



**PRISTOP**

# Komunikacijska podpora Naturi 2000

**Komunikacijska strategija za obdobje november 2007 do december 2012  
(s predlogom stalnih aktivnosti)**

---

Ministrstvo za okolje in prostor **Naročnik**

---

Konzorcij Pristop d.o.o. **Pripravljen**

---

november 2007 **Datum**

## KAZALO

<b>1- PODLAGE ZA PRIPRAVO STRATEGIJE .....</b>	<b>2</b>
<b>2- KLJUČNE USMERITVE ZA PRIPRAVO STRATEGIJE .....</b>	<b>2</b>
2.1- Končno poročilo o izvedenih merjenjih in izpolnjevanju ciljev .....	3
2.2- Končno poročilo o projektu.....	4
<b>3- ORGANIZACIJSKA PRIPOROČILA .....</b>	<b>5</b>
3.1- Organizacija komuniciranja .....	5
3.2- Kapacitete Ministrstva za okolje in prostor .....	6
<b>4- CILJI .....</b>	<b>7</b>
<b>5 - KLJUČNE TEME.....</b>	<b>8</b>
<b>6- KLJUČNA SPOROČILA .....</b>	<b>8</b>
<b>7- CILJNE JAVNOSTI.....</b>	<b>9</b>
<b>8- KOMUNIKACIJSKA ORODJA .....</b>	<b>10</b>
8.1 - Stalne komunikacijske aktivnosti .....	10
8.2 - Predlog dodatnih aktivnosti za obdobje naslednjih pet let.....	11
<b>9- SPREMLJANJE USPEŠNOSTI KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI.....</b>	<b>12</b>
9.1- Anketa javnega mnenja .....	12
9.2- Spremljanje poročanja medijev in analize.....	13
9.3- Merjenje udeležbe, zadovoljstva in poznavanja Nature 2000 s strani komunikatorjev na rednih letnih srečanjih .....	13
9.4- Vzpostavitev letne spletne ankete za komunikatorje .....	13
<b>10- ČASOVNI POTEK AKTIVNOSTI IN OKVIRNA OCENA STROŠKOV.....</b>	<b>13</b>

## 1- PODLAGE ZA PRIPRAVO STRATEGIJE

Komunikacijska strategija za obdobje november 2007 do december 2008 s predlogom stalnih komunikacijskih aktivnosti temelji na rezultatih projekta 'Komunikacijska podpora implementaciji Nature 2000'. Ključne podlage pri pripravi strategije so bile:

- projektna organizacija komuniciranja na nacionalni ravni - predlog rešitve je nastal v okviru projekta;
- predlogi komunikatorjev, ki izhajajo iz usmerjenih intervjujev in odgovorov na vprašanja - predvsem željo po ureditvi komunikacijskih tokov med organizacijami;
- zaključno poročilo o merjenjih (predvsem rezultati obeh anket javnega mnenja, analize poročanja medijev in rezultati usmerjenih intervjujev);
- usmeritve projektnega sveta, ki so bile podane ob obravnavi osnutka končnega poročila;
- komunikacijske aktivnosti na nacionalni ravni v obdobju 2003 do 2004.

## 2- KLJUČNE USMERITVE ZA PRIPRAVO STRATEGIJE

V obdobju 2003 do 2004 so potekale komunikacijske aktivnosti za vzpostavitev mreže komunikatorjev na lokalni ravni ter vzpostavitev osnovnih organizacijskih opredelitev Nature 2000 v Sloveniji. Nadgradnjo teh temeljev je predstavljal projekt Komunikacijske podpore Naturo 2000 v Sloveniji, v okviru katerega je nastala tudi ta strategija komuniciranja.

Temeljna ideja Nature 2000 je **omrežje**, temu naj sledijo tudi komunikacijske aktivnosti v naslednjem petletnem obdobju. Tako je smiselno spodbujanje aktivnosti na način, da tudi druge organizacije prispevajo z omrežjem svojih komunikacijskih aktivnosti v Naturo 2000. Komuniciranje varstva narave tako ne more postati v celoti centraliziran sistem (varstvo narave je v dobršni meri lokalno opredeljeno glede na stanje, trende, ...) - centralizacija naj bo usmerjena le v del, ki se nanaša na usmerjanje in izmenjavo informacij.

Sporočila morajo biti **pozitivna, vendar realna** - ne smejo vzbujati nerealnih pričakovanj. Pomembno je spodbujanje širjenja dobre prakse tudi prek nagrajevanja z družbeno pozornostjo. Pomembno je, da naročnik ustvarja okolje, v katerem bo sodelovanje deležnikov (participacija) samoumeven način izvajanja organizacijskih in komunikacijskih aktivnosti. Pri tem velja izpostaviti, da za varstvo narave, posebej pa še za Naturo 2000 ni mogoče predpisati enotnega komuniciranja za več območij hkrati, ampak je predvsem pomembno, da naročnik regionalno, lokalno in v posameznih organizacijah **spodbuja iskanje pravih poti** - tako organizacijsko in komunikacijsko.

Pri pripravi strategije so bila upoštevana naslednja izhodišča:

- strategija komuniciranja vključuje organizacijska priporočila (nacionalno, regionalno, lokalno);
- opredeljuje komunikacijske poti med komunikatorji in posameznimi organizacijami;
- vključuje merjenje izvajanja komunikacijskih aktivnosti in vrednotenje po zaključenih enoletnih obdobjih ter
- strategija obravnava obdobje naslednjih petih let.

Predlagamo, da naročnik na podlagi dolgoročne strategije izdela letne komunikacijske načrte, na podlagi katerih bo izvajal in spremljal aktivnosti v posameznem letu. V nadaljevanju so navedeni kratki povzetki iz dokumentov, ki sta nastala v projektu, in sta ključna za nadaljnje načrtovanje.

## 2.1- Končno poročilo o izvedenih merjenjih in izpolnjevanju ciljev

To poročilo se je predvsem usmerilo na izpolnjevanje ciljev in uspešnosti projekta. Ne glede na to, da gre za pretekle aktivnosti, je smiseln kratek povzetek, ki hkrati podaja osnove za nadaljnje načrtovanje.

Iz **usmerjenih intervjujev** izhaja, da si komunikatorji želijo predvsem bolj natančne ureditve sistema komuniciranja, v katerega so vključeni. Tako potrebujejo organizacijske rešitve na nacionalni ravni in v organizacijah, iz katerih prihajajo. Poleg nadgrajevanja komunikacijskih veščin jih zanimajo tudi strokovne teme in izmenjava informacij o poteku aktivnosti v različnih organizacijah. Poudarjajo tudi pomen medresorskega sodelovanja - ne samo znotraj Ministrstva za okolje in prostor, pač pa tudi med ministrstvi. Na čisto operativni ravni bi si želeli baze slikovnih gradiv, ki jih lahko uporabljajo v svojih predstavitvah ter več vključevanja vsebin Nature 2000 v glasila posameznih združenj oziroma organizacij (ZOS, SOS, NVO).

*Usmeritev: izvajanje enkrat letno, možna dopolnitev ali nadomestitev z anketo prek spleta.*

Iz **ankete javnega mnenja**, ki je bila izvedena ob začetku projekta in ob njegovem zaključku, izhaja, da so se zgodili določeni pozitivni premiki. Tako več ljudi pozna Naturo 2000; manj ljudi meni, da so to območja, v katerih so prepovedane vse dejavnosti in prav tako več ljudi prepoznava pravilno vsebino Nature 2000 (omrežje zavarovanih območij - živali in rastlin). Projekt je omogočal širši nabor aktivnosti v roku enega leta, kot bo to mogoče v nadaljevanju, priporočamo pa ohranjanje tega trenda kratkoročno in postopno dvigovanje števila pravih odgovorov, kar dolgoročne aktivnosti tudi omogočajo. Posebej smiselno je nadaljevanje aktivnosti v skupinah od 18 do 24 let, med ženskami in nižje izobraženimi.

*Usmeritev: smiselno izvajati redno enkrat letno v istih terminih.*

Iz **analiz medijskega poročanja** izhaja trend dvigovanja števila objav o Naturo 2000, prav tako lahko opazimo dvigovanje števila vsebinskih objav o Naturo 2000 (objave, ki obravnavajo pomen Nature 2000), odstotek naklonjenih objav pa se v tromesečju giblje okrog 12 % števila vseh objav na posamezno tromesečje.

*Usmeritev: redno trimesečno v skrajšani različici.*

Analize **obiskanosti spletnih strani** v času trajanja projekta ni bilo mogoče izdelati zaradi tehničnih razlogov. Obiskanost pa bo v nadaljevanju mogoče spremljati z orodjem Google Analytics.

*Usmeritev: orodje omogoča sprotno spremljanje obiskanosti spletnih strani z beleženjem osnovne statistike in arhivom.*

V okviru projekta je potekalo tudi **spremljanje udeležbe komunikatorjev in zadovoljstva** s podanimi vsebinami. Za vsako srečanje je bil pripravljen poseben vprašalnik, katerega rezultati so bili predstavljeni v posameznih poročilih. Iz končnega poročila je razvidno, da se je srečanj udeležilo 138 predstavnikov (177 vabljenih) komunikatorjev z 266 udeležbami, kar je predstavlja 78 % odziv vabljenih. Udeleženci pa so izkazali tudi visoko stopnjo zadovoljstva z vsebinami in organizacijo (edinkrat je bilo nezadovoljstvo izraženo na prvem vsebinskem srečanju - 10 % udeležencev je bilo z vsebinami nezadovoljnih).

*Usmeritev: spremljanje udeležbe in zadovoljstva na vseh srečanjih komunikatorjev.*

V času projekta smo spremljali tudi **odzive na nagradne igre**. Skupno je bilo v aktivnosti nagradnih iger vključenih 1.774 posameznikov. Poleg tega glede na doseg medijev, v katerih so bile nagradne igre objavljene, lahko sklepamo še o opaženosti nagradnih iger. Ocenjujemo pa,

da je najbolj pomembno, da se take aktivnosti razvijajo tudi v nadaljevanju komuniciranja Nature 2000.

*Usmeritev: redno spremljanje vseh nadaljnjih aktivnosti.*

Merjenje izpolnjevanja ciljev je pokazalo, da so bili skoraj vsi cilji v času projekta preseženi (povečanje informiranja; povečanje razumevanja in poznavanja Nature 2000; povečanje doseganja naklonjenosti Nature 2000; doseganje podpore ter doseganje aktivnosti določenih ciljnih skupin). Smiselno je obdržati nastavljen sistem ciljev in ga nadgrajevati skladno z načrtovanimi aktivnostmi.

## **2.2- Končno poročilo o projektu**

Iz končnega poročila, izhaja, da so ključne ureditve na naslednjih področjih:

- organizacijska ureditev v projektno vodenje (opredelitev sodelovanja na nacionalni ravni med posameznimi organizacijami in prenos na regionalno raven)
- usklajevanje med različnimi viri komuniciranja, ki so sicer razpršeni in delujejo na različnih nivojih
- nadgrajevanje sistema komunikatorjev kot 'ambasadorjev' Nature 2000, pri čemer je smiselna ureditev komunikacijskih tokov
- nadgrajevanje komuniciranja s proaktivnimi aktivnostmi naročnika in vključevanjem naročnika v aktivnosti drugih organizacij

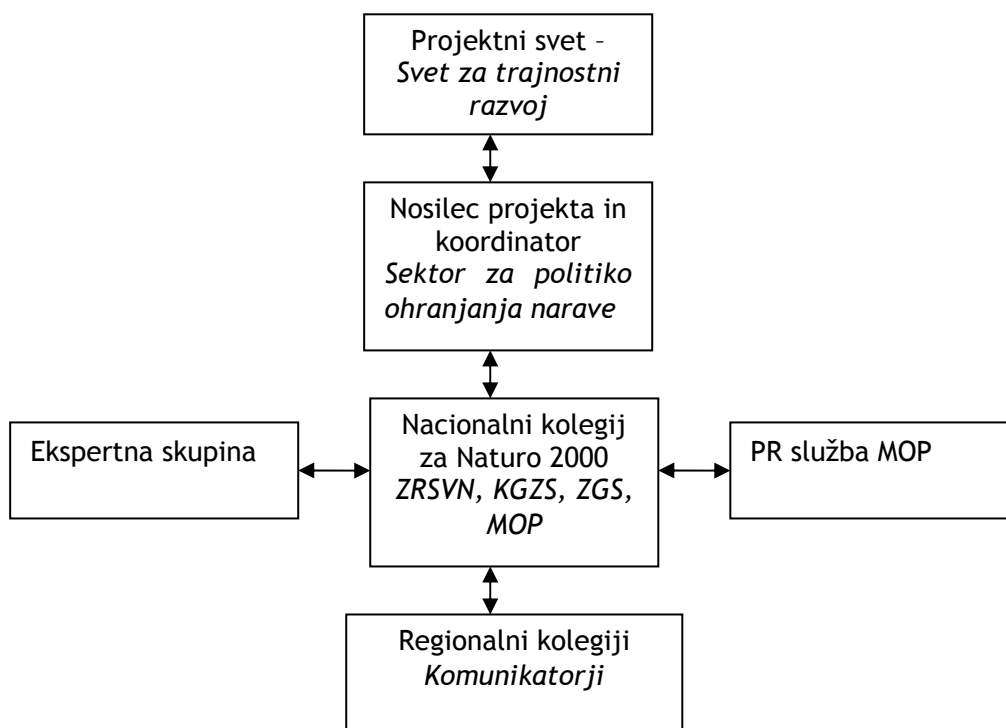
*Usmeritev: priprava rednih letnih poročil o izvedenih aktivnostih v preteklem letu z vsemi merjenji, kar bo podlaga za pripravo letnih komunikacijskih načrtov.*

### 3- ORGANIZACIJSKA PRIPOROČILA

#### 3.1- Organizacija komuniciranja

Izvajalec je v okviru projekta pripravil dokument, ki opredeljuje predlog organizacije komuniciranja in deloma tudi vsebinskih zadev na nacionalni ravni. Tako tu navajamo samo kratek povzetek z določenimi dopolnitvami, ki izhajajo iz predlogov projektne sveta in usmeritev komunikatorjev v usmerjenih intervjujih. V okviru projekta je bila predlagana spodnja organizacijska shema.

*Shematski prikaz predlagane organizacijske strukture*



Predlagamo, da v roku enega leta naročnik vzpostavi strukturo do vključno nacionalnega kolegija, v roku dveh let pa vzpostavi še regionalne kolegije.

**Projektni svet** skladno z usmeritvami naročnika predstavlja Svet za trajnostni razvoj. Iz dosedanjih izkušenj in organiziranosti komuniciranja pa izhaja, da je smiselno, da je **nosilec Sektor za politiko ohranjanja narave** v okviru Ministrstva za okolje in prostor, nosilec pa vodja sektorja. Na kratko povzemamo naloge posameznih skupin, natančneje pa so opredeljene v dokumentih, ki so na temo organizacije nastali v okviru projekta. Svet za trajnostni razvoj naj potrjuje temeljne organizacijske korake, sprotno pa naj bo seznanjen tudi s komunikacijskimi aktivnostmi naročnika - le-te oblikujeta **nosilec projekta in koordinator**. Slednja skrbita za:

- Poročanje Svetu za trajnostni razvoj in kadar je to potrebno za pripravo dokumentov, ki potrebujejo potrditev Sveta (predlagamo kratko kvartalno poročanje Svetu oziroma za to oblikovani skupini v okviru Sveta)
- Sklicevanje nacionalnega kolegija na operativni ravni za komunikacijske aktivnosti Nature 2000 (in organizacijske glede na izkazane potrebe)
- Obveščanje komunikatorjev glede aktivnosti na nacionalni ravni
- Obveščanje komunikatorjev glede usmeritev komuniciranja za posamezno leto - letne smernice za komuniciranje
- Sodelovanje s komunikatorji, ko ti izkažejo interes, oziroma ko ta interes izkaže naročnik

Vse navedene aktivnosti naročnik oziroma nosilec projekta udejanja prek članov **nacionalnega kolegija**. Ti naj se sestajajo vsaj dvakrat letno. Vključeni naj bodo predstavniki komunikatorjev ZRSVN, KGZS, ZGS in MOP v začetni fazi. Postopoma je to skupino smiselno okrepiti s predstavniki parkov in nevladnih organizacij (v roku dveh let). Pri takem sistemu velja upoštevati tudi obstoječe tokove v organizacijah, iz katerih primarno prihajajo komunikatorji (ZRSVN, KGZS, ZGS). ZRSVN ima centralno organiziran sistem - obveščanje preko predstavnice za odnose z javnostmi, KGZS ima organiziran sistem tako, da se o aktivnostih obvesti predstavnico komunikatorjev, nato pa seznanjeni z vsebinami neposredno komunikatorje; ZGS glede oblikovanja sistema še razmišlja. Predlagamo, da se v roku do dveh let skušajo oblikovati enaki sistemi sodelovanja s komunikatorji, kot ga je oblikovala KGZS (neposredno obveščanje prek napovedi ali v vednost predstavniku komunikatorjev).

Pomembna pa je tudi **možnost neposredne komunikacije med komunikatorji in ministrstvom** - izmenjava informacij, vključevanje, po potrebi sodelovanje pri posameznih programih. Predlagamo, da so osrednje osebe v organizacijah predstavniki komunikatorjev, ki se srečujejo na že omenjenih sestankih z ministrstvom vsaj dvakrat letno, ter informacije prenašajo naprej v svoje organizacije. Poleg tega pa spodbujajo tudi neposredno izmenjavo informacij z Ministrstvom za okolje in prostor.

Za samo **povezovanje med komunikatorji**, ki prihajajo iz organizacij ZRSVN, KGZS, ZGS, predlagamo, da organizacije sprejmejo dogovor o medsebojnem obveščanju. Tako bi lokalne / regionalne izpostave ene organizacije obvestile drugi dve o načrtovanih komunikacijskih aktivnostih, morebitnih projektih in organizacijskih aktivnostih. Na ta način bi lažje iskali sinergijske učinke in izmenjavali informacije. Predlagamo, da je to vmesna rešitev do izpeljave regionalnih kolegijev (skladno s predlogom organizacijskega oblikovanja komuniciranja Nature 2000 v Sloveniji).

**Za komunikatorje, ki prihajajo iz drugih organizacij** (parki, NVO, ...), predlagamo, da komuniciranje poteka do komunikatorjev neposredno z Ministrstva za okolje in prostor.

Smiselno je nadaljevati s **sektorsko krepitvijo izmenjave informacij** in usklajevanja na nacionalni ravni. Izvajalec na podlagi raziskovanja in sodelovanja v projektu priporoča predvsem **krepitev področij vodarstva, gospodarstva** (s poudarkom na usmerjanju in razvijanju turizma), **prometa ter regionalnega in lokalnega razvoja** (Služba vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko).

### 3.2- Kapacitete Ministrstva za okolje in prostor

V okviru organizacije je smiselno opredeliti tudi kapacitete Ministrstva za okolje in prostor na področju komuniciranja Nature 2000. Ocenimo lahko, da ima ministrstvo oblikovano skupino, ki skrbi za redne komunikacijske aktivnosti na področju Nature 2000 in hkrati tudi za

organizacijske aktivnosti. Glede na izkušnje v preteklem letu pa ugotavljamo, da je potreba po predvsem komunikacijskih aktivnostih bistveno večja, kot to dopuščajo možnosti znotraj ministrstva. Izvajalec zato predlaga, da ministrstvo tudi v nadaljevanju z usposobljenim zunanjim izvajalcem načrtuje in izvaja komuniciranje. Slednje je treba opredeliti predvsem na dveh področjih:

- Redna komunikacijska podpora sistemu komunikatorjev in proaktivnemu komuniciranju Nature 2000
- Vključevanje ministrstva z usmeritvami glede komuniciranja v obstoječe in načrtovane projekte ter aktivnosti drugih organizacij

Na tem področju predlagamo povabilo k oddaji ponudb za letno komuniciranje Nature 2000, ki bo vključevalo aktivnosti predvidene v tej strategiji. V drugem delu pa pripravo standardov komuniciranja Nature 2000, ki se navezujejo na komuniciranje predvsem večjih projektov (financiranih iz npr. LIFE+ mehanizma).

#### 4- CILJI

Cilji so oblikovani dolgoročno na podlagi rezultatov projekta 'Komunikacijska podpora Naturi 2000 v Sloveniji'. Predlagamo, da naročnik opredeli cilje za posamezno leto na podlagi te strategije.

##### **Informiranje o Naturi 2000:**

- dvig odstotka ljudi, ki so v Sloveniji že slišali za Naturo 2000 za 20 % (izhodiščno stanje 47 %; ciljno stanje 56,4 %)
- povečati za 10 % vsebinske objave o Naturi 2000 - objave, ki govorijo o pomenu Nature 2000 (izhodiščno stanje 45 objav; ciljno stanje 50 objav)
- povečati oziroma nadgraditi informiranje komunikatorjev o strokovnih vsebinah (opisna primerjava).

##### **Doseganje razumevanja Nature 2000:**

- povečati odstotek ljudi, ki pravilno opredelijo vsebino Nature 2000 - za 15 % (izhodiščno stanje (izhodiščno stanje 63 % tistih, ki so že slišali za Naturo 2000; ciljno stanje 73 %),
- ohranjanje pravih odgovorov v usmerjenih intervjujih glede naslednjih organizacijskih aktivnostih Ministrstva za okolje in prostor (opisna primerjava).

##### **Doseganje naklonjenosti Naturi 2000:**

- ohranjanje odstotka pozitivnih objav o Naturi 2000 v enakem deležu glede na celotno število objav (izhodiščno stanje 12 %),
- zniževanje odstotka odgovorov anketiranih o tem, da so v območju Nature 2000 prepovedane vse dejavnosti - za 22 % (izhodiščno stanje 24 %; ciljno stanje 19 %).

Enako kot v izhodišču projekta velja slediti tudi dolgoročnim ciljem:

##### **Doseganje vedenjskega namena - podpora Naturi 2000:**

- udeležba komunikatorjev na letnih srečanjih (vsaj 70 % glede na število vabljenih),
- pripravljenost organizacij, ki niso nosilci aktivnosti (npr. RZS, TZS, IzVRS, SOS, ZOS), da se vključujejo v projekte in aktivnosti (beleženje sodelovanja - opisno);



- pripravljenost déležnikov za sodelovanje na lokalnem/regionalnem nivoju (beleženje sodelovanja neposredno z ministrstvom).

#### **Doseganje aktivnosti določenih ciljnih skupin:**

- vključevanje komunikatorjev v oblikovanje vsebin na spletni strani in v eNaturi (opisno merjenje),
- vključevanje déležnikov z regionalnega/lokalnega nivoja v oblikovanje vsebin na spletni strani in eNaturi (opisno merjenje),
- vključevanje ministrstva s strani komunikatorjev v posamezne aktivnosti na nacionalnem, regionalnem in lokalnem nivoju (opisno merjenje).

## **5 - KLJUČNE TEME**

Glede na kritične teme, ki so razvidne v analizah poročanja medijev, predlagamo okrepitev komuniciranja na posameznih lokacijah - predvsem z vključevanjem aktivnosti ministrstva in iskanjem rešitev - ena izmed takih tem je na primer obvoznica v Škofljici. Druge zabeležene kritične teme pa so vezane predvsem na upravne postopke.

Teme, ki jih je treba izpostavljati - ne samo MOP, temveč sodelovanje s tistimi organizacijami, na področje katerih tema spada:

- kmetijstvo in turizem kot priložnosti na območjih Nature 2000 ,
- priložnosti razpisov in različnih virov financiranja ukrepov na območjih Nature 2000,
- financiranje razvojnih projektov regij in lokalnih skupnosti na območjih Natura 2000 (SVLR),
- pregled upravnih postopkov glede Nature 2000 (celovite presoje vplivov na okolje),
- iskanje priložnosti na osnovi primerov dobre prakse (vključevanje različnih organizacij),
- celovit pregled prek programa upravljanja - priložnosti, usmeritve, itd.

Teme lahko opredelimo samo za krajše obdobje. Zagotovo bo katera izmed navedenih tem zanimiva tudi dolgoročno - izvajalec pa ocenjuje, da so navedene teme aktualne predvsem za naslednje leto.

## **6- KLJUČNA SPOROČILA**

Osrednja sporočila, ki bi jih postavili v izhodišče vseh organizacij, ki komunicirajo Naturo 2000, se nanašajo na več sklopov, znotraj katerih so sporočila bolj natančno določena.

#### **Vrednost Nature 2000**

- Območja Nature 2000 so živa območja, ki so močno povezana z ljudmi - ljudje jim dajemo pomen.
- Natura 2000 je zrcalo kakovosti našega prostora in okolja, hkrati pa ponuja priložnosti na lokalnem in regionalnem nivoju (možnosti usklajevanja, povezovanja, iskanja skupnih rešitev o rabi prostora).

### **Priložnosti Nature 2000**

- Natura 2000 je razvojna priložnost, ki ji ljudje dajemo osrednji pomen - Natura 2000 ni samo narava, Natura 2000 so tudi ljudje.
- Natura 2000 ponuja vrsto inovativnih delovnih mest (v turizmu, kmetovanju, rekreaciji, itd).
- Natura 2000 spodbuja povezovanje in usklajevanje, iskanje boljših rešitev - tako na nacionalni kot tudi na regionalni in lokalni ravni.

Sporočila je smiselno nadgrajevati vsako leto v komunikacijskih načrtih in z njimi seznanjati tudi komunikatorje.

## **7- CILJNE JAVNOSTI**

Ciljne javnosti so opredeljene glede na ugotovitve med izvajanjem projekta in glede na dogovorjene rešitve na projektne svetu.

### **Parlament**

Po spremljanju medijev lahko opazimo zmanjševanje negativnih izjav članov parlamenta, vendar je smiselno vzpostaviti tudi neposredno komuniciranje s strani Ministrstva za okolje in prostor. Predvsem je smiselno krepiti izmenjavo informacij o dobrih praksah in statistikah glede posegov v prostor, ki so povezani z Naturo 2000.

### **Drugi sektorji (druga ministrstva)**

Glede na izhodiščne usmeritve strategije je smiselno v naslednjem letu krepiti predvsem medsektorsko sodelovanje na področju prostora, regionalne politike in lokalnega razvoja, vodarstva in prometa.

### **Komunikatorji in organizacije, iz katerih prihajajo komunikatorji**

Med ključnimi so ZRSVN, KGZS in ZGS, smiselno pa je tudi bolj aktivno vključevanje predvsem parkov in nevladnih organizacij.

### **Večji lastniki zemljišč - Sklad kmetijskih zemljišč in gozdov, RKC**

Smiselno je vzpostavljati neposrednega kontakta v naslednjem letu.

### **Občine (občinske uprave, občinski sveti, župani)**

Smiselno je nadaljevati s sodelovanjem s SOS in ZOS.

### **Mediji (posredno doseganje ključnih skupin - mladi, ženske, manj izobraženi)**

Skladno z analizo medijske potrošnje in segmentacijo na podlagi ankete javnega mnenja usmerjanje na medije, ki so pomembni za ključne ciljne skupine. Nujno je prilagajanje vsebin regionalni in lokalni ravni.

Še posebej velja zaradi doseganja specifičnih ciljnih skupin krepiti sodelovanje z naslednjimi mediji: spletni mediji (24ur.com, Najdi.si, Siol.net, Dnevnik.si, Delo.si, Vecer.si, ...), regionalni tiskani mediji, posamezni tiskani mediji z nacionalnim dosegom (Nedeljski dnevnik, Slovenske novice, Polet, Dobro jutro, Ognjišče, Žurnal, Nedelo, Kmečki glas, Cosmopolitan, Delo-maturantka, Razvedrilo, City Magazine), radio (Val 202, Radio Center), televizija (TV SLO 1 - Dobro je vedeti, Kmetijska oddaja).

## 8- KOMUNIKACIJSKA ORODJA

Vzpostavljena je osnovna delitev na stalne komunikacijske aktivnosti in na tiste, ki jih je smiselno izvajati v naslednjem letu - na podlagi uspešnosti izvedbe pa se naročnik odloči glede morebitnega dodatnega vključevanja v stalne komunikacijske aktivnosti.

### 8.1 - Stalne komunikacijske aktivnosti

#### 8.1.1- Spletno komuniciranje

Predlagamo **redno ažuriranje spletnih strani** z vedno bolj aktivnim vključevanjem komunikatorjev, dolgoročno pa tudi drugih deležnikov. Prva napoved dodatnega vključevanja je bila že posredovana s strani Zavoda RS za varstvo narave - dodatne vsebine pri predstavitev obrazov Nature 2000. Na ta način bodo komunikatorji sooblikovali spletno stran. Natura 2000 tako pridobi pri vsebini in tudi povezovanju med različnimi organizacijami.

Predlagamo tudi načrtno komuniciranje Nature 2000 na novičarskih **spletnih portalih**. Med temami za predstavitve so lahko učne in rekreacijske poti, povezane z Naturo 2000 ter posamezni informacijski centri.

Predlagamo tudi stalno **krepitev baze prejemnikov eNature ter sodelujočih pri pripravi vsebin** - prek enakih kanalov, kot je to potekalo v času projekta (delavnice, srečanja, novinarji, ki poročajo o teh vsebinah, ...). Glede na število promocijskih materialov, ki jih ima ministrstvo na razpolago, bi lahko spodbujali tudi dobre kratke zgodbe, povezane z Naturo 2000 ter prek tega nagrajevali sodelujoče pri pripravi vsebin eNature.

#### 8.1.2 - Redna letna srečanja s komunikatorji

Večina komunikatorjev je med izvajanjem projekta izrazila željo, da bi imeli redna letna srečanja. Predlagamo termin v času od januarja do marca, ko je manj terenskih aktivnosti.

Program letnih srečanj je smiselno oblikovati tako s programom strokovnih, organizacijskih in komunikacijskih vsebin. Smiselno je, da program vključuje tudi primere dobre prakse z različnih vidikov (same izvedbe projekta v prostoru, povezovanja oziroma sodelovanja med organizacijami, doprinosa strokovnega znanja in poznavanja Nature 2000). Poleg tega je smiselno, da ti programi vključujejo tudi možnost neformalnega druženja in izmenjave izkušenj. Predlagamo, da ta srečanja potekajo na različnih lokacijah izven Ljubljane in da se menjajo organizatorji teh srečanj, vsebinsko pa srečanja pripravlja MOP.

Letna srečanja naj vključujejo tudi letne smernice komuniciranja.

#### 8.1.3- Strokovne delavnice (vsaj dvakrat letno) za komunikatorje

Poleg rednih letnih srečanj, v katere so vključene tudi strokovne teme, predlagamo specializirane delavnice vsaj dvakrat letno, na katerih bodo komunikatorji bolj natančno spoznavali posamezne vsebine (npr. upravljanje voda in Natura 2000, financiranje ukrepov Nature 2000 iz različnih virov, ...).

#### 8.1.4- Dopolnjevanje priročnika za komunikatorje

Na podlagi letnih srečanj in delavnic je smiselno pripravljati dodatne module za priročnik za komunikatorje.

#### 8.1.5- Polletne informacije o Naturi 2000 za vse zaposlene v organizacijah, iz katerih prihajajo komunikatorji

Pomemben del sodelovanja s komunikatorji vključuje tudi poznavanje njihovega dela v organizacijah, iz katerih prihajajo. Tako je smiselno nadaljevati s prakso komuniciranja dela ministrstva in komunikatorjev v njihovih organizacijah skladno z ustaljeno prakso posredovanja informacij, ki je bila vzpostavljena v projektu.

#### 8.1.6- Kratke kvartalne informacije za združenji SOS in ZOS

Predlagamo pripravo kratkih kvartalnih informacij za združenji o aktivnostih glede Nature 2000. Združenji je smiselno tudi spodbujati, da informacije krožijo tudi v nasprotni smeri - da posreduje pomembne informacije za spletno stran Nature 2000.

#### 8.1.7- Kratke kvartalne informacije za medije in redne letne novinarske konference o Naturi 2000

Predlagamo pripravo kratkih kvartalnih sporočil za medije, ki povzemajo ključne organizacijske aktivnosti Ministrstva za okolje in prostor. Za novinarske konference je smiselno pripraviti tudi predstavitve primerov dobrih praks (po en primer na novinarsko konferenco) ter statistiko, kaj prinaša Natura 2000 Sloveniji (financiranje, prostorski posegi, ...). Novinarska konferenca naj bi postopoma prerasla v medsektorsko predstavitev aktivnosti Nature 2000.

#### 8.1.8 - Posredovanje informacij organizacijam iz drugih sektorjev, objava prispevkov v njihovih glasilih

Ta točka se tesno navezuje na točko 8.1.5.: na listo medijev je smiselno umestiti tudi glasila in časopise drugih organizacijah, ki že imajo vzpostavljeno infrastrukturo, npr. Ribiška zveza Slovenije, Planinska zveza Slovenije, itd.

#### 8.1.9- Baza gradiv za komunikatorje

Na podlagi usmeritev komunikatorjev predlagamo, da organizacije, iz katerih prihajajo komunikatorji, skupaj z MOP začnejo graditi bazo slikovnih gradiv, zvočnih posnetkov in video posnetkov. Tako je smiselno pri odkupovanju gradiv od avtorjev opredeliti, da bodo le-ta s primerno označbo avtorstva na razpolago komunikatorjem pri njihovih aktivnostih že v sami pogodbi.

### **8.2 - Predlog dodatnih aktivnosti za obdobje naslednjih pet let**

#### 8.2.1- Operativna priporočila za občine

V teku projekta je potekala tudi razprava med naročnikom in izvajalcem o pripravi operativnih navodil oziroma usmeritev za občine pri upravljanju Nature 2000. Zaradi spreminjanja zakonodaje to žal ni bilo izvedljivo. Je pa smiselno izvesti to aktivnost v naslednjem letu - saj bi to predstavljalo pomembno pomoč občinam pri razumevanju Nature 2000. Dokument je lahko pripravljen v elektronski obliki, o njegovi pripravi pa je smiselno obvestiti prek SOS in ZOS.

#### 8.2.2- Predstavitve dobrih praks občinam

V okviru izobraževanj, ki potekajo prek SOS in ZOS, predlagamo pripravo predstavitev primerov dobrih praks na področju varstva narave, v katere so bile vključene tudi občine (npr. prostorsko usmerjanje posegov za varstvo narave - primer občina Ig).

#### 8.2.2- Srečanje z velikimi lastniki zemljišč

Predlagamo ločena sestanka predvsem z največjima dvema lastnikoma zemljišč - Sklad kmetijskih zemljišč in gozdov ter RKC. Na prvem sestanku bi bilo pomembno, da se predstavniki Ministrstva za okolje in prostor pogovorijo s predstavniki velikih lastnikov zemljišč glede njihovih izkušenj z Naturo 2000. Na podlagi tega pa se oblikuje predlog nadaljnjih aktivnosti oziroma sodelovanja.

#### 8.2.3- Sodelovanje na Kmetijsko živilskem sejmu v Gornji Radgoni

Za razumevanje Nature 2000 je pomembno sodelovanje Ministrstva za okolje in prostor pri vsebinah na sejmu - tako na okroglih mizah kot pri predstavitev na razstavnih prostorih (smiselno v kombinaciji s Krajinskim parkom Goričko).

#### 8.2.4 - Sodelovanje na sejmu Narava-zdravje 2008

Kot nadgradnja sejmskih aktivnosti iz leta 2007 je mogoče sodelovanje na sejmu Narava-zdravje, ki bo prihodnje leto od 2. do 5. oktobra potekal s sloganom »Ohranimo zemljo!« Smiselna je kombinacija predstavitev s parki ali pa z nevladnimi organizacijami (npr. DOPPS, Združenje ekoloških kmetov Slovenije).

#### 8.2.5. - Sodelovanje z organizacijami v drugih sektorjih

Vzpostavljanje sodelovanja z RZS, PZS itd. - preko njihovih medijev, sicer pa organizirati tudi srečanje z njimi na nacionalni ravni in ugotoviti možnosti za sodelovanje na regionalni ravni. S tem lahko ministrstvo (in osrednje enote ključnih organizacij na nacionalni ravni) podkrepijo prizadevanja območnih enot na regionalni oziroma lokalni ravni.

#### 8.2.6- Letne aktivnosti za vključevanje posameznih skupin, ki so kot pomembne identificirane prek javnomnenjskih anket

Predlagamo, da naročnik v sodelovanju z zunanjim izvajalcem na letni ravni identificira aktivnosti za vključevanje posameznikov iz skupin, ki so kot pomembne za poznavanje Nature 2000 identificirane prek javnomnenjskih anket. Izvajalec ocenjuje, da vsako leto ne bo možnosti za nagradne igre prek oglaševanja, kot je bilo to izvedeno v projektu, obstajajo pa druge oblike, ki so finančno manj zahtevne za izvedbo, še vedno pa omogočajo vključevanje.

#### 8.2.7- Promocijski materiali v času predsedovanja

Naročnik bo za potrebe predsedovanja ponatisnil Spomin, ki je bil oblikovan v okviru projekta in bo hkrati omogočal tudi promocijo slovenske narave v Evropski uniji.

#### 8.2.8- Promocija Slovenije v Evropski uniji prek Nature 2000

Naročniku predlagamo, da po predsedovanju oblikuje na letni ravni tudi promocijo slovenske Nature 2000 v drugih državah Evropske unije. Glede na to, da gre za zgleden model in izvajanje komuniciranja je znanje smiselno izkoristiti tudi za promocijo Slovenije - tako vsebinsko kot na ravni strokovnosti. Predlagamo, da naročnik na letni ravni identificira strokovna srečanja, v okviru katerih bi lahko predstavili slovenski primer dobre prakse.

## **9- SPREMLJANJE USPEŠNOSTI KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI**

### **9.1- Anketa javnega mnenja (letno)**

Predlagamo redne ankete javnega mnenja v enakem obsegu (lahko tudi brez vprašanj, kako v Sloveniji varujemo naravo in kdo vodi Naturo 2000), kot je potekala v okviru projekta. Smiselno

je določiti okvirni termin, ko bo potekalo redno letno anketiranje. Izhodiščno stanje je opredeljeno z zaključno anketo javnega mnenja v okviru projekta Komunikacijska podpora izvajanju Nature 2000.

### 9.2- Spremljanje poročanja medijev in analize (dnevno spremljanje, trimesečne analize)

Smiselno je spremljanje poročanja medijev o Naturi 2000 iz več razlogov - predvsem predstavljajo bazo podatkov za pripravo vsebin, omogočajo pregled dogajanja v Sloveniji in kažejo, katere vsebine medije zanimajo. Poleg tega je smiselno pripravljati vsaj osnovno kvartalno analizo poročanja medijev o Naturi 2000 (naklonjeno, nenaklonjeno, nevtralno poročanje; vsebine).

### 9.3- Merjenje udeležbe, zadovoljstva in poznavanja Nature 2000 s strani komunikatorjev na rednih letnih srečanjih (letno)

Predlagamo merjenje zadovoljstva komunikatorjev na rednih letnih srečanjih po podobnem vzorcu, kot je bil vpeljan v času trajanja projekta - lahko s krajšim vprašalnikom, ki bo zahteval manj časa za obdelavo. Rezultati lahko predstavljajo vsebino za interno komuniciranje.

### 9.4- Vzpostavitev letne spletne ankete za komunikatorje (vzpostavitev v roku dveh let; letno)

Predlagamo, da naročnik vzpostavi letne spletne ankete za komunikatorje, ki bodo hkrati tudi usmeritve za pripravo letnih srečanj in letnih usmeritev komuniciranja.

## 10- ČASOVNI POTEK AKTIVNOSTI IN OKVIRNA OCENA STROŠKOV

	Priprave 2007	2008	2009	2010	2011	2012	Okvirna ocena materialnih stroškov v EUR za eno leto
Projektni svet, nacionalni kolegij	Vzpostavitev v 2007						V okviru MOP
Regijski kolegiji							V okviru MOP
Letni komunikacijski načrti	Enkrat letno						V okviru MOP oziroma zunanjega izvajalca
Ažuriranje spletne strani	Vsaj tedensko						V okviru MOP oziroma zunanjega izvajalca
E-Natura	Mesečno						V okviru MOP
Redna letna srečanja s		Enkrat					Do 2.500

komunikatorji		letno					EUR
Strokovne delavnice (vsaj dvakrat letno) za komunikatorje		Dvakrat letno					Do 2.500 EUR
Dopolnjevanje priročnika za komunikatorje	.						V okviru MOP oziroma zunanjega izvajalca
Polletne informacije o Naturi 2000 za vse zaposlene v organizacijah, iz katerih prihajajo komunikatorji		Dvakrat letno					V okviru MOP oziroma zunanjega izvajalca
Kratke kvartalne informacije za združenji SOS in ZOS	Štirikrat letno						V okviru MOP oziroma zunanjega izvajalca
Kratke kvartalne informacije za medije in redne letne novinarske konference o Naturi 2000		Štirikrat letno					V okviru MOP oziroma zunanjega izvajalca
Posredovanje informacij organizacijam iz drugih sektorjev, objava prispevkov v njihovih glasilih							V okviru MOP oziroma zunanjega izvajalca
Baza gradiv za komunikatorje							V okviru MOP in drugih organizacij
Operativna priporočila za občine							V okviru MOP
Predstavitve dobrih praks občinam							V okviru MOP
Srečanje z velikimi lastniki zemljišč							V okviru MOP oziroma zunanjega izvajalca
Sodelovanje na Kmetijsko živilskem sejmu v Gornji Radgoni		Enkrat letno					Do 2.500 EUR
Sodelovanje na sejmu Narava-zdravje 2008		Enkrat letno					Do 2.500 EUR
Sodelovanje z organizacijami v drugih							V okviru MOP in

sektorjih								zunanjega izvajalca
Letne aktivnosti za vključevanje posameznih skupin, ki so kot pomembne identificirane prek javnomnenjskih anket								Do 2.000 EUR
Promocijski materiali v času predsedovanja								V okviru MOP
Promocija Slovenije v Evropski uniji prek Nature 2000								V okviru MOP in zunanjega izvajalca
Anketa javnega mnenja		Enkrat letno						Do 750 EUR
Spremljanje poročanja medijev in trimesečne analize poročanja (poenostavljena verzija)	Dnevno objave, trimesečne analize							Do 4.700 EUR
Merjenje udeležbe, zadovoljstva in poznavanja Nature 2000 s strani komunikatorjev na rednih letnih srečanjih (letno)		Enkrat letno						Do 450 EUR
Vzpostavitev letne spletne ankete za komunikatorje (vzpostavitev v roku dveh let; letno)		Enkrat letno						Do 1.000 EUR

*Skupni ocenjeni letni strošek materialnih in drugih stroškov: 18.900 evrov.*

*Končna vrednost stroškov bo zagotovo nižja zaradi iskanja najugodnejših ponudb in prilagajanjem izvedbenih aktivnosti iskanju čim bolj racionalnih rešitev.*

*V te stroške niso vključeni stroški dela potencialnega zunanjega izvajalca, vkolikor bi se Ministrstvo za okolje in prostor odločilo za to možnost (opredeljeno v poglavju 3.2- Kapacitete ministrstva).*