CELOVIT NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

Promocija operacije Oltra

Avtor: Andrej Andrijanič

Koper, marec 2026

KAZALO

CELOVIT NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI - UVOD 1

1. NAMEN IN CILJ 2

1.1. NAMEN 2
1.2. CILJI 2

2. VIZUALNA IDENTITETA IN UPORABA LOGOTIPOV 3

2.1. RAZVOJ LOGOTIPA OPERACIJE OLTRA 3
2.2. PROCES RAZVOJA LOGOTIPA OPERACIJE OLTRA 3

3. CILJNE JAVNOSTI 5

3.1. PRIMARNE 5
3.2. SEKUNDARNE 5

4. KOMUNIKACIJSKI KANALI 5

5. AKTIVNOSTI 5

6. VLOGE IN ODGOVORNOSTI 6

7. ČASOVNI OKVIR 7

8. FINANČNI OKVIR, SPREMLJANJE IN POROČANJE 7

9. VIRI 8

KAZALO SLIK

Figure 1: Logotipi.....4

CELOVIT NAČRT KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI - UVOD

Komunikacijske aktivnosti operacije *OLTRA – Oživljanje tradicije malega obalnega ribolova v občini Ankaran* predstavljajo ključen podporni mehanizem za doseganje ciljev operacije, kot so:

- krepitev prepoznavnosti malega priobalnega ribolova,
- ozaveščanje javnosti o trajnostnem ribištvu in akvakulturi,
- spodbujanje sodelovanja med deležniki,
- vključevanje lokalnega prebivalstva, mladih in žensk.

Komunikacija bo potekala sistematično, načrtovano in kontinuirano preko digitalnih kanalov ter v skladu z zahtevami sofinancerjev (ESPRA/LASR).

1. NAMEN IN CILJ

1.1. NAMEN

Zagotoviti učinkovito, pregledno in ciljno usmerjeno obveščanje javnosti o:

- poteku operacije,
- vsebini in aktivnostih,
- doseženih rezultatih,
- širših družbenih in gospodarskih učinkih.

1.2. CILJI

Povečanje prepoznavnosti operacije OLTRA ter njene vloge pri oživitvi malega priobalnega ribištva v občini Ankaran in širšem območju LASR
S sistematičnim komuniciranjem aktivnosti, dogodkov in rezultatov operacije se zagotovi večja informiranost javnosti o pomenu razvoja ribištva in akvakulture ter o prispevku operacije k lokalnemu razvoju.

Krepitev ozaveščenosti o pomenu trajnostnega ribištva, akvakulture ter njihove povezave z drugimi sektorji (turizem, kmetijstvo)
Komunikacijske aktivnosti prispevajo k razumevanju pomena trajnostnega upravljanja morskih virov, kratkih dobavnih verig ter razvoja dopolnilnih dejavnosti, ki povečujejo dodano vrednost ribiškega sektorja.

Spodbujanje aktivnega vključevanja ciljnih skupin, zlasti ribičev, ribogojcev, mladih in žensk, v aktivnosti operacije
Z obveščanjem o izobraževalnih in promocijskih aktivnostih (delavnice, dogodki) se spodbuja sodelovanje ciljnih skupin ter krepi interes za vključevanje v sektor ribištva in akvakulture.

Krepitev sodelovanja med deležniki ribiškega sektorja in drugimi relevantnimi akterji v lokalnem okolju
S ciljno usmerjeno komunikacijo se spodbuja povezovanje med ribiči, turističnimi ponudniki, lokalnimi pridelovalci, institucijami in odločevalci, kar prispeva k razvoju novih produktov in storitev.

Obveščanje javnosti o rezultatih operacije, vključno z razvojem strokovnih podlag, študije izvedljivosti in zakonodajnih pobud
Komunikacija zagotavlja transparentno predstavitev ključnih rezultatov operacije ter njihovega vpliva na razvoj sektorja ribištva in akvakulture.

Spodbujanje pozitivnega odnosa javnosti do ribištva kot tradicionalne dejavnosti in perspektivne gospodarske panoge
S promocijo dobrih praks, zgodb iz terena in rezultatov operacije se krepi zavedanje o pomenu ohranjanja ribiške dediščine ter njenega razvoja v sodobnem okolju.

Zagotavljanje transparentnosti izvajanja operacije in porabe javnih sredstev
Z rednim objavljanjem informacij o poteku operacije, izvedenih aktivnostih in doseženih rezultatih se zagotavlja javna dostopnost informacij ter skladnost z zahtevami sofinancerjev.

2. VIZUALNA IDENTITETA IN UPORABA LOGOTIPOV

2.1. RAZVOJ LOGOTIPA OPERACIJE OLTRA

V okviru komunikacijskih aktivnosti bo razvit logotip operacije OLTRA, ki bo celostno vizualno odražal tradicijo malega obalnega ribolova ter hkrati poudarjal njegovo sodobno vlogo v lokalnem okolju. Zasnova logotipa bo temeljila na prepoznavnih elementih morja in ribištva, kot so mreže, ribiški čolni in ribe, ter bo vsebinsko povezana z lokalnim prostorom Ankarana in širše slovenske Istre. Oblikovno bo logotip sodoben, a hkrati vsebinsko zasidran v tradiciji, kar bo omogočalo jasno komunikacijo identitete operacije. Posebna pozornost bo namenjena tudi njegovi prilagodljivosti, saj bo zasnovan tako, da bo primeren za uporabo v digitalnih medijih kot tudi v tiskovinah.

2.2. PROCES RAZVOJA LOGOTIPA OPERACIJE OLTRA

Potekal bo usklajeno med vsemi ključnimi deležniki operacije. Idejno zasnovo bo pripravil zunanji izvajalec Fidata d.o.o. v sodelovanju s partnerjem Zavodom za profesionalno ribištvo - Retech, pri čemer bodo upoštevane vsebinske usmeritve operacije in značilnosti lokalnega okolja. Pripravljene rešitve bodo nato usklajene s prijaviteljem, to je Zadrugo profesionalnih ribičev in ribogojcev Ankaran, z.b.o., ki jo zastopa Andrej Andrijanič. V okviru procesa bo pripravljenih več oblikovnih predlogov, med katerimi bo po skupni presoji izbran in potrjen končni logotip, ki bo v nadaljevanju uporabljen v vseh komunikacijskih aktivnostih operacije.

Vzporedno z razvojem logotipa bo oblikovana tudi celostna grafična podoba operacije, ki bo zagotavljala enotno in prepoznavno vizualno komunikacijo. Ta bo vključevala opredeljeno barvno paleto, tipografijo, nabor grafičnih elementov ter smernice za uporabo fotografij in drugih vizualnih gradiv. Celostna grafična podoba bo služila kot

temelj za pripravo vseh komunikacijskih materialov in bo zagotavljala doslednost na vseh uporabljenih kanalih.

Pri izvajanju komunikacijskih aktivnosti bo posebna pozornost namenjena tudi pravilni uporabi logotipov, skladno z zahtevami sofinancerjev. V vseh komunikacijskih materialih bo obvezno uporabljati logotip operacije OLTRA, logotip LASR ter logotip ESPRA oziroma Evropske unije z ustrezno navedbo sofinanciranja, po potrebi pa tudi druge institucionalne logotipe, povezane z operacijo. Logotipi bodo morali biti jasno vidni, ustrezno umeščeni in uporabljeni v skladu z veljavnimi smernicami financerjev. Njihova uporaba bo zagotovljena na vseh ključnih komunikacijskih točkah, vključno s spletno stranjo operacije, objavami na družbenih omrežjih, promocijskimi materiali ter poročili o izvedenih aktivnostih, s čimer se bo zagotavljala transparentnost in skladnost z zahtevami javnega financiranja.



Figure 1: Logotipi

Formalni logotipi, vir: https://lasr-feral.si/logotipi/

3. CILJNE JAVNOSTI

3.1. PRIMARNE

- ribiči in ribogojci,
- lokalno prebivalstvo,
- mladi in ženske (ciljna skupina vključevanja).

3.2. SEKUNDARNE

- turistični sektor,
- lokalne skupnosti,
- odločevalci,
- širša javnost.

4. KOMUNIKACIJSKI KANALI

- Facebook (povezava:
- Instagram (povezava:
- Spletna stran operacije (povezava:

5. AKTIVNOSTI

Komunikacijske aktivnosti operacije OLTRA bodo potekale v treh vsebinsko povezanih fazah: pripravljalni, izvedbeni in zaključni fazi.

V pripravljalni fazi bo izvedena izdelava celovitega komunikacijskega načrta, ki bo opredelil ciljne javnosti, ključna sporočila, komunikacijske kanale ter časovni okvir izvajanja aktivnosti. V tem obdobju bo potekal tudi razvoj vizualne identitete operacije, vključno z oblikovanjem logotipa in celostne grafične podobe, ki bo zagotavljala enotno in prepoznavno komunikacijo. Hkrati bo izvedena vzpostavitev vseh komunikacijskih kanalov, predvsem profilov na družbenih omrežjih (Facebook in Instagram) ter priprava in zagon spletne strani operacije.

V izvedbeni fazi bodo aktivnosti usmerjene v kontinuirano in sistematično obveščanje javnosti. To bo vključevalo redne objave na družbenih omrežjih in spletni strani, izvajanje promocijskih kampanj ter obveščanje o dogodkih, delavnicah in drugih aktivnostih operacije. Poseben poudarek bo namenjen tudi predstavitvi doseženih rezultatov, dobrih praks ter vključevanju ciljnih javnosti v aktivnosti operacije. Komunikacija bo potekala dvosmerno, z namenom spodbujanja odziva in sodelovanja javnosti.

V zaključni fazi bo poudarek na celoviti predstavitvi dosežkov operacije ter njenega vpliva na lokalno okolje in razvoj ribiškega sektorja. Izvedena bo zaključna promocijska kampanja, ki bo povzela ključne rezultate, hkrati pa bo zagotovljena tudi trajnostna dostopnost vsebin.

6. VLOGE IN ODGOVORNOSTI

Za učinkovito izvajanje komunikacijskih aktivnosti so jasno opredeljene vloge in odgovornosti vseh vključenih deležnikov.

Prijavitelj, Zadruga profesionalnih ribičev in ribogojcev Ankaran, z.b.o., ki jo zastopa Andrej Andrijanič, ima ključno vlogo pri upravljanju in nadzoru nad izvajanjem vseh komunikacijskih aktivnosti. Odgovoren je za celostno koordinacijo aktivnosti, finančno upravljanje sredstev, namenjenih komunikaciji, ter za komunikacijo z zunanjim izvajalcem. Prav tako zagotavlja pregled nad izvajanjem aktivnosti, potrjuje pripravljene vsebine, materiale in poročila ter skrbi za skladnost izvajanja z zahtevami razpisa in cilji operacije.

Zunanji izvajalec Fidata d.o.o. je odgovoren za operativno in strokovno izvedbo komunikacijskih aktivnosti. Njegove naloge vključujejo pripravo in izvajanje komunikacijskega načrta, oblikovanje vizualnih gradiv (vključno z razvojem logotipa in celostne grafične podobe), vzpostavitev in upravljanje komunikacijskih kanalov (družbena omrežja in spletna stran) ter pripravo rednih poročil o izvedenih aktivnostih. Fidata zagotavlja strokovno podporo na področju digitalne komunikacije in promocije.

Zavod za profesionalno ribištvo Retech kot projektni partner aktivno sodeluje pri vsebinski pripravi komunikacijskih aktivnosti. Njegova vloga vključuje pripravo strokovnih podlag, zagotavljanje kakovostnih in verodostojnih vsebin ter sodelovanje pri oblikovanju ključnih sporočil operacije. Poleg tega prispeva k povezovanju z

deležniki ribiškega sektorja ter podpira vključevanje ciljnih javnosti v aktivnosti operacije.

Takšna razdelitev nalog omogoča učinkovito, usklajeno in kakovostno izvajanje komunikacijskih aktivnosti skozi celotno obdobje operacije.

7. ČASOVNI OKVIR

Faza	Aktivnosti	Trajanje
Začetna	načrt, logotip, vzpostavitev	1–2 meseca
Izvedba	redne objave	27 mesecev
Zaključna	promocija rezultatov	zadnji 3 meseci

8. FINANČNI OKVIR, SPREMLJANJE IN POROČANJE

Finančni okvir zajema stroške, povezane z razvojem logotipa in celostne grafične podobe (CGP), upravljanjem družbenih omrežij, izdelavo spletne strani, pripravo vsebin ter izvajanjem poročanja. Plačila za navedene storitve izvaja prijavitelj (Andrijanič) za storitve podjetja Fidate.

Spremljanje in poročanje o izvajanju komunikacijskih aktivnosti vključuje pripravo mesečnih poročil, analizo dosega in učinkovitosti izvedenih aktivnosti ter sprotno prilagajanje komunikacijske strategije na podlagi ugotovitev. S tem se zagotavlja učinkovito upravljanje komunikacijskih aktivnosti ter racionalna in transparentna poraba finančnih sredstev.

9. VIRI

Zadruga profesionalnih ribičev in ribogojcev Ankaran, z.b.o. (2025). *Prijavnica za sofinanciranje operacije OLTRA.* Interni dokument za prijavo na razpis Evropske unije. Neobjavljeno gradivo.