobra 2021 do 31. marca 2023.

Ključni cilj projektne komunikacijske strategije je širjenje informacij, ozaveščanje in razumevanje njenega pomena 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 projektne dejavnosti, da se doseže maksimalen učinek skozi celotno trajanje projekta, zato so vanjo vključeni vsi projektne 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.

4.1 NAMEN IN KOMUNIKACIJSKI CILJI

Naloga komunikacijske strategije projekta WASTE DESIGN je, da posreduje informacije o izvajanju projekta, dviguje zavest in razumevanje širše javnosti o njenem pomenu ter omogoča identificiranim ciljnim skupinam razumevanje ciljev projekta.

Komunikacijska strategija projekta omogoča učinkovitejše širjenje informacij o specifičnih komunikacijskih ciljnih skupinah za doseg naslednjih ciljev projekta:

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

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

- tesno sodelovanje, izmenjava mnenje 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,
- vedenjske spremembe z razširjanjem projektnih dejavnosti in rezultatov ter dialoga.

Našteti komunikacijski cilji projekta bodo omogočili potrebne vedenjske spremembe 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 IN ORODJA

V evropskih projektih sta eni izmed obveznih aktivnosti informiranje in komunikacija s partnerji, ciljnim 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, postavitev 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.

Vidnost in promocija projekta se bo zagotavljala preko raznolikih in načrtovanih ter skrbno pripravljenih komunikacijskih orodij in kanalov, ki so natančneje opredeljeni v nadaljevanju.

5.1 PROJEKTNI LOGOTIP

Celostna grafična podoba je osnova za konsistentno in enotno vizualno podobo projekta Waste design. 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:

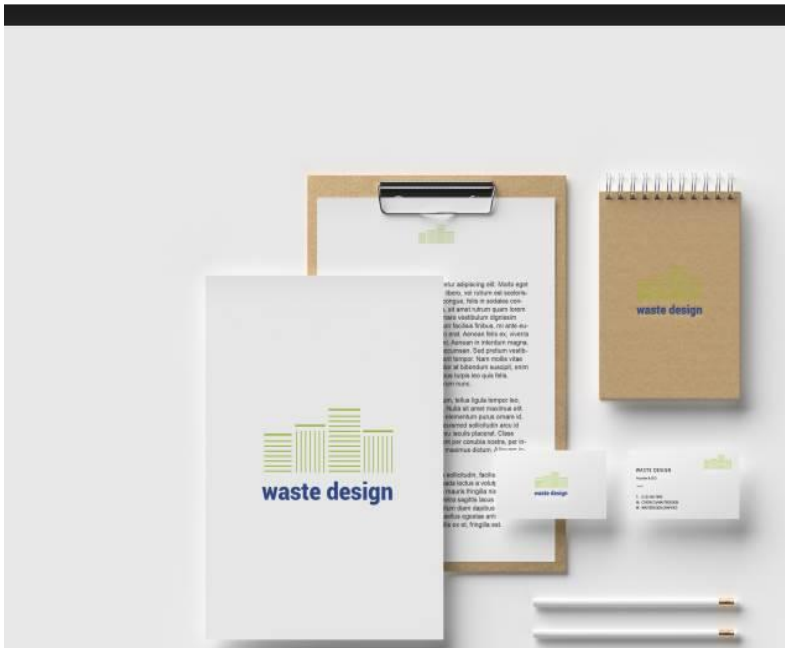
- Ponovno uporabo odpadkov.
- Uporabo inovativnih in zelenih tehnologij.
- Obliko.





Koncept izbranega projektnega logotipa temelji na ideji, ki prikazuje stabe, običajno velike proizvajalce odpadkov, za katere pa je lično in skrbno poskrbljeno in sicer so odpadki urejeni s stilskimi, inovativnimi in ličnimi smetnjaki.





5.2 NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

KOMUNIKACIJSKO ORODJE/ KANAL	AKTIVNOST IN NAMEN	ODGOVORNI PARTNER	CILJNA SKUPINA	TERMIN IZVEDBE	MERLJIVI KAZALNIKI
PRIČAKOVANE/ OBVEZNE KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI					
CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA PROJEKTA	Vzpostavitev logotipa projekta, projektnega plakata, označevalnih projektnih nalepk in ppt predstavitev. Poenotena in prepoznavna podoba projekta.	Občina Postojna Sodelujejo vsi partnerji	• Projektni partnerji	Redno, v celotnem obdobju trajanja projekta	CGP se dosledno uporablja pri vseh promocijskih sporočilih, objavah, izdelkih... 1 x logotip projekta
KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA	Priprava komunikacijskega načrta za projekt. Opredelitev ključnih komunikacijskih aktivnosti in način izvajanja ter namen le-teh.	Občina Postojna	• Projektni partnerji	Januar 2022	Strukturiran, aktualen in v skladu z določili projekta pripravljen dokument, ki bo vodilo izvedbe komunikacijskih aktivnosti. 1 x komunikacijski načrt
SPLETNA STRAN	Vzpostavitev projektne strani (www.ita-slo.eu/wastedesign) in projektne podstrani v okviru spletne strani vodilnega partnerja (Občina Postojna), ki zajemata	Občina Postojna Sodelujejo vsi projektni partnerji.	• Projektni partnerji • Lokalna skupnost • Splošna javnost • Mediji	Redno, v celotnem obdobju trajanja projekta	Aktualne in redne informacije na spletni strani 2 x spletna stran z informacijami projekta

	osnovne ter aktualne informacije o projektu in njegovi izvedbi. Opredelevitev vseh ključnih in aktualnih informacij v okviru projekta				
DRUŽBENO OMREŽJE	Vzpostavitev dveh projektnih strani/ profilov na družbenih omrežjih Instagram in Facebook . Širjenje informacij o projektu - njegovi izvedbi in rezultatih, krepitev zavesti o kohezijski politiki EU...	Občina Postojna Sodelujejo vsi projektni partnerji.	<ul style="list-style-type: none"> • Projektni partnerji • Lokalna skupnost • Splošna javnost 	Redno, v celotnem obdobju trajanja projekta	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. 2 x družbeno omrežje (TW, IG)
OZNAČEVALNI ELEMENTI	Zagotovitev projektnega plakata in promocijskega roll-upa (pingvina) za vse štiri partnerje. Širjenje informacij o	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	Dosledna uporaba označevalnih elementov pri vseh aktivnostih, ki so vezane na projekt. 4 x projektni plakat, roll up

	projektu in promocija projekta na dogodkih, v organizacijah, na terenu.			celotnem obdobju trajanja projekta	(v slovenskem in italijanskem jeziku)
PROMOCIJSKI MATERIAL	Zagotovitev promocijskih blokcev in vrečk za vse štiri partnerje. Širjenje informacij o projektu in promocija projekta med poslovnimi partnerji, v lokalni skupnosti in širše, na dogodkih...	Občina Postojna Promocijski material prejmejo vsi projektni partnerji.	<ul style="list-style-type: none"> • Projektni partnerji • Lokalna skupnost • Splošna javnost • Mediji 	Zagotovitev/ nabava označevalnih elementov v prvem šestmesečju izvajanja projekta, sicer redna uporaba, v celotnem obdobju trajanja projekta	Prepoznavnost in promocija projekta. 2 vrsti promocijskega materiala
TISKAN PROMOCIJSKI MATERIAL	Predstavitev rezultatov in učinkov projekta ob zaključku le tega ter poudarek na trajnosti rezultatov.	Občina Postojna	<ul style="list-style-type: none"> • Projektni partnerji • Lokalna skupnost • Splošna javnost • Mediji 	Pred iztekom/ ob zaključku projektnih aktivnosti.	Širjenje rezultatov, promocija projekta, trajnost rezultatov 1 x letak in 1 x brošura (v slovenskem in italijanskem jeziku)
TISKANO OGLAŠEVANJE	Objava štirih tiskanih oglasov (2 v Sloveniji in 2 v Italiji) . Širjenje informacij ter promocija projekta in aktivnosti v medijih, med širšo javnost.	Občina Postojna	<ul style="list-style-type: none"> • Lokalna skupnost • Splošna javnost 	Med in ob izteku projekta	Razširjanje rezultatov, promocija projekta 4 x oglas (v slovenskem in italijanskem jeziku)
DOGODKI	Izvedba 4 dogodkov - uvodni sestanek, novinarska konferenca ob	Za vsak dogodek je zadolžen en partner	<ul style="list-style-type: none"> • Splošna javnost • Mediji 	Ob začetku in ob zaključku projekta ter dva dogodka	Poročilo o izvedenih dogodkih (4x)

	<p>zaključku ter dva vmesna promocijska dogodka.</p> <p>Predstavitev projekta in predstavitev aktivnosti ter rezultatov projekta.</p>			vmes.	
POROČANJE	<p>Priprava poročila o izvedenih komunikacijskih aktivnostih. Poročanje in načrtovanje komunikacijskih aktivnostih.</p>	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, družbeni omrežji Instagram in Facebook Vzpostavitev strani, objave vizualne podobe (ime, logotip) projekta ter osnovne informacije, predstavitev projekta.	Za vzpostavitev in 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	Januar 2022	Splošna javnost, mediji	Spletna stran, Facebook, Instagram, sporočilo za medije, projektni plakat/tabla. Jasna predstavitev projekta in aktivnosti, ki se bodo v okviru le-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, Instagram, facebook, sporočila za medije, promocijski material, projektni plakat, roll up, radijski in video prispevki, tiskani oglas, občinska glasila.... Širjenje aktualnih informacij o projektu in promocija projekta, predstavitev aktivnosti in rezultatov...	Za koordinacijo in vodenje komunikacijskih aktivnosti je odgovoren vodilni partner (Občina Postojna), sicer vsi partnerji poročajo o svojih aktivnostih
Zaključek projekta in rezultati projekta	Ob zaključku projekta (februar in marec 2023)	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 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 bo pregled izvedenih aktivnosti, vzpostavljenih orodij in 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 Instagram in Facebook
	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