



LIFE14 CAP/SI/000012



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA OKOLJE IN PROSTOR



Prva delavnica za pripravo prijav Deležniki, ciljne skupine in njihovo naslavljanje

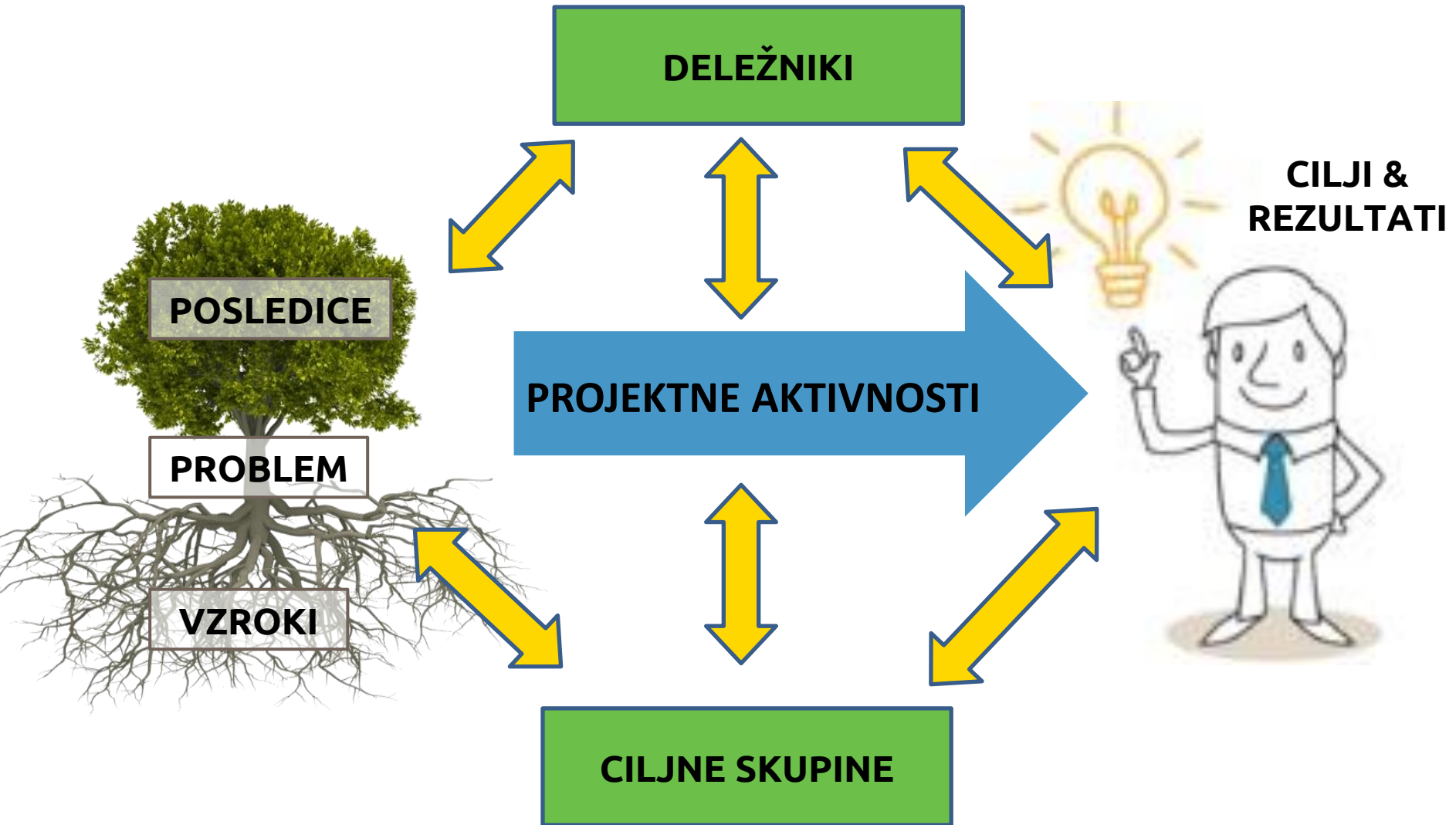
Maja Cipot

Ljubljana, 7. marec 2017

Program 1. delavnice za pisanje prijav

Program		
Trajanje	Naslov sklopa	Nosilec sklopa
08.30 – 09.00	Registracija udeležencev in pogostitev s kavo	Špela Žohar, Janja Samec
09.00 – 09.30	Nagovor direktorice, uvod v usposabljanje	Tanja Bolte, Nives Nared
09.30 – 9.45	Kaj je projekt?	Dejan Zupanc
9.45 – 10.55	Definiranje (okoljskega) projektne problema	Marjetka Šemrl dos Reis
11.05 – 11.20	Odmor	Gostinstvo Femec
11.20 – 12.40	Cilji in pričakovani rezultati projekta	Danilo Šteblaj
12.40 – 13.25	Kosilo	Gostinstvo Femec
13.25 – 14.25	Deležniki, ciljne skupine in njihovo naslavljanje	Maja Cipot
14.25 – 15.00	Zaključek	Nives Nared





DELEŽNIKI (ang. STAKEHOLDERS)

LJUDJE

- **posamezniki**
- **skupine**
- **organizacije**



CILJNE SKUPINE (ang. TARGET GROUPS)

- lahko **VPLIV**ajo (POZITIVNO ali NEGATIVNO) na načrtovane aktivnosti in/ali rezultate projekta oz. le-ti vplivajo nanje,
- **NUJNI** za izvedbo projekta
- **VKLJUČENI** v aktivnosti (posvetovanje, sodelovanje v aktivnostih, so oblikovalci mnenja, dajejo soglasja, dovoljenja, ustvarjajo ugodno klimo)
- od projekta **nimajo direktnih finančnih koristi** (niso [prijavitelj](#) ali [partner](#) projekta).

- želimo jih s projektom doseči in bodo imele od projekta **KORIST** (npr. čistejši zrak, boljša kvaliteta življenja, ohranjena biotska pestrost...)
- **NJIM** so namenjeni **REZULTATI** projekta.

Kakšna je razlika med PARTNERJI in DELEŽNIKI ?

SPLOŠNO: DELEŽNIK je **VSAK** ki lahko VPLIVA (POZITIVNO ali NEGATIVNO) oz. je načrtovane aktivnosti in/ali rezultate projekta oz. vplivajo nanje, in so NUJNI za izvedbo projekta. Poznamo ZUNANJE in NOTRANJE DELEŽNIKE (npr. finančna in pravna služba prijavitelja, zunanji izvajalci, partnerji itd.)



LIFE: PARTNER \neq DELEŽNIK

Pridruženi upravičenci oz. partnerji:

- vsebinsko in finančno prispevajo k projektu
- so odgovorni za izvedbo ene ali več aktivnosti
- imajo od projekta finančne koristi.

Deležniki

- vplivajo na oz. so pod vplivom aktivnosti
- od projekta nimajo direktnih finančnih koristi



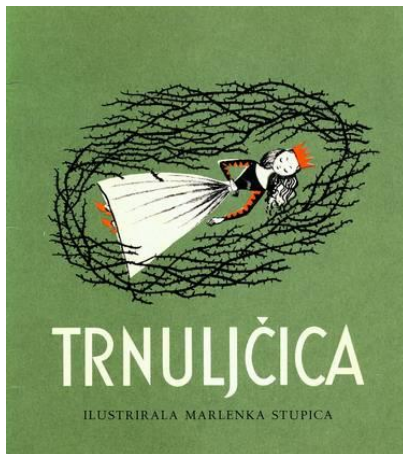
ANALIZA DELEŽNIKOV

DELEŽNIKI

1. identificiranje
2. analiza stopnje podpore (posameznih aktivnosti in projekta)
3. analiza interesov
4. analiza vplivov

Kdo so je odvisno od VSEBINE

- lokalno prebivalstvo, sosedje
- uporabniki – lastniki zemljišč
- vplivni posamezniki & skupine
- izdajatelji dovoljenj (lastniki, ARSO, UE...)
- občine
- upravljavci
- inšpektorati, ministrstva & organi v sestavi
- strokovne javne službe
- izvajalci javnih služb
- strokovnjaki
- nevladne organizacije



IGNORANCA SE NE SPLAČA!

ANALIZA DELEŽNIKOV

DELEŽNIKI

1. identificiranje
2. analiza stopnje podpore (posameznih aktivnosti in projekta)
3. analiza interesov
4. analiza vplivov



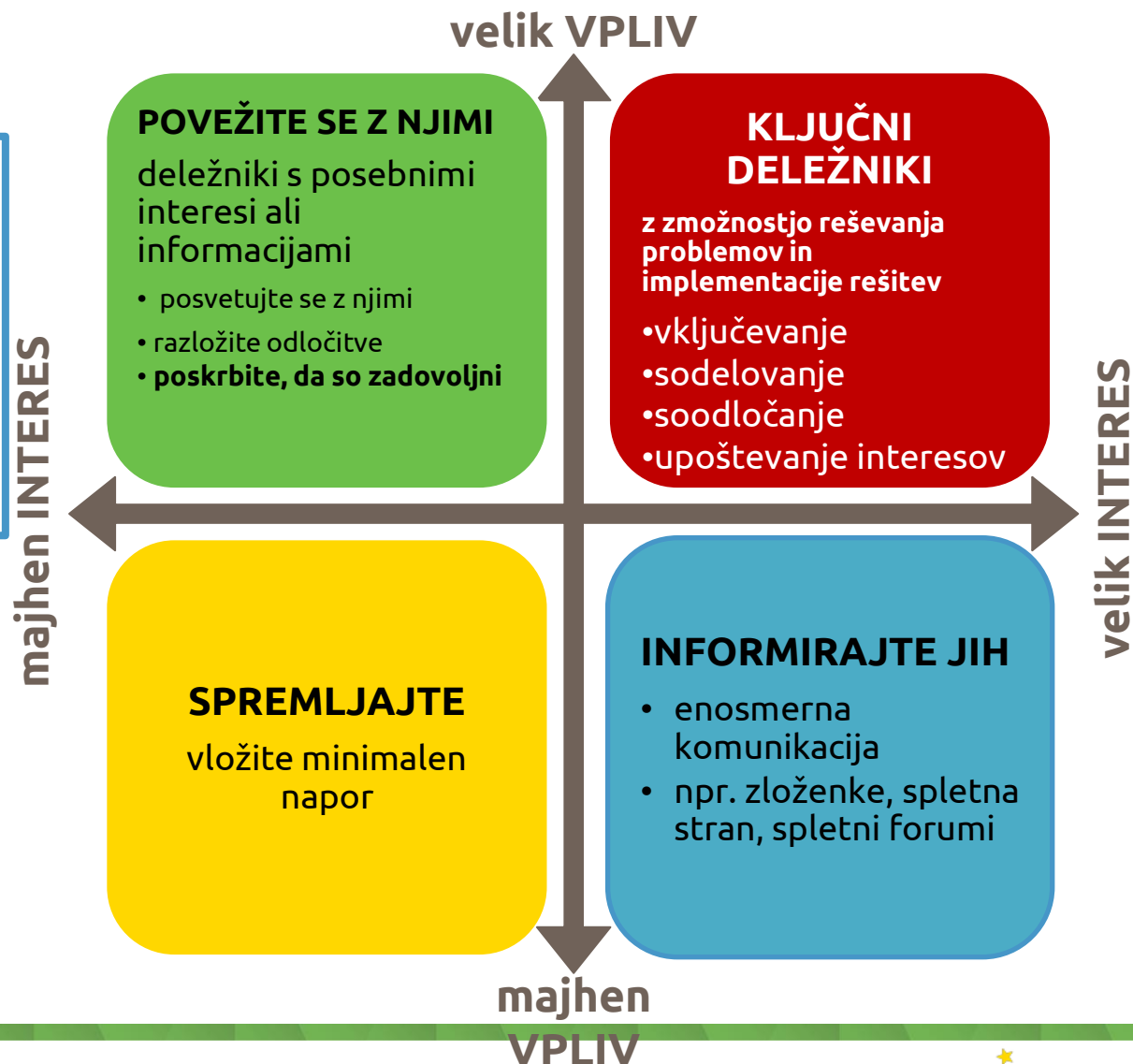
povzeto po McElroy & Mills, Solvero d.o.o.

ANALIZA DELEŽNIKOV

DELEŽNIKI

1. identificiranje
2. analiza stopnje podpore (posameznih aktivnosti in projekta)
3. analiza interesov
4. analiza vplivov

za vsakega od deležnikov ocenite koliko lahko **vpliva** in kakšen je njegov **interes** in izberite temu primeren pristop



ANALIZA DELEŽNIKOV= PROCES

DELEŽNIKI

1. identificiranje
2. analiza stopnje podpore (posameznih aktivnosti in projekta)
3. analiza interesov
4. analiza vplivov

OPREDELITEV
OKOLJSKEGA
PROBLEMA

STRATEGIJA NASLAVLJANJA oz. OBVLADOVANJA IN VKLJUČEVANJA:

- način sodelovanja
- način in pogostost komuniciranja/informiranja
- preverjanje stališč (interesa, vpliva)

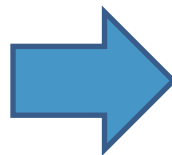
PREVERJANJE
IN
USKLAJEVANJE



ANALIZA CILJNIH SKUPIN

CILJNE SKUPINE

- identificiranje
- analiza potreb (ankete, intervjuji) – kateri rezultati so za koga?
- opis (velikost, demografske značilnosti) – učinek rezultatov!



STRATEGIJA

NASLAVLJANJA:

- reševanje potreb
- motiviranje
- vključevanje (metode, medij)
- **komunikacijska strategija del projekta in PRED ZAČETKOM komunikacijskih aktivnosti**

**AKTIVNOST prilagodi
CILJNI SKUPINI**



IZ PRIJAVNICE

Obrazec B4 – Vključeni deležniki in ciljna publika projekta **(največ 12.000 znakov)**

Navedite deležnike, ki bodo vključeni glede na predlog, in način sodelovanja. Navedite kakšen prispevek pričakujete od njih in kako bo njihova vključenost pripomogla k projektu in/ali zagotovila njegovo izvedbo.

Opišite ciljne skupine in metode za razširjanje znanja. Komentirajte aktivnosti za splošno javnost in/ali trženje koncepta med in po izvedbi.





LIFE14 CAP/SI/000012



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA OKOLJE IN PROSTOR



Izkušnje iz prakse

BLANCA HURTADO COLL
Global Nature Fundation

Ljubljana, 7. marec 2017



STAKEHOLDERS AND KEY AUDIENCES

Related to threats / problems/ actions/
objectives

Experience

Quantify

Messages

Actions / Expected results

Policy-makers





E.g. LIFE AgriAdapt

- Farmers and farmers associations
- Technical consultants
- Agricultural schools and training centres
- Food standards and labels
- Insurance companies
- Agrifood businesses
- Agrifood media
- Regional and national authorities



LIFE14 CAP/SI/000012



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA OKOLJE IN PROSTOR





<https://www.youtube.com/watch?v=vJG698U2Mvo>



Blanca Hurtado
Fundación Global Nature

bhurtado@fundacionglobalnature.org

Tel. +34 917104455

www.fundacionglobalnature.org



LIFE14 CAP/SI/000012



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA OKOLJE IN PROSTOR





LIFE14 CAP/SI/000012



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA OKOLJE IN PROSTOR



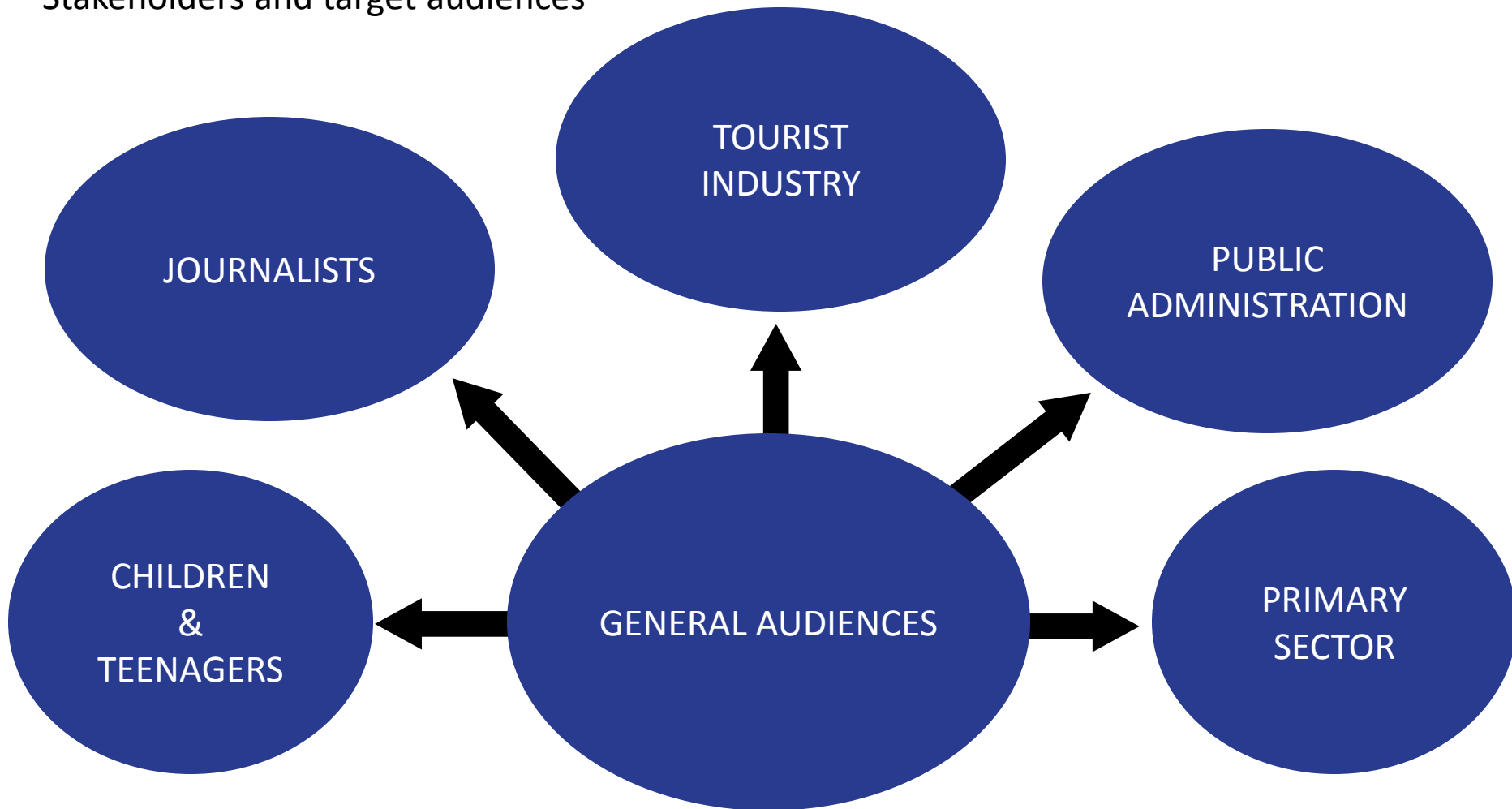
Izkušnje iz prakse

JESUS RAMIREZ CANCELA

Agencia EFE

Ljubljana, 7. marec 2017

Stakeholders and target audiences



Stakeholders and target audiences

Friendly reminder: all LIFE projects must have communication actions.

EFE News Agency is specialist in LIFE communication packages, and we will be very pleased to help you with any question you could have during the implementation of your projects.

Feel free to contact us

Thank you so much

Jesús Ramírez Cancela
Tenders and Strategic Projects Unit
licitaciones@efe.es



DELO V SKUPINAH

30 MINUT

- Analiza deležnikov
- Analiza ciljnih skupin

