



2. LIFE delavnica za pisanje projektnih prijav

11. in 12. marec 2026



Deležniki in ciljne skupine

Janja Kosem, MNVP

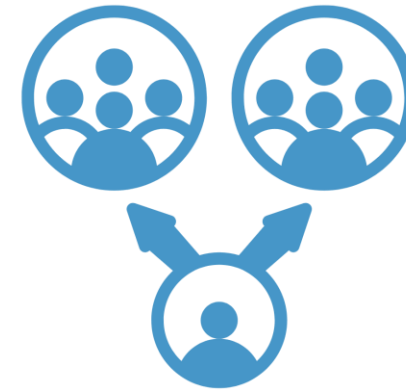
DELEŽNIK / STAKEHOLDER



Deležnik je posameznik, skupina ali organizacija, ki lahko **vpliva** na projekt oz. nanje projekt vpliva ter ima **interes** pri njegovih rezultatih.

So **nujni** za uspeh projekta in v njem aktivno sodelujejo.

CILJNE SKUPINE / TARGET AUDIENCE



So posamezniki, skupine, organizacije, ki jih želimo **doseči** s komunikacijskimi aktivnostmi. Njim so **namenjeni projektni rezultati** (rezultate bi lahko najbolje uporabili).

Primer na projektu

**LIFE22-CCA-SE-
LIFECAPEable/101113673**

Splošni cilj: demonstrirati učinkovitost na naravi temelječih rešitev za zagotavljanje obalne poplavne varnosti s pomočjo avtohtone vegetacije na sipinah



Deležniki :

Občine

Organi za upravljanje
z vodami

Univerze in
raziskovalni inštituti

...

Ciljne skupine

Lokalne skupnost in
lastniki zemljišč

Prostorski načrtovalci

Vodarski inženirji

...

Deležniki / stakeholders

V prijavnici morate:

- Opredeliti deležnike **IZVEN** projektne konzorcija, ki so nujni za uspeh projekta
- Utemeljiti, zakaj so pomembni za doseganje projektne rezultate
- Opisati, **kako** boste dosegli, da bodo sodelovali v vaših projektne aktivnostih
- Vključiti njihovo sodelovanje v WP
- Priložiti kakovostna **pisma podpore deležnikov**

3.3 Stakeholder engagement

Stakeholders engagement

Identify any key stakeholders outside the consortium that are required to ensure the success of the project. How will you mobilise them to contribute to your project activities or participate in these?

Annex Letters of support to demonstrate the type and level of commitment already secured (if any). (n/a for concept note)

For Nature and Biodiversity: If your project (or a part of it) depends on support of the competent authority or stakeholders, provide letters of support to show their commitment to the project (needed for full proposal, n/a for concept note)

Insert text

#@PRJ-MGT-PM@#



LIFE program: deležnik ≠ partner

DELEŽNIKI

- Vplivajo na načrtovane aktivnosti in rezultate projekta oz. le-ti vplivajo na njih
- Lahko sodelujejo v nalogah (taskih)
- Nimajo finančnega vložka in ne prejemajo finančnih sredstev iz projekta

PARTNERJI

- LIFE terminologija: „Beneficiary“
- Vsebinsko in finančno prispevajo k projektu
- Vključeni v izvedbo vsaj ene naloge (taska)
- Prejemajo finančna sredstva iz projekta

Analiza deležnikov



Analiza nam omogoči:

- Opredelitev deležnikov
- Prepoznavanje njihovih interesov v navezavi s projektnimi cilji
- Prepoznavanje tveganj in potencialnih konfliktov
- Pripravo ustrezne strategije za sodelovanje z deležniki

1. Identifikacija

- Kdo so, je odvisno od **vsebine** projekta
- „Brainstorming“ v fazi analize problema
- Posvetujte se z drugimi, ki so aktivni v sorodnih sektorjih
- Proces večkrat ponovite

Primeri deležnikov:

- Lastniki zemljišč
- Vplivni posamezniki in skupine
- Mediji
- Upravljavci območij
- Inšpektorati, ministrstva in organi v sestavi
- Občine
- Nevladne organizacije
- Strokovnjaki
- Podjetja (konkurenca ali sodelujoči v dobavni verigi)

2. Analiza stopnje podpore

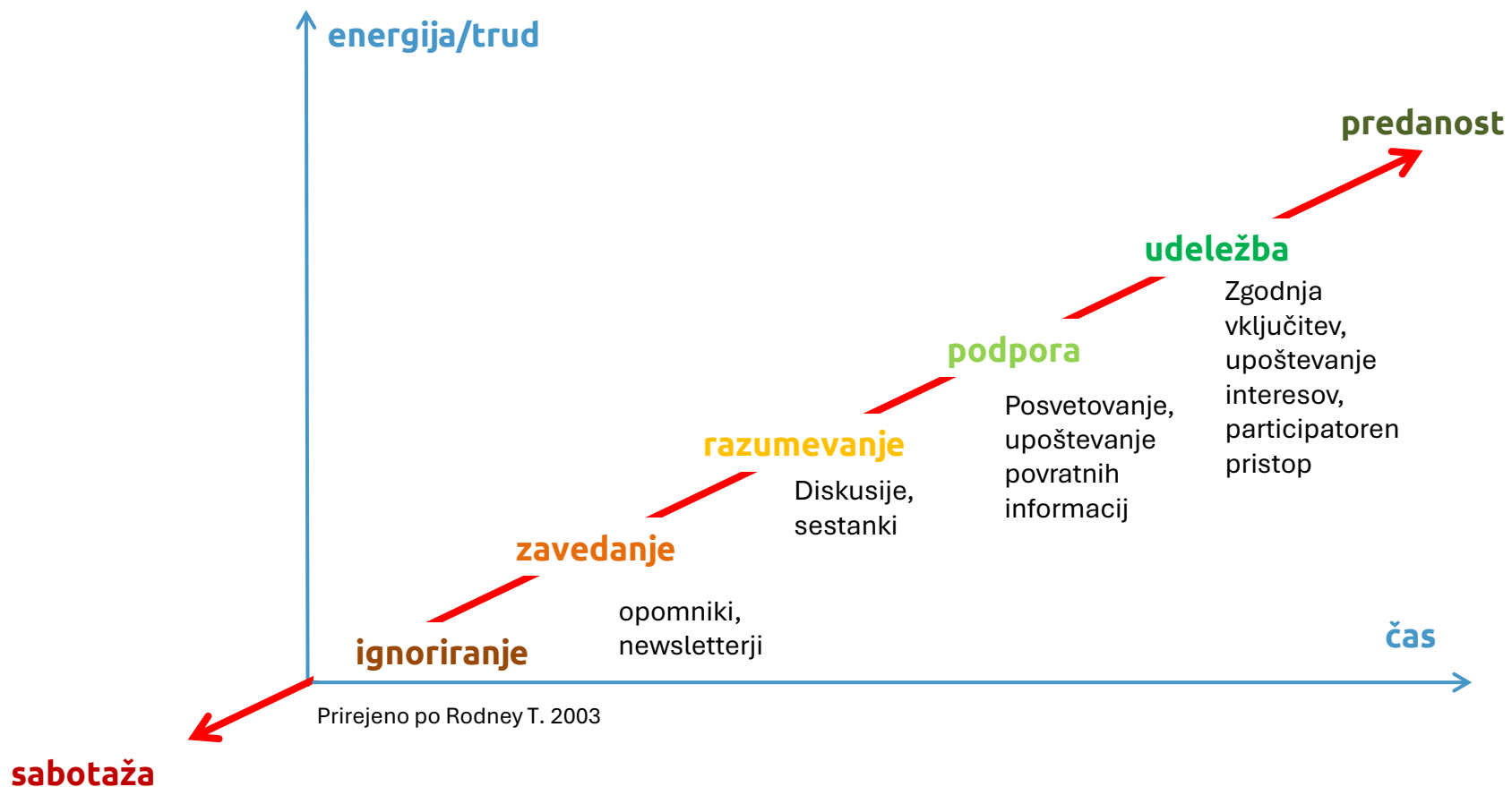
Deležnik	Aktivno upiranje	Pasivno upiranje	Nevtralen	Podpora	Udeležba
Lastniki zemljišč		T		Z	
Občina					T IN Z
Komunalna podjetja			T		Z

T = trenutna stopnja podpore
 Z = zaželjena stopnje podpore
 T in Z = trenutna in zaželjena stopnja podpore

Primer matrike za analizo stopnje podpore
 deležnikov. Prirejeno po Rodney T. 2003

Strategije za pridobivanje podpore

- Stopnja podpore se lahko **spreminja**.
Odvisno od:
 - načina in pogostosti komuniciranja, informiranja deležnikov
 - načina sodelovanja
- Poleg stopnje podpore moramo določiti tudi stopnjo **zavedanja** oz. informiranosti iz katere pogosto izhaja odnos deležnikov



POZNAVANJE

Zavedanje

1 Zavedanje in
podpora

2 Zavedanje in
nasprotovanje

Nezavedanje

3 Nezavedanje in
podpora

4 Nezavedanje in
nasprotovanje

Podpora

Nasprotovanje

STOPNJA PODPORE

IDENTIFIKACIJA

ANALIZA STOPNJE
PODPORE

ANALIZA
INTERESOV

ANALIZA
VPLIVOV

• 3. Analiza interesov

- Kakšni so njihovi interesi?
- Projekt na njih vpliva oz. nanj, stopnja **interesa** nakazuje dožemanje, kako močan je vpliv projekta na njih.

• 4. Analiza vplivov

- **Ključni deležniki**: kdo lahko najbolj vpliva na (ne)uspeh projekta? Določimo **stopnjo** vpliva.

- Lahko imajo uradno avtoriteto, npr. oblikovalci politik, državni organi
- Imajo vpliv, ker oblikujejo mnenja, so pomembni v skupnosti, ekonomski lobiji ipd.



Metode vključevanja deležnikov

Informiranje

Enosmerna komunikacija

- Zloženke, priročniki
- Mailing liste
- Spletna stran, družbena omrežja
- Objave v medijih ipd.

Posvetovanje

Pridobivanje predlogov ter nudenje povratnih informacij

- Ankete,
- Fokusne skupine

Vključevanje

v proces odločanja in upoštevanje njihovih interesov

- Sestanki
- Delavnice



Ciljna skupina / Target audience

So posamezniki, skupine, organizacije, ki jih želimo **doseči** s komunikacijskimi aktivnostmi.

Njim so **namenjeni projektni rezultati** (rezultate bi lahko najbolje uporabili).

3.5 Communication, dissemination and visibility *(n/a for concept note)*

Communication, dissemination and visibility of funding *(n/a for concept note)*

Define your target audience(s). Describe the planned communication and dissemination activities to promote the action and its results and maximise the impact (to whom, which format, how many copies, etc.). Clarify how you intend to reach each target audience, and explain the choice of the dissemination channels. Describe the methods and indicators (quantitative and qualitative) to monitor and evaluate the outreach and coverage of the communication and dissemination activities and results.

Describe how the visibility of EU funding will be ensured.

Insert text

#§COM-DIS-VIS-CDV§# #@CON-SOR-CS@#

Definirajte ciljne skupine, kvalitativno in kvantitativno.

Opišite komunikacijske aktivnosti, s katerimi boste povečali učinek projekta in jih povežite s konkretnimi nalogami v WP-jih, ki bodo zagotovile replikacijo, trajnost in nadaljnjo uporabo projektnih rezultatov.

Opredelite, kako boste dosegli vsako izmed ciljnih skupin ter obrazložite izbiro kanala za komuniciranje in razširjanje.

Opišite metode in indikatorje za spremljanje in ocenjevanje dosega.

Analiza ciljnih skupin

1. Identifikacija

Kdo bi lahko imel koristi od projektnih rezultatov oz. kdo bi jih lahko najboljše uporabljal? Segmentiranje skupin glede na demografijo, velikost, sektor delovanja, interese.

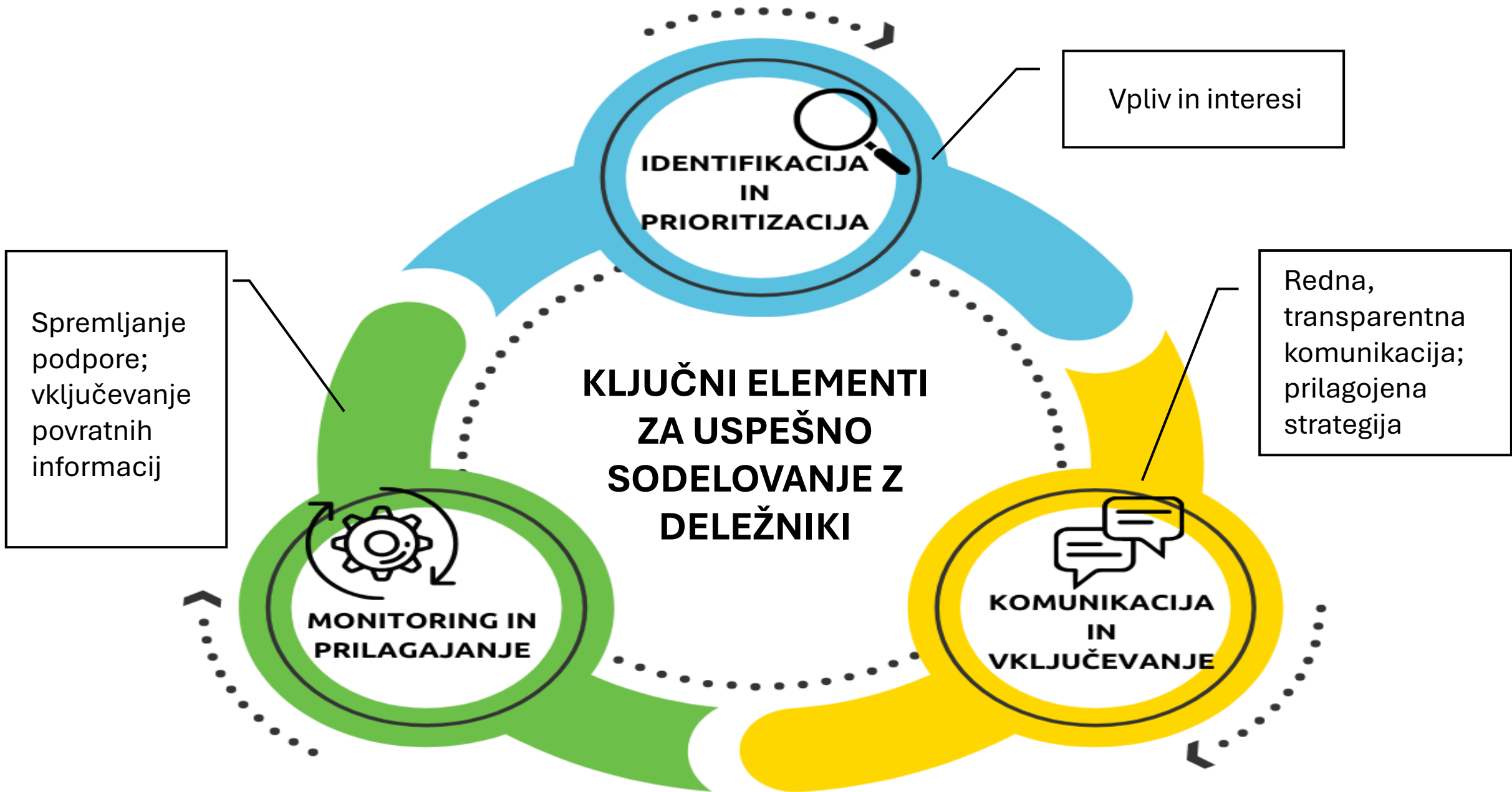
2. Analiza potreb in pričakovanj

Katere izmed njihovih potreb projekt naslavlja?

PRIPRAVA
komunikacijskega načrta
je del projekta in se
izvede **PRED ZAČETKOM**
komunikacijskih
aktivnosti

Vzpostavljena strategija naslavljanja

Upošteva motivacije in vedenjske vzorce (ključna sporočila, izbira platforme, ton komunikacije)



Povzetek

Deležniki

- Definirajte jih!
- Kako jih boste vključili?
- Kakšen je njihov doprinos k projektu?
- Pravočasno zagotovite pisma podpore!

Ciljne skupine

- Opišite skupine
- Opišite komunikacijske aktivnosti
- Navedite komunikacijske kanale za vsako skupino
- Opišite metode za razširjanje projektnih rezultatov