

## Smiselni koraki pri pripravi projektnega predloga

**1.** Treba je opredeliti **problem**, ki ga bo predlog obravnaval, in opisati trenutno stanje. Prijavitelji morajo pokazati, da dobro razumejo ciljni problem, in sicer tako da ga v projektnem predlogu opišejo in količinsko predelijo na celovit in prepričljiv način (v obsegu, v katerem je to mogoče; odvisno tudi od narave in predmeta projekta). **Opis problema** mora vključevati tudi informacije o ključnih vzrokih za problem, kot tudi resnost in obseg problema.

Potem ko določijo problem, morajo prijavitelji preveriti, če je ta ciljni problem jasno povezan z evropsko okoljsko zakonodajo in politiko, predvsem s **projektnimi temami**, opredeljenimi v Večletnem delovnem programu in v poglavju 2.2 Smernic za prijavitelje. **Akcije** morajo biti poleg tega skladne s prednostnimi nalogami Sedmega okoljskega akcijskega programa.

V kolikor predlog v celoti izpolnjuje zahteve LIFE, priporočamo, da uporabite podatkovno bazo na spletni strani programa LIFE<sup>1</sup> in preverite, če so se na istem področju že izvajali podobni projekti. Prijavitelji lahko tako odkrijejo morebitne povezave, uporabijo že obstoječe znanje in uporabijo izkušnje oziroma rešitve preteklih oz./in še aktivnih projektov, npr. lahko, da je nekdo v okviru projektov LIFE že razvil tematsko zbirko podatkov oziroma platformo znanja; tako lahko prijavitelji uporabijo/gradijo na že obstoječem, namesto da začnejo od začetka.

Projektni predlog bi moral vsebovati jasno in celovito **analizo trenutne situacije** (izhodiščno stanje), in sicer v obliki okoljskih in družbenih izzivov. Opis situacije pred začetkom projekta služi tudi kot začetna točka projekta. Z izhodiščnim stanjem lahko vidimo smiselne povezave med opredeljenimi težavami, njihovimi vzroki, aktivnostmi in pričakovanimi rezultati.

Izhodiščno stanje je tudi ključnega pomena pri ocenjevanju pričakovanih vplivov in za spremljanje napredovanja projekta. Opis izhodiščnega stanja bi moral v tem obziru vključevati kvantitativne in kvalitativne podatke, tj. število nepopolnih evidenc nevarnih snovi; rezultate ankete, ki kažejo stopnjo poznavanja okoljskih upravljavcev o najboljših praksah območij Natura 2000; število bolnic, ki uporablja zelena javna naročila itn.

Izhodiščno stanje mora vključevati jasne in specifične informacije o preteklih in trenutnih projektih iz istega področja, ne glede na to, če jih vodijo prijavitelji ali ne. Predlog mora predvsem pokazati, kaj je bilo doseženo s preteklimi in/oziroma sedanjimi posegi in kakšna je dodana vrednost predloga v primerjavi z obstoječimi in/oziroma preteklimi predlogi.

V kolikor nekatere informacije niso na voljo oziroma so zastarele, lahko prijavitelji uporabijo pripravljalne akcije, s katerimi dopolnijo oz./in posodobijo izhodiščno stanje. Kljub temu pa je treba navesti ključne podatke – vsaj kvalitativne podatke –, s katerimi se dokaže potreba po projektu oziroma razloge zanj. Treba je navesti vir vseh podatkov izhodiščnega stanja.

*Primeri problemov, ki jih lahko naslavljate v okviru LIFE projektov:*

- 1) *Nezadostno zmanjševanje plastičnih odpadkov.*
- 2) *Nezadostno sodelovanje med okoljskimi inšpekcijskimi telesi, kar zmanjšuje učinkovitost.*
- 3) *Visoka umrljivost rjavega medveda zaradi krivolova.*
- 4) *Natura 2000 ni poznana in/oziroma se jo razume kot ovira za potencialen gospodarski razvoj. K temu prispeva premajhna ozaveščenost prebivalcev.*

**2.** Opredelite, **kaj bi radi dosegli** s projektom, in sicer v kolikšni meri bi razrešil obravnavan problem. Cilji, ki jih je treba doseči, morajo biti jasni, specifični in merljivi. Enostavna implementacija npr. akcije obveščanja, s katero ne dosežemo nič specifičnega in merljivega v odnosu do opredeljenega problema, še ni projektni cilj in pozitiven projektni rezultat. Merljivi

<sup>1</sup> <http://ec.europa.eu/environment/life/project/Projects/index.cfm>



dosežki imajo merljiv vpliv na odnos in vedenje, kot tudi v največji možni meri na samo okoljsko stanje.

*Primeri ciljev, ki bi jih dosegli v okviru projektov:*

- 1) Zmanjšanje nastanka plastičnih odpadkov za 10% po 3 letih, in sicer z merljivo spremembo odnosa in vedenja ciljne publike do nastajanja plastičnih odpadkov.
- 2) Izboljšana učinkovitost okoljskih inšpekcijskih pregledov z boljšim sodelovanjem med okoljskimi inšpekcijskimi organi.
- 3) Zmanjšanje krivolova na rjavega medveda za 30% po 3 letih, in sicer s pomočjo ozaveščanja, ki ima merljiv vpliv na odnos ciljne publike.
- 4) Povečana ozaveščenost prebivalstva o omrežju Natura 2000 in njihovih območjih, njihovi vrednosti, statusu itn.

**3. Opreделите, komu bo projekt namenjen.** Prijavitelji morajo v okviru projektnih ciljev dobro premisliti o izbiri ciljne publike. Pri pripravljanju strategije sta ustreznost ciljne publike (publik) za opredeljen problem, kot tudi velikost te publike, ključna vidika in morata biti dobro pojasnjena. Projekti, ki so osredotočeni izključno na lokalno raven, lahko dobijo manj točk, razen če lahko dokažejo, da imajo visoko evropsko dodano vrednost.

*Primeri ciljnih publik pri projektih:*

- 1) Splošna javnost, trgovine, podjetja za pakiranje in distributerji na ciljnem območju.
- 2) Okoljski inšpekcijski organi iz X držav članic.
- 3) Živinorejci, ki so aktivni na območju habitatov rjavega medveda.
- 4) Splošna javnost in ostali relevantni deležniki na ciljnem območju.

**4. Opreделите akcije, s katerimi bodo cilji lahko doseženi.** Vse akcije morajo biti nujne in primerne, glede na problem; poleg tega morajo biti prilagojene prepoznani ciljni publik. Pripraviti je treba jasno strategijo, ki povezuje posamezne akcije, s čimer dosežemo opredeljene cilje. Prijavitelji morajo tako pokazati, da dobro razumejo logične povezave med obravnavanim problemom, cilji, akcijami in rezultati. Prijavitelji morajo navesti tudi opis akcij, pri čemer nakažejo, kaj bo storjeno, kdo bo to storil, in kdaj (začetek, trajanje in konec); navesti morajo tudi, kje bo to storjeno in kdo bo imel koristi od akcije. Pri projektih, ki so osnovani tako, da izboljšajo ozaveščenost oziroma razumevanje ciljne publike, morajo prijavitelji pokazati, da dovolj dobro poznajo in razumejo sodobne komunikacijske tehnike, in pojasniti izbiro in relevantnost **komunikacijske mešanice**, ki se uporabi pri projektu. Izdelava podrobne **komunikacijske strategije/načrta**, ki je pripravljalna akcija za takšne projekte, je tudi nujna; ključni elementi takšne strategije morajo biti vključeni v projektni predlog.

i. Projekt naj ima tudi segment »v praksi«. Projekt ne sme biti omejen samo na razvoj orodij in metodologij, vključevati mora tudi realistično strategijo s **konkretnimi aktivnostmi, ki omogočajo prevzem in učinkovito uporabo teh orodij s strani relevantnih akterjev, in sicer v času trajanja projekta in morda tudi po zaključku projekta.**

ii. Vključite **relevantne deležnike v načrtovanje in izvajanje** projekta, s čimer izboljšate sinergije, multiplikativne učinke in uporabo projektnih rezultatov. To lahko vključuje tudi državne in lokalne oblasti, ki so zadolžene za implementacijo relevantnih vprašanj, tj. oddelek na Ministrstvu za okolje, ki je pristojen za zelena javna naročila, upravljavcev območij Natura 2000 itn.

**5. Opreделите kazalnike za monitoring pričakovanih projektnih rezultatov.** Ti kazalniki morajo biti tesno povezani s projektnimi **cilji**, pri čemer nudijo relevantne informacije o tem, kaj naj bi projekt dosegel. Kadar je možno, morajo **obveščati o okoljskih vplivih** kot tudi o **vplivu na odnos in ravnanje ciljne publike**. Učinek projekta se običajno meri v primerjavi z izhodiščnim stanjem, ki je zabeleženo pred začetkom projekta. Kazalniki, ki merijo napredek projekta (zaključene naloge/rezultati), ne zadostujejo za oceno projektnih vplivov. Prijavitelji morajo v okviru predloga





pojasniti primernost izbranih kazalnikov monitoringa učinkov in obdržani režim za monitoring učinkov.

*Primer kazalnikov učinka:*

- 1) % sprememba v ozaveščenost v primerjavi z izhodiščnim stanjem, izmerjena z anketami;
- 2) % sprememba vedenja v primerjavi z izhodiščnim stanjem (npr. tržni deleži okoljsko prijaznejših izdelkov, povečano ločeno zbiranje odpadkov, deleži okolju prijaznih izdelkov, ki jih kupujejo javni organi itn.);
- 3) sprememba uspešnosti upravljanja/praks v primerjavi z izhodiščnim stanjem (kvantitativno in kvalitativno) (npr. sprejeti okolju prijazni predpisi/rešitve/protokoli, kazensko preganjanje okoljskih zločinov, okrepljeno sodelovanje upravnih akterjev itn.);
- 4) sprememba okoljskega statusa (npr. kakovost vode/zraka/prsti, ustavljeno manjšanje biotske raznovrstnosti, manjša količina morskih odpadkov na danem območju itn.).

Prijavitelji naj razvijejo skupek specifičnih kazalnikov učinka, ki kar najbolje ustrezajo njihovemu projektu, nato pa jih naj dodajo k obveznemu seznamu kazalnikov uspešnosti LIFE. Tudi, če je projekt samo posredno oziroma deloma prispeval k doseganju teh kazalnikov, so takšni kazalniki še vedno pokazatelji stopnje zavzetost in zmogljivosti, da bi popravili prepoznano težavo.

**6.** Opredelite realistično strategijo, s katero boste zagotovili, da se bodo rezultati projekta ohranili oziroma izboljšali, in da se bodo akcije nadaljevale tudi po zaključku projekta. Priporočamo, da se akcije načrtujejo v naprej in tako zagotovite financiranje takšnih aktivnosti tudi po zaključku projekta.

**7.** Vključite vsebinske akcije, s katerimi bi **ponovili projektne pristop/rezultate** v podobnih okoliščinah v drugih regijah, državah in sektorjih. Takšne ponovitvene aktivnosti ne smejo vključevati samo razširjanja rezultatov in mreženja. V takšnem okviru prepoznajte in vzpostavite relevantne kontakte, sestavite akcijski načrt za ponovitve, vključno z oceno morebitnih nujnih prilagoditev in priložnostim za financiranje ter izpeljite akcije, s katerimi boste praktično uporabili prijeme/pristope, razvite med projektom, tudi drugje.





## Nekatere izkušnje iz preteklih razpisov za zbiranje predlogov

Prijavitelji naj bodo še prav posebej pozorni na ponavljajoče razloge, zaradi katerih so bili predlogi v preteklosti neuspešni:

- Slabo prepoznavanje in opis/predstavitev obravnavanega okoljskega problema in s tem povezani izzivi z ozaveščenostjo in upravljanjem, pri čemer so bili osnovne informacije in podatki nezadostno navedeni. Slab opis trenutne (izhodiščne) situacije na ciljnem območju.
- Nezadosten oziroma nepopoln opis dodane vrednosti projekta v primerjavi s trenutnimi oziroma preteklimi projekti z istega področja.
- Slabo prepoznavanje in opis ciljne publike za projekt.
- Neprimerna ciljna publika glede na obravnavan problem.
- Akcije ne izpolnjujejo potreb prepoznane ciljne publike.
- Pomanjkanje koherentne strategije, ki bi povezovala posamezne akcije za doseg opredeljenega cilja in se lotila opredeljenega problema.
- Slabo oziroma nepopolno prepoznavanje in vključenost relevantnih deležnikov pri pripravi in izvajanju projekta.
- Odsotnost komponente izvajanja vključujoč akcije, ki bi zagotovile, da lahko relevantni akterji učinkovito uporabijo razvita orodja/metodologije.
- Pomanjkanje realistične strategije/akcijskega načrta s konkretnimi akcijami, razen samega razširjanja rezultatov in mreženja, s katerima bi zagotovili ponovitev pristopa/orodij v drugačnih okoliščinah (v drugih regijah, državah in sektorjih).
- Odsotnost kvantifikacije oziroma slaba/omejena kvantifikacija pričakovanih rezultatov.
- Premalo specifični/relevantni kazalniki za merjenje rezultatov oziroma pričakovanih rezultatov.
- Nezadovoljiv monitoring in kazalniki monitoringa za monitoring projektnih učinkov in rezultatov.
- Precenjeni stroški.

Ključni elementi predloga	Kontrolni seznam
<b>Opredelitev problema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opišite problem in njegove pglavitne vzroke</li> <li>- Napišite, na koga problem vpliva – pojasnite, kdo je ciljna publika in zakaj je bila izbrana</li> <li>- Preverite, če predlog v celoti in jasno ustreza razpisnim zahtevam LIFE, tj. glede projektnih tem</li> <li>- Preverite v podatkovni bazi na spletni strani programa LIFE, če so podobni projekti iz istega področja že potekali;</li> <li>preverite, če lahko v predlogu uporabite podobne predloge</li> </ul>
<b>Opis izhodiščnega stanja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jasno opišite okoljske grožnje in izzive glede ozaveščanja/komunikacije, ki izhajajo iz trenutne situacije</li> <li>- Priskrbite kvantitativne in/ali kvalitativne podatke izhodiščnega stanja za okoljske izzive in izzive ozaveščanja/komunikacije</li> <li>- Navedite vire informacij za podatke</li> </ul>
<b>Opis projektnih ciljev</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opišite, kaj bo projekt dosegel (pričakovani učinki), kdo bo to dosegel in kdaj</li> <li>- Izpolnite Excel tabelo kazalnikov s pričakovanimi kazalniki učinka in z morebitnimi ostalimi kazalniki</li> <li>- Pojasnite, če in do katere mere bodo rezultati ostali tudi po koncu projekta</li> </ul>
<b>Opis projektnih aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opišite za kakšno aktivnost gre, kdo bo njen nosilec, kdaj bo izvedena in kakšna sredstva potrebuje – proračun, človeški viri in oprema</li> <li>- Preverite, če ste vključili konkretne akcije, s katerimi boste ponovili in prenesli rezultate projekta.</li> <li>- Preverite, če obstaja jasna in logična povezava med problemom/izhodiščnimi podatki, akcijami in pričakovanimi rezultati</li> <li>- Vključite strategijo in povezane akcije, s katerimi boste zagotovili, da bodo rezultati ohranjeni in uporabni tudi po koncu projekta.</li> </ul>

