



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

SI:

Posodobljena Strategija komuniciranja in razširjanja rezultatov projekta LIFE IP Restart in strategija socialnih medijev

EN:

Updated Communication and Dissemination Strategy for LIFE IP Restart and Social Media Strategy



Izjava o omejitvi odgovornosti / Disclaimer

Vsebina odraža le stališča avtorjev. Evropska komisija ni odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih vsebuje ta dokument. / The content reflects the views of the authors only. The European Commission is not liable for any use that may be made of the information contained herein.

Co-funded by the European Union



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

Podatki o projektu / Project data

Program / <i>Programme</i>	LIFE ENVIRONMENT / LIFE OKOLJE
Naslov projekta / <i>Project title</i>	Boosting waste recycling into valuable products by setting the environment for a circular economy in Slovenia / Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji
Akronim / <i>Project Acronym</i>	LIFE IP RESTART
Št. projekta / <i>Project Number</i>	LIFE20 IP/SI/000021
Koordinator / <i>Project coordinator</i>	Ministry of the Environment, Climate and Energy, Republic of Slovenia (MECE) / Ministrstvo za okolje, podnebje in energijo Republike Slovenije (MOPE)
Skupni proračun / <i>Total budget</i>	17.235.300 EUR
Trajanje / <i>Time frame</i>	01.01.2022 - 31.12.2030

Podatki o dokumentu / izročku / Document / Deliverable details

Akcija / <i>Action</i>	E1 - Strategija komuniciranja in razširjanja rezultatov ter vizualna podoba projekta/ <i>E1 – Communication and Dissemination Strategy and Visual Identity of the Project</i>
Naslov izročka / <i>Deliverable Title</i>	D.E.1.3 Posodobljena Strategija komuniciranja in razširjanja rezultatov ter Strategija socialnih medijev/ <i>Communication, Dissemination and Social Media Strategy</i>
Odgovorni upravičenec/ <i>Responsible Beneficiary</i>	MOPE / <i>MECE</i>
Vključeni upravičenci / <i>Involved Beneficiaries</i>	Vsi partnerji / <i>All Beneficiaries</i>
Avtorji / <i>Authors</i>	Mateja Simčič, Milena Janežič (MOPE) / <i>Mateja Simčič, Milena Janežič (MECE)</i>
Vrsta dokumenta / <i>Type of Document</i>	Strategija / <i>Strategy</i>
Predvideni datum izročka/ <i>Due date of Delivery</i>	31. 12. 2025 / <i>31. 12. 2025</i>
Dejanski datum izročka / <i>Actual Date of Delivery</i>	31. 12. 2025 / <i>31. 12. 2025</i>
Jezik / <i>Language</i>	Slovenščina / <i>Slovenian</i>



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / *This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.*



Raven razširjanja / *Dissemination level*

P - Javno / *Public*

RE - Omejeno na skupino, ki jo določi konzorcij, vključno s službami Evropske komisije / *Restricted to a group specified by the consortium (including European Commission Services)*

CO - Zaupno, samo za člane konzorcija, vključno s službami Evropske komisije / *Confidential, only for members of the consortium (including European Commission Services)*

Zgodovina izročka / *Document history*

Različica / Version	Datum/ Date	Partner/ Partner	Avtor / Author	Changes / Spremembe
V1	16. 12. 2025	MOPE / <i>MECE</i>	Milena Janežič	Končni osnutek / <i>Final draft</i>
V2	16. 12. 2025	Zavod za gradbeništvo Slovenije / <i>Slovenian National Building and Civil Engineering Institute</i>	Dragica Marinič	Konsolidacija / <i>Consolidation</i>
V3	9. 1. 2026	Hidroinštitut / <i>Hidroinstitute</i> , Deltaplan / <i>Deltaplan</i>	Jurij Mlačnik, Nejc Šprinzer	Pregled kakovosti s strani 2 članov Spremljevalnega odbora / <i>Quality review by 2 members of the Steering Committee</i>





Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

Akronimi in okrajšave / Acronyms and Abbreviations

Akronim in okrajšava / <i>Acronym and Abbreviation</i>	Pomen / <i>Meaning</i>
OPPRO	Program ravnanja z odpadki in program preprečevanja odpadkov Republike Slovenije / <i>Waste management and prevention programme of the Republic of Slovenia</i>
MOPE	Ministrstvo za okolje, podnebje in energijo / <i>Ministry of the Environment, Climate and Energy</i>
KPI	Ključni kazalniki uspešnosti / <i>Key Project Indicators</i>
IZS	Inženirska zbornica Slovenije / <i>The Slovenian Chamber of Engineers</i>
ZAPS	Zbornica za arhitekturo in prostor Slovenije / <i>Chamber of Architecture and Spatial Planning of Slovenia</i>
SOS	Skupnost občin Slovenije / <i>Association of Municipalities and towns of Slovenia</i>
ZOS	Združenje občin Slovenije / <i>The Association of Municipalities of Slovenia</i>
RRA	Regionalna razvojna agencija / <i>Regional Development Agency</i>



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / *This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.*



Kazalo vsebine / *Table of contents*

Podatki o projektu / Project data	2
Podatki o dokumentu / izročku / Document / Deliverable details	2
Raven razširjanja / Dissemination level	3
Zgodovina izročka / Document history	3
Akronimi in okrajšave / Acronyms and Abbreviations	4
Kazalo vsebine / Table of contents	5
Povzetek izročka v slovenskem in angleškem jeziku / Deliverable overview in English and Slovenian (Največ 3500 znakov / Maximum of 3500 characters)	7
Celoten izroček / Deliverable	9
1. Uvod	8
2. Kratak povzetek projekta LIFE IP Restart	8
3. Analiza deležnikov projekta	10
3.1 Primarni deležniki	10
3.2 Sekundarni deležniki	10
4. Vloga komuniciranja in ozaveščanja v projektu	11
4.1 Pomen komuniciranja za uspeh projekta	11
4.2 Ključne naloge komuniciranja v projektu	12
4.3 Strategija ozaveščanja	12
4.4 Vloga partnerjev pri komuniciranju	13
5. Komunikacijski cilji projekta	13
5.1 Povečanje ozaveščenosti o krožnem gospodarstvu	13
5.2 Promocija inovativnih tehnologij in rešitev	14
5.3 Krepitev podpornega zakonodajnega okvirja	14
6. Slogan projekta in ključna komunikacijska sporočila	15
6.1 Slogan projekta	15
6.2 Ključna splošna komunikacijska sporočila	16
6.3 ključna komunikacijska sporočila po področjih	16
6.3.1 Naravni viri	16
6.3.2 Gospodarnost	17
6.3.3 Zakonodaja	17
6.3.4 Inovacije, raziskave in razvoj	17
6.3.5 Mreženje in sodelovanje	18
7. Specifična komunikacijska sporočila glede na deležnike / ciljne skupine	18
7.1 Industrija	18
7.2 Zakonodajalci in javna uprava	19
7.3 Lokalne skupnosti in regionalne oblasti	19





7.4 Raziskovalne institucije in inovacijska središča.....	20
7.5 Nevladne organizacije in mediji.....	20
7.6 Širša javnost.....	21
8. Orodja in kanali komuniciranja.....	21
8.1 Spletna stran.....	21
8.2 Strategija socialnih omrežij s predlogi socialnih omrežij.....	22
8.2.1 Socialni omrežji.....	23
8.2.2 Merjenje uspešnosti socialnih omrežij.....	24
8.2.3 Vloga partnerjev pri uporabi socialnih omrežij.....	25
8.3 Dogodki.....	26
8.4 Letak.....	26
8.5 Predstavitveni PPT.....	26
8.6 Promocijski video.....	26
8.7 Promocijski zemljevid 6 demonstracijskih akcij.....	27
8.8 Pingvini in obvestilne table.....	27
8.8.1 Pingvin.....	27
8.8.2 Obvestilna tabla.....	27
8.9 Promocijski izdelki.....	27
8.10 Članki.....	28
8.11 Tematski intervjuji.....	28
8.12 E-novičnik.....	29
9. Organizacija komuniciranja znotraj konzorcija partnerjev.....	29
9.1 Struktura komuniciranja.....	29
9.2 Orodja za interno komuniciranje.....	30
9.3 Načrt koordinacije med partnerji.....	30
9.5 Spodbujanje aktivnega sodelovanja partnerjev.....	30
10. Načrt izvedbe aktivnosti komuniciranja s časovnico in odgovornimi organizacijami projektnih partnerjev (Priloga 1).....	31
11. Načrt monitoringa komunikacijskih aktivnosti.....	32
11.1 Ključni kazalniki uspešnosti (KPI).....	32
11.2 Orodja za spremljanje.....	35
11.3 Periodično poročanje.....	36
11.4 Prilagajanje strategije na podlagi monitoringa.....	36
11.5 Kvantitativna in kvalitativna analiza.....	36
12. Kampanja »Projekt Odpadna vas – trajnostno naselje prihodnosti«.....	37
Priloga. 10. poglavje – Načrt izvedbe komunikacijskih aktivnosti s časovnico.....	39





Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

Povzetek izročka v slovenskem in angleškem jeziku / Deliverable overview in English and Slovenian (Največ 3500 znakov / Maximum of 3500 characters)

Prva Strategija komuniciranja in razširjanja rezultatov projekta LIFE IP Restart in strategija socialnih medijev je bila pripravljena sredi leta 2024. Že izvedene komunikacijske aktivnosti in napredek projekta so narekovali posodobitev dokumenta. Ta je pripravljen na:

- analizi že izvedenih komunikacijskih aktivnosti ter posledično ugotovitvah, ki jih je prineslo prvo obdobje izvajanja strategije;
- rezultatih dveh delavnic v okviru E akcij: prva je bila namenjena identifikaciji ključnih in usklajenih rešitev za komuniciranje projekta, druga pa je bila osredotočena na poglobljeno razčlenitev deležnikov, opredelitev njihovih potreb, motivacije, ovir in možnih načinov vključevanja;
- analizi 10 izvedenih tematskih intervjujev, ki so dodatno osvetlili percepcijo projektnih aktivnosti oziroma krožnega gospodarstva.

Posodobljena strategija komuniciranja podpira in spremlja napredek projekta, potrebe deležnikov projekta ter zagotavlja trajnost učinkov, vrednot in rezultatov projekta s ciljem večje ozaveščenosti o krožnem gospodarstvu in njegovih prednostih. Vsebuje med drugim: analizo deležnikov projekta, opredeljuje vlogo komuniciranja in ozaveščanja v projektu, opredeljuje komunikacijske cilje, slogan projekta in ključna ter specifična komunikacijska sporočila (glede na ciljne skupine), navaja orodja in kanale komuniciranja, opredeljuje organiziranost komuniciranja znotraj konzorcija, vsebuje podroben načrt komuniciranja s časovnico, navaja ključne kazalnike uspešnosti z načrtom monitoringa komunikacijskih aktivnosti, v zaključnem delu pa predlaga osnutek kampanje, primerne za projektante – »Projekt Odpadna vas-Trajnostno naselje prihodnosti«.

First Communication and Dissemination Strategy for the LIFE IP Restart and Social media strategy, was prepared in mid-2024. However, the communication activities already carried out and the progress made within the project called for an update of the document, which is based on:

- *an analysis of the communication activities that have already been implemented and the resulting findings from the period of strategy implementation;*
- *the results of two workshops carried out under the E actions: the first focused on identifying key and harmonised communication solutions for the project; the second centred on an in-depth breakdown of stakeholders and the definition of their needs, motivations, barriers and potential ways of engagement;*
- *an analysis of 10 thematic interviews, which further illuminated the perception of project activities and of the circular economy.*

The updated communication strategy supports and accompanies the project's progress, addresses the needs of project stakeholders, and ensures the sustainability of the project's impacts, values and results, with the aim of increasing awareness of the circular economy and its benefits. Among other



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



elements, the updated strategy includes: an analysis of project stakeholders; a definition of the role of communication and awareness-raising within the project; communication objectives; the project slogan and key and specific communication messages (according to target groups); an overview of communication tools and channels; a definition of the communication structure within the consortium; a detailed communication plan with a timeline; key performance indicators with a monitoring plan for communication activities; and, in its concluding section, a proposed draft campaign suitable for project designers – “Waste Village Project – A Sustainable Settlement of the Future.”





Celoten izroček / Deliverable

1. Uvod

Za uspeh celotnega projekta LIFE IP Restart je iz vidika komuniciranja Strategija komuniciranja in razširjanja rezultatov projekta LIFE IP Restart in strategija socialnih medijev ključnega pomena. Ta se osredotoča na povečanje ozaveščenosti o krožnem gospodarstvu in njegovih prednostih. S pomočjo različnih komunikacijsko – ozaveščevalnih aktivnosti, orodij in kanalov so deležniki / ciljne skupine projekta obveščeni o možnostih aktivnega sodelovanja v procesu prehoda. S tem želimo ustvariti in okrepiti razumevanje, da so odpadki lahko vir surovin, in jih je mogoče uporabiti za nove proizvode, krožno gospodarstvo pa ustvarja številne gospodarske in družbeno-socialne priložnosti.

Strategija komuniciranja in razširjanja rezultatov projekta LIFE IP Restart in strategija socialnih medijev je »živ« dokument, ki se prilagaja poteku in razvoju projekta, potrebam deležnikov ter spremembam v širšem družbenem in okoljskem kontekstu. Njena prožnost omogoča nadgradnjo pristopov, sporočil in komunikacijskih orodij, kar zagotavlja, da so aktivnosti relevantne, usklajene in učinkovite.

2. Povzetek projekta LIFE IP RESTART

Projekt LIFE IP Restart (2022 – 2030) je integralni strateški projekt, ki si prizadeva za gladek prehod Slovenije v krožno gospodarstvo, s poudarkom na preprečevanju nastajanja odpadkov in njihovi učinkoviti predelavi, predvsem v gradbenem in rudarskem sektorju. Njegove ključne aktivnosti so med drugim: 6 demonstracijskih akcij / primerov dobrih praks, ki naj bi se nadaljevale tudi po koncu projekta oziroma se replicirale v praksi, različne tematske delavnice, sejmi in drugi dogodki, izobraževalno ozaveščevalne kampanje, izvajanje tematskih intervjujev in javnomnenjskih anket – v tesnem sodelovanju z vladnimi službami, ki pripravljajo zakonodajo na področju ravnanja z odpadki. Vizija projekta vključuje tudi sodelovanje z raziskovalnimi institucijami z namenom spodbujanja razvoja novih tehnologij za predelavo odpadkov in ustvarjanje novih materialov iz recikliranih virov.

Trenutno se Slovenija na področju ravnanja z odpadki sooča z več izzivi, kot so: nizka stopnja recikliranja, pomanjkljiva zakonodaja ter pomanjkanje učinkovitih tehnologij za predelavo odpadkov. Projekt LIFE IP Restart želi predstaviti možne rešitve, s katerimi bo Slovenija obravnavala te izzive in izboljšala trenutni sistem ravnanja z odpadki ter zapolniti vrzeli v izvajanju ukrepov skladno z EU in nacionalno zakonodajo (kot npr. boljše izvajanje Programa ravnanja z odpadki in programa preprečevanja odpadkov Republike Slovenije - OPPRO, 2022).





3. Analiza deležnikov projekta

Najpomembnejši člen za uspešnost projekta so njegovi deležniki. Zato je eden od ciljev zagotovo ta, da vsak deležnik razume koristi krožnega gospodarstva, in da ima vsak izmed njih tudi jasno vlogo v projektu.

Projekt LIFE IP Restart ima relativno širok nabor deležnikov za čim boljše možnost učinkovitega prehoda v krožno gospodarstvo, strateško pa smo jih opredelili kot primarne in sekundarne.

3.1. Primarni deležniki

Primarni deležniki so tisti, ki jih aktivno vključujemo v sam projekt oziroma pripravo njegovih rešitev. Njihova stališča glede krožnosti v gradbenih odpadkih so preverjena na začetku projekta, na koncu projekta pa bo izmerjena morebitna sprememba njihovih ravnanj na tem področju. Pri izvedbi projekta se osredotočamo na intenzivno sodelovanje z njimi - z njihovo pomočjo bomo evidentirali ključne ovire za spremembo ravnanj in nato sprožali oblikovanje rešitev, s katerimi naj bi nagovorili zaznane priložnosti. Namesto množičnih oziroma razpršenih ozaveščevalnih aktivnostih se osredotočamo na delovne interakcije s primarnimi deležniki, na podlagi katerih bomo lahko predlagali zanje bolj relevantne zakonodajne in tehnološke pristope.

Primarni deležniki so:

- določena izbrana (večja in manjša) gradbena podjetja in zasebni investitorji: izvajajo konkretne projekte, kjer reciklirani materiali in trajnostne prakse (lahko) postanejo resničnost, kar omogoča učinkovito izvajanje trajnostne gradnje.
- Nosilci velikih javnih investicij: velika državna podjetja, ki izvajajo različne gradbene projekte.
- Javna uprava, pristojna za relevantno zakonodajo:
 - ministrstva: odgovorna so za oblikovanje in implementacijo politik in zakonodaje, ki spodbuja krožno gospodarstvo in trajnostne prakse v gradbeništvu ter industriji. Njihove odločitve določajo smernice za celotno državno raven.
 - Inšpekcijske službe: nadzorujejo skladnost z gradbenimi oziroma rudarskimi predpisi, vključno s trajnostnimi standardi, kar zagotavlja, da so gradbeni materiali in postopki skladni s krožnim gospodarstvom.

3. 2. Sekundarni deležniki

S sekundarnimi deležniki sodelujemo predvsem v obliki kontinuiranega obveščanja o poteku projekta, njegovih dogodkih in rezultatih.





Sekundarni deležniki so:

- strokovna inženirska združenja s področja arhitekture in projektiranja (kot npr. IZS, ZAPS);
- druga gradbena podjetja (ki niso opredeljena kot primarni deležniki);
- zbiralci in predelovalci odpadkov;
- komunalna podjetja;
- lokalne skupnosti - še posebej združenja občin ([Združenje občin Slovenije-ZOS](#), [Skupnost občin Slovenije-SOS](#));
- regionalne razvojne agencije (RRA);
- izobraževalne ustanove, raziskovalci in razvojne organizacije;
- nevladne organizacije, ki delujejo na področju varstva okolja, trajnostnega razvoja oziroma krožnega gospodarstva;
- splošna javnost;
- mediji.

4. Vloga komuniciranja in ozaveščanja v projektu

Prehod v krožno gospodarstvo seveda ni zgolj tehnični izziv, gre za celoten družbeni proces, ki zahteva aktivno sodelovanje vseh posrednih deležnikov, vključno z industrijo, javnimi institucijami, raziskovalnimi in izobraževalnimi organizacijami, mediji in širšo javnostjo. Učinkovito komuniciranje o priložnostih, izzivih in ciljih krožnega gospodarstva je izredno pomembno za doseg dejanskih rezultatov.

4.1 Pomen komuniciranja za uspeh projekta

Cilj projekta LIFE IP Restart je spodbuditi prehod v krožno gospodarstvo, kar vključuje tudi preoblikovanje načina ravnanja z odpadki in viri. Vendar pa razpoložljivi tehnični ukrepi ne bodo zadostni in učinkoviti, če z njimi ne bodo dobro seznanjeni naši deležniki. Ključno je, da razumejo pomen teh sprememb, saj se lahko le s sodelovanjem vseh doseže dolgoročen učinek.

Komuniciranje ima v tem procesu dve vlogi:

- prva je **informiranje o projektnih ciljih, dejavnostih in rezultatih** – s poudarkom na 6 demonstracijskih akcijah projekta; ključno je, da vsi deležniki poznajo podrobnosti o tem, kaj projekt želi doseči in kako bodo doseženi ti cilji.
- Druga vloga komuniciranja je **ozaveščanje in spodbujanje mreženja in sodelovanja**. Prehod v krožno gospodarstvo zahteva spremembo miselnosti in navad. To pomeni, da je komunikacija ključna za ustvarjanje pozitivnih stališč do ohranjanja in zaščite naravnih virov, recikliranja, ponovne uporabe materialov in zmanjšanja odpadkov.





4.2 Ključne naloge komuniciranja v projektu

- **Povečanje ozaveščenosti o krožnem gospodarstvu in njegovih prednostih:** krožno gospodarstvo ponuja številne prednosti in koristi, ne le za okolje in naravne vire, temveč tudi za gospodarstvo in družbo kot celoto. Ena glavnih nalog komuniciranja bo torej povečanje ozaveščenosti o teh prednostih in koristih.
- **Sprememba percepcije odpadkov:** odpadki pogosto nosijo negativno konotacijo. Projekt LIFE IP Restart spodbuja prav preoblikovanje tega pogleda, tako da odpadke obravnavamo kot priložnost. Komuniciranje je ključnega pomena za spremembo percepcije, da bodo odpadki dojeti kot vir surovin, ki ga je mogoče ponovno uporabiti ali reciklirati.
- **Spodbujanje mreženja in sodelovanja med različnimi deležniki:** prehod v krožno gospodarstvo zahteva tesno sodelovanje med različnimi deležniki – predvsem gradbeno industrijo, javno upravo, lokalnimi oblastmi, raziskovalnimi institucijami, nevladnimi organizacijami in najširšo javnostjo. Komunikacijske aktivnosti so zato usmerjene v vzpostavitev učinkovitega dialoga ter v spodbujanje aktivnega sodelovanja med temi skupinami
- **Promocija inovativnih praks in tehnologij:** komunikacija z različnimi sektorji vključuje predstavitev tehnoloških dosežkov – še posebej tistih, ki so že oziroma še bodo razviti v 6 demonstracijskih akcijah projekta LIFE IP Restart. Promocija dosežkov poteka preko različnih komunikacijskih kanalov in z organizacijo ogledov dobrih praks, s čimer je zagotovljena širša podpora krožnemu gospodarstvu ter boljša implementacija novih praks. Pomembno vlogo pri prenosu in razširjanju tehnoloških dosežkov v okviru 6 demonstracijskih akcij v druga okolja imajo t.i. kompetenčne skupine (Demo Aptitude Groups), oblikovane za vsako od 6 demonstracijskih akcij.

4.3 Strategija ozaveščanja

Projekt LIFE IP Restart ubira celovit pristop k ozaveščanju in komuniciranju, ki vključuje različne kanale in orodja. Ozaveščevalne aktivnosti so prilagojene potrebam različnih ciljnih skupin / deležnikov.

Glavne komponente strategije ozaveščanja:

- **Dogodki:** organizacija dogodkov, kot so delavnice, seminarji, hekatoni, konference, spletna srečanja, študijski obiski primerov dobrih praks, ... omogoča neposredno komuniciranje z različnimi ciljnimi skupinami oziroma deležniki. Ti dogodki so na projektu uporabljeni za ozaveščanje o novih tehnologijah, politikah in (dobrih) praksah ter za krepitev sodelovanja med podjetji, raziskovalci in javnimi institucijami. Dogodki služijo tudi kot platforma za izmenjavo znanja in dobrih praks.
- **Digitalna komunikacija:** digitalni kanali, kot so spletna stran projekta, družbeni omrežji (Facebook, LinkedIn) in spletni portali, so ključni za širjenje informacij o projektu. Ti kanali omogočajo širok doseg in hitro distribucijo informacij ter omogočajo interakcijo s posrednimi





deležniki. Spletna stran projekta služi kot osrednja točka za dostop do vseh informacij, vključno z novicami, dogodki, rezultati projektne dejavnosti in inovacijami.

- **Sodelovanje z mediji:** projekt sodeluje z nacionalnimi in lokalnimi tiskanimi ter elektronskimi mediji, ki poročajo o novostih v okviru projekta in primerih dobrih praks. Še posebej je izpostavljeno sodelovanje s strokovnimi oziroma specializiranimi publikacijami / revijami, ki so tematsko sorodne vsebinam projekta. Cilj je doseči medijsko pokritost, ki prispeva k večji ozaveščenosti in prepoznavnosti projekta.

4.4 Vloga partnerjev pri komuniciranju

Vsak partner v projektu LIFE IP Restart ima pomembno vlogo pri izvajanju komunikacijskih aktivnosti. Industrijski partnerji so ključni pri širjenju inovacij in dobrih praks, medtem ko raziskovalne institucije prispevajo z znanstvenimi dognanji in novimi tehnologijami. Javni sektor ima ključno vlogo pri usklajevanju in predstavljanju nove zakonodaje tako na internem, kot tudi na medsektorskem in medresorskem nivoju ter tudi na nivoju lokalnih skupnosti. Komunikacija med partnerji omogoča učinkovito usklajevanje aktivnosti in doseganje skupnih ciljev.

Naloge oziroma odgovornost projektne partnerjev pri komuniciranju so podrobneje opredeljene v dokumentu Podrobna strategija razširjanja projektne materialov in promocijskih kampanj s cilji.

5. Komunikacijski cilji projekta

Komunikacijski cilji projekta LIFE IP Restart so temeljnega pomena za uspeh in doseganje premikov na področju krožnega gospodarstva. Ti cilji obsegajo več vidikov, od sodelovanja s ključnimi deležniki do ozaveščanja širše javnosti. Uspešna komunikacijska strategija zagotavlja razumevanje vseh deležnikov o nujnosti prehoda v krožno gospodarstvo, poznavanje koristi in priložnosti ter pripravljenost aktivno sodelovati v tem procesu.

5.1 Povečanje ozaveščenosti o krožnem gospodarstvu

Glavni komunikacijski cilj projekta je povečanje ozaveščenosti o krožnem gospodarstvu in njegovih prednostih. Ta cilj je ključnega pomena za doseg večjega razumevanja in podpore med vsemi deležniki. Projekt LIFE IP Restart stremi k varovanju naravnih virov oziroma njihovi trajnostni rabi, kjer odpadki postanejo surovine, ki jih je možno reciklirati, ponovno uporabiti ali predelati. Ozaveščanje je ključni element tega prehoda, saj morajo podjetja, javni sektor in posamezniki razumeti, kako pomembno (iz več vidikov) je zmanjšanje količine odpadkov in bolj učinkovita raba naravnih virov.

Povečanje ozaveščenosti o krožnem gospodarstvu je treba doseči na več ravneh:

- **gradbena podjetja oziroma industrija:** pomembno je, da podjetja razumejo gospodarske koristi krožnega gospodarstva. Uporaba recikliranih materialov in tehnologij za ponovno





uporabo lahko zmanjša stroške proizvodnje in poveča konkurenčnost podjetij na trgu. Komunikacijski cilji vključujejo informiranje podjetij o finančnih priložnostih, ki jih prinaša krožno gospodarstvo.

- **javna uprava:** državne in lokalne oblasti morajo biti ozaveščene o tem, kako lahko politike, zakonodaja in regulativa podpirajo prehod v krožno gospodarstvo. Pomembno je, da se politika prilagodi tako, da spodbuja krožne prakse, kar vključuje davčne olajšave za podjetja, ki uvajajo trajnostne rešitve, in podpora raziskovalnim projektom.
- **Širša javnost:** cilj je spremeniti vedenje in prizadevanja posameznikov. Javnost mora razumeti pozitivne vplive pravilnega ravnanja z odpadki. Posamezniki tako delujejo kot orodje za prenos informacij do pomembnejših deležnikov, ki lahko vplivajo na odločitve v večjih projektih, ki predstavljajo večjo obremenitev za okolje.

5.2 Promocija inovativnih tehnologij in rešitev

Eden od komunikacijskih ciljev projekta je tudi promocija inovativnih tehnologij in rešitev, ki omogočajo krožno gospodarstvo. V tem kontekstu bodo komunikacijske aktivnosti usmerjene v predstavitev in širjenje novih tehnologij, ki omogočajo bolj učinkovito recikliranje in ponovno uporabo materialov.

Komunikacijski cilji na tem področju vključujejo:

- **predstavitev tehnologij:** projekt LIFE IP Restart bo sodeloval z inštituti ter podjetji, ki razvijajo nove tehnologije za predelavo odpadkov. Pomembno je, da se te tehnologije učinkovito predstavijo industriji, da bodo podjetja lahko izkoristila priložnosti za zmanjšanje stroškov in izboljšanje svojih proizvodnih procesov.
- **Demonstracijske akcije v okviru projekta:** služijo kot primeri dobrih praks in inovativnih rešitev za krožno gospodarstvo - tudi po zaključku projekta. Komunikacijski cilji vključujejo promocijo teh akcij kot uspešnih primerov, ki jih lahko drugi deležniki posnemajo in implementirajo v svojih okoljih.
- **Inovacije v recikliranju:** ključni cilj je tudi promocija inovacij na področju recikliranja kompleksnih materialov, kot so gradbeni odpadki, rudarski odpadki, blato iz komunalnih čistilnih naprav in pa žlindra. Inovacije na tem področju bodo omogočile boljše recikliranje teh materialov, kar bo prispevalo k zmanjšanju količine odpadkov, večji uporabi recikliranih materialov v proizvodnji ter manjši porabi naravnih virov.

5.3 Krepitev podpornega zakonodajnega okvira

Komunikacijski cilji vključujejo tudi spodbujanje sprememb v zakonodaji na področju ravnanja z odpadki, ki bodo podpirale krožno gospodarstvo. Ključni deležnik pri tem so državni in lokalni zakonodajalci, ki imajo moč sprejemanja predpisov oziroma politik, ki spodbujajo krožno gospodarstvo.





Komunikacijske aktivnosti so usmerjene v dialog s politiki in odločevalci za boljše razumevanje potreb po zakonodajnih prilagoditvah.

Cilji vključujejo:

- **podporo trajnostni zakonodaji:** komuniciranje o pomembnosti trajnostne zakonodaje, ki spodbuja krožno gospodarstvo. Zakonodajalci bodo informirani o prednostih, ki jih lahko prinesejo tovrstni zakoni, tako na področju gospodarstva kot okolja.
- **Davčne spodbude za podjetja:** komuniciranje o potrebi po davčnih spodbudah za podjetja, ki uporabljajo reciklirane materiale ali vlagajo v tehnologije za krožno gospodarstvo. Takšne spodbude bi spodbudile večje število podjetij, da se vključijo v trajnostne prakse.
- **Podporo raziskavam in razvoju:** komunikacijski cilj je tudi zagotoviti podporo zakonodaji, ki omogoča financiranje raziskav in razvoja na področju krožnega gospodarstva, kar prispeva k dolgoročni trajnosti in razvoju inovacij v industriji recikliranja in ponovne uporabe virov.

6. Slogan projekta in ključna komunikacijska sporočila

6.1. Slogan projekta

Odpadek šteje. (Waste counts.)

Slogan "Odpadek šteje." je jedro komunikacijske strategije projekta LIFE IP Restart. Beseda "šteje" ima večplasten pomen, ki ga je mogoče razlagati z različnih vidikov – gospodarskega, okoljevarstvenega in družbenega.

- **Gospodarski vidik:** odpadek šteje, ker lahko prispeva k dobičku in varčevanju. V krožnem gospodarstvu odpadek ni zgolj neuporaben material, temveč dragocena surovina, ki jo je mogoče ponovno uporabiti in predelati v nov proizvod. Tako odpadki postanejo ekonomski vir, ki zmanjšuje potrebo po svežih surovinah in znižuje stroške podjetij. Uporaba recikliranih materialov lahko poveča konkurenčnost in inovativnost podjetij in jim omogoči znižanje stroškov proizvodnje ter izboljšanje njihove okoljske odgovornosti oziroma zmanjšanje ogljičnega odtisa.
- **Trajnostni in okoljevarstveni vidik:** zmanjševanje količine odpadkov in njihova ponovna uporaba prispevata k varovanju naravnih virov. Odpadek "šteje" v smislu njegovega vpliva na okolje – z zmanjšanjem odlagališč odpadkov in zmanjšanjem izkoriščanja naravnih virov se izboljšuje stanje okolja. Slogan torej poudarja pomembnost odgovornega ravnanja z naravnimi viri, saj recikliranje prispeva k zmanjšanju pritiska na okolje.





- **Družbeni vidik:** odpadki šteje, ker vsi deležniki – od industrije do širše javnosti – igrajo pomembno vlogo pri prehodu v krožno gospodarstvo. Slogan "Odpadek šteje." spodbuja posameznike in organizacije k aktivnemu sodelovanju pri preprečevanju nastajanja odpadkov oziroma njihovega zmanjševanju, ločevanju in recikliranju. Vsak lahko prispeva k spremembi s tem, da prepozna vrednost odpadkov kot možnih virov za nove proizvode. Družbeni vidik nenazadnje vključuje tudi varnost, ki je naslovljena preko večje (samo)zadostnosti lastnih naravnih virov države.

6.2 Ključna splošna komunikacijska sporočila

Uporabljamo jih na vseh stičnih točkah projekta in sicer na način, ki je prilagojen izbranemu deležniku oziroma kontekstu. Cilj načrtne komunikacije je postopno doseganje stanja, ko deležniki razumejo nesprejemljivost obstoječega stanja na področju gradbenih odpadkov in so hkrati tudi pripravljeni v zvezi s tem spremeniti svoja ravnanja.

- **“Obstoječi način upravljanja z gradbenimi odpadki je neučinkovit, škodljiv in preživet, zato bodo vsi vključeni deležniki morali vzpostaviti bolj trajnostne principe.”**
- **“Za uspešen razvoj skupnosti, organizacij in države je prehod na krožnost nujen.”**
- **“Projekt LIFE IP RESTART aktivno podpira deležnike z vzpodbujanjem razvoja in promocijo tehnoloških rešitev, ki so potrebne za prehod na krožno upravljanje z gradbenimi odpadki.”**
- **“Projekt LIFE IP RESTART aktivno vpliva na oblikovanje bolj naprednega zakonodajnega okvirja na področju upravljanja z gradbenimi odpadki.”**

6.3 Ključna komunikacijska sporočila po področjih

Komunikacijska sporočila projekta LIFE IP Restart so zasnovana tako, da se prilagodijo različnim deležnikom / ciljnim skupinam, pri čemer poudarjajo specifične prednosti krožnega gospodarstva na področjih naravnih virov, gospodarnosti, zakonodaje, inovacij ter sodelovanja. Sporočila so zasnovana na podlagi slogana "Odpadek šteje.", in naslavljajo tako gospodarske kot trajnostne vidike.

6.3.1 Naravni viri

"Odgovorno ravnanje z naravnimi viri."

Projekt LIFE IP Restart stremi k bolj odgovornemu ravnanju z naravnimi viri z zmanjševanjem izkoriščanja naravnih virov in s spodbujanjem njihove regeneracije. Ključnega pomena je, da odpadki niso zgolj odvečni material, temveč priložnost za ponovno uporabo in recikliranje, kar zmanjšuje pritisk na naravo.





Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing the environment for a circular economy in Slovenia

"Prispevamo k regeneraciji okolja."

S tem sporočilom projekt poudarja, da krožno gospodarstvo prispeva k varovanju okolja z zmanjšanjem potrebe po novih naravnih surovinah, kar posledično prispeva k ohranjanju naravnih ekosistemov.

6.3.2 Gospodarnost

"Odpadek ni več problem, temveč priložnost."

To sporočilo izpostavlja gospodarsko logiko krožnega gospodarstva, kjer se odpadki obravnavajo kot vir za nove proizvode. Namesto da bi odpadke zavržli, jih lahko predelamo in ponovno uporabimo, kar ustvarja gospodarsko vrednost.

"Uporabi recikliran material – možen je nov proizvod."

Sporočilo spodbuja industrijo k uporabi recikliranih materialov v svojih proizvodnih procesih in s tem zmanjšanju stroškov ter izboljšanju konkurenčnosti. Reciklirani materiali so enakovredni novim, vendar z manjšo porabo surovin in energije.

"Varčujemo in povečujemo dobiček."

Projekt izpostavlja finančne koristi krožnega gospodarstva, saj omogoča podjetjem varčevanje z uporabo recikliranih materialov in ustvarjanje dobička z novimi proizvodi iz predelanih surovin.

6.3.3 Zakonodaja

"Jasna in usklajena zakonodaja vodi do trajnosti."

Projekt LIFE IP Restart poudarja potrebo po enotni in transparentni zakonodaji, ki bo olajšala administrativne postopke upravljanja z odpadki. Jasna pravila bodo vsem deležnikom olajšala razumevanje svojih odgovornosti ter prispevala k bolj učinkovitemu krožnemu gospodarstvu.

"Manj birokracije."

Cilj sporočila je poenostaviti postopke, povezane z upravljanjem z odpadki, kar bo omogočilo hitrejše in učinkovitejše izvajanje trajnostnih praks v gospodarstvu in družbi.

6.3.4 Inovacije, raziskave in razvoj

"Razvijamo nove tehnološke in ekonomske rešitve."

Inovacije so ključni del krožnega gospodarstva, kjer so potrebne nove tehnologije in pristopi za recikliranje in ponovno uporabo materialov. Projekt LIFE IP Restart spodbuja razvoj in implementacijo novih rešitev, ki bodo omogočile večjo materialno neodvisnost in zmanjšale odvisnost od tujih virov.

"Demonstracijske akcije kot osnova za prihodnost."



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

Sporočilo se nanaša na testiranje novih tehnologij in rešitev v realnem okolju prek 6 demonstracijskih akcij projekta. Te bodo služile kot primeri dobrih praks, ki jih je mogoče razširiti na nacionalni ravni in prilagoditi potrebam različnih sektorjev.

6.3.5 Mreženje in sodelovanje

"Sodelovanje je ključ do uspeha."

Projekt LIFE IP Restart poudarja sodelovanje med različnimi resorji, industrijskimi panogami, vlado in raziskovalnimi institucijami za prehod v krožno gospodarstvo. Jasna opredelitev odgovornosti in uspešno sodelovanje med deležniki sta ključna za doseg trajnostnih ciljev.

"Sodelovanje ministrstev in drugih deležnikov zagotavlja trajnostne rešitve."

Sodelovanje med ministrstvi ter med drugimi resorji je ključno za oblikovanje usklajenih politik in zakonodaje, ki podpirajo krožno gospodarstvo.

7. Specifična komunikacijska sporočila glede na deležnike / ciljne skupine

V okviru projekta LIFE IP Restart so specifična komunikacijska sporočila prilagojena različnim deležnikom / ciljnim skupinam, saj vsak prispeva na svoj način k uresničevanju ciljev krožnega gospodarstva. Ključni deležniki vključujejo industrijo, zakonodajalce, lokalne oblasti, raziskovalne ustanove, nevladne organizacije in pobude ter širšo javnost. Vsak izmed njih ima edinstveno vlogo in vpliv na prehod v krožno gospodarstvo, zato je pomembna jasnost in prilagojenost komunikacijskih sporočil njihovim potrebam, interesom in sposobnostim prispevanja.

7.1 Industrija

Industrija in (gradbena) podjetja so eden najpomembnejših dejavnikov pri prehodu v krožno gospodarstvo, saj neposredno obvladujejo proizvodne procese, uporabo virov in obvladovanje odpadkov. Specifična komunikacijska sporočila za industrijo so osredotočena na gospodarske in konkurenčne prednosti, ki jih prinaša uporaba krožnih praks.

Glavna sporočila:

»Manj odpadkov, več priložnosti.«

Cilj je pokazati, da reciklirani materiali niso le okolju prijazni, ampak tudi gospodarsko donosni. Sporočilo spodbuja podjetja, da izkoristijo finančne in konkurenčne prednosti, ki jih prinaša uporaba recikliranih virov.



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

"Odpadek je vir – ustvarite nove vrednosti z recikliranimi materiali."

To sporočilo poudarja, da podjetja ne bi smela gledati na odpadke kot na breme, temveč kot na vir za ustvarjanje novih produktov. Projekt LIFE IP RESTART spodbuja podjetja, naj prepoznajo in izkoristijo priložnosti, ki jih ponuja krožno gospodarstvo.

7.2 Zakonodajalci in javna uprava

Zakonodajalci in javne institucije imajo ključno vlogo pri ustvarjanju spodbudnega zakonodajnega in političnega okvira za krožno gospodarstvo. Komunikacijska sporočila so osredotočena na to, kako lahko zakonodaja in regulative podpirajo trajnostne prakse, zmanjšujejo birokratske ovire in olajšujejo podjetjem prehod v krožno gospodarstvo.

Glavna sporočila:

"Podpirajte jasno in usklajeno zakonodajo za krožno gospodarstvo."

To sporočilo spodbuja zakonodajalce k oblikovanju zakonodajnih rešitev, ki podpirajo krožno gospodarstvo in lajšajo podjetjem uvajanje trajnostnih praks. Poudarek je na poenostavitvi birokratskih postopkov in spodbujanju investicij v trajnostne tehnologije.

"Z učinkovito zakonodajo do trajnostnega razvoja."

Sporočilo opozarja, da ima zakonodaja ključno vlogo pri uresničevanju trajnostnih ciljev. Projekti, kot je LIFE IP Restart, potrebujejo podporo v obliki jasnih predpisov za spodbujanje recikliranja in ponovno uporabo virov.

7.3 Lokalne skupnosti in regionalne oblasti

Lokalne skupnosti in regionalne oblasti igrajo ključno vlogo pri implementaciji krožnih praks na lokalni ravni. Njihovo sodelovanje je pomembno za spodbujanje trajnostnih praks med prebivalstvom ter za zagotavljanje lokalne infrastrukture za recikliranje in ponovno uporabo.

Glavna sporočila:

"Sodelujte v lokalnih shemah recikliranja – vsak odpadek šteje."

To sporočilo nagovarja lokalne oblasti k vzpostavitvi sheme za ločeno zbiranje odpadkov in recikliranje na lokalni ravni ter aktivnemu sodelovanju pri ozaveščanju prebivalcev o pomembnosti ločevanja in recikliranja.

"Zmanjšujte količino odpadkov v svoji skupnosti – skupaj za čistejše okolje."



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing the environment for a circular economy in Slovenia

Namenjeno je prebivalcem in lokalnim skupnostim kot spodbuda k zmanjšanju količine odpadkov in k večji udeležbi v recikliranju. Lokalne oblasti igrajo ključno vlogo pri spodbujanju teh praks.

7.4 Raziskovalne institucije in inovacijska središča

Raziskovalne institucije in inovacijska središča so ključni partnerji pri razvoju novih tehnologij, ki omogočajo prehod v krožno gospodarstvo. Njihova vloga je v ustvarjanju novih rešitev za predelavo odpadkov in zmanjšanje porabe naravnih virov.

Glavna sporočila:

»Raziskujte, bodite inovativni in vodilni v prehodu v krožno gospodarstvo.«

To sporočilo spodbuja raziskovalne institucije k usmeritvam v razvoj novih tehnologij, ki omogočajo učinkovitejšo predelavo odpadkov. Poudarja tudi potrebo po raziskovanju novih materialov, ki so okolju prijaznejši in jih je lažje reciklirati.

"Inovacije so ključne za trajnostno prihodnost."

Sporočilo nagovarja raziskovalce in inovatorje, da prepoznajo svojo odgovornost pri iskanju novih rešitev za trajnostni razvoj. Poudarjen je pomen sodelovanja z industrijo pri implementaciji teh inovacij v realne poslovne procese.

7.5 Nevladne organizacije in mediji

Nevladne organizacije in mediji imajo pomembno vlogo pri obveščanju javnosti in spodbujanju sprememb v družbenem vedenju. Njihova vloga je v širitvi informacij o krožnem gospodarstvu, uspešnih zgodbah in spodbujanju trajnostnih praks.

Glavna sporočila:

"Bodite glasnik krožnega gospodarstva."

To sporočilo poziva nevladne organizacije in medije, naj aktivno sodelujejo pri širjenju informacij o prednostih krožnega gospodarstva. Njihova vloga je ključna pri ozaveščanju širše javnosti in pri vplivanju na politiko in zakonodajo.

"Spodbujajte trajnost – naj vaše poročanje ustvarja spremembe."

Namenjeno je medijem, da jih spodbuja k ustvarjanju vsebin za promocijo trajnostnih praks in ozaveščanju najširše javnosti o pomembnosti krožnega gospodarstva. Mediji so pomemben kanal za širjenje sporočil in vpliv na družbene norme.



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



7.6 Širša javnost

Širša javnost je ključna za uspeh krožnega gospodarstva, saj vsaka individualna odločitev in vedenje vsakega posameznika štejejo v tem procesu in močno vplivajo na količino odpadkov in njihovo ločevanje. Komunikacijska sporočila za javnost se osredotočajo na pomen odgovornega ravnanja z odpadki in na prispevek vsakega posameznika k ohranjanju okolja.

Glavna sporočila:

"Tudi tvoj odpadek šteje – ločuj za trajnostno prihodnost!"

Sporočilo poudarja osebno odgovornost posameznika pri ločevanju odpadkov in njihovem recikliranju. Namenjeno je motiviranju ljudi za sprejetje trajnostnih odločitev v svojem vsakdanjem življenju in k spodbujanju ozaveščenosti o pomembnosti vpliva vsake reciklirane stvari.

"Manj odpadkov danes, boljši jutri."

To sporočilo spodbuja ljudi, da zmanjšajo količino odpadkov in se vključijo v pobude za ponovno uporabo in recikliranje. Cilj je ustvariti zavedanje, da vsaka pozitivna sprememba v ravnanju z odpadki prispeva k dolgoročni ohranitvi naravnih virov.

8. Orodja in kanali komuniciranja

Komunikacijska strategija projekta LIFE IP Restart uporablja kombinacijo digitalnih in tradicionalnih komunikacijskih orodij, prilagojenih različnim deležnikom / ciljnim skupinam. Predvideva redno, ciljno in interaktivno komunikacijo preko spletnih kanalov, družbenih omrežij ter različnih neposrednih dogodkov in aktivnosti. Namen teh orodij je povečati ozaveščenost o pomenu krožnega gospodarstva, spodbuditi sodelovanje deležnikov in omogočiti izmenjavo dobrih praks.

8.1 Spletna stran

Spletna stran projekta life-restart.si je osrednji komunikacijski kanal za zagotavljanje ažurnih informacij o projektu. Vizualno in tehnično je optimizirana za širok nabor uporabnikov, vključno s strokovnjaki, podjetji in širšo javnostjo. Struktura spletne strani je zasnovana tako, da omogoča hitro navigacijo in dostop do ključnih informacij, kot so:

- Naslovna stran:

- o povabilo k sodelovanju, vključno z možnostjo oddaje kontakta,
- o povzetek projekta s predstavitvenim PPT-jem projekta,
- o ključna dejstva o projektu,
- o prikaz partnerjev projekta za povečanje verodostojnosti in spodbujanje zaupanja,





- pilotne / demo akcije,
 - rubrika Študije & dobre prakse z dokumenti, ki se nanašajo na vsebine projekta LIFE IP Restart.
- **Rubrika Aktivnosti:** vsebuje opise vseh akcij projekta, s poudarkom na 6 demonstracijskih akcijah.
 - **Rubrika Aktualne novice in dogodki:** vsebuje redne objave / posodobitve strani o projektnih dejavnostih in načrtovanih dogodkih.
 - **Shramba dokumentov:** vsebuje ključne dokumente, poročila in druge informacije za strokovno javnost.
 - **Rubrika Kontakt:** predstavitev in kontakti ekipe vodilnega partnerja (Ministrstva za okolje, podnebje in energijo).
 - **Povezavi na spletna kanala projekta:** [LinkedIn](#) in [Facebook](#).

Spletna stran je pripravljena v slovenski in angleški različici (ta trenutno obsega osnovne informacije o projektu).

Redne posodobitve spletne strani zagotavljajo stalno aktualnost vsebine.

8.2. Strategija socialnih omrežij s predlogi socialnih omrežij

Uspešna strategija socialnih omrežij igra ključno vlogo pri širjenju ključnih sporočil projekta LIFE IP Restart, s posebnim poudarkom na vključevanju različnih deležnikov in ozaveščanju širše javnosti. Z uporabo socialnih omrežij projekt dosega široko občinstvo, od strokovne javnosti do posameznikov, ki so aktivni v trajnostnih praksah. Namen strategije je predvsem informirati, ozaveščati in aktivno vključevati občinstvo v aktivnosti projekta ter spodbujati sodelovanje pri prehodu v krožno gospodarstvo.

8.2.1 Socialni omrežji

Na podlagi narave projekta, ciljev in ciljnih skupin sta bili za strategijo predlagani družbeni omrežji LinkedIn in Facebook, saj oba kanala omogočata učinkovit način komunikacije tako s širšo javnostjo kot tudi s strokovnjaki in podjetji.

a) [LinkedIn](#)

Ciljna skupina:





LinkedIn je uporabljen za nagovarjanje strokovne javnosti, vključno z raziskovalci, podjetji, zakonodajalci in odločevalci. Gre za platformo, ki je posebej prilagojena profesionalnim omrežjem, kar omogoča izmenjavo strokovnih vsebin, študij primerov in inovacij na področju krožnega gospodarstva.

Strategija:

- **Promocija dogodkov:** objavljena je vsebina že izvedenih dogodkov, kot so delavnice, seminarji in okrogle mize, pa tudi napovednik prihajajočih dogodkov, kjer se bodo uporabniki lahko prijavi, delili informacije in spremljali napovedi.
- **Strokovni članki in študije primerov:** LinkedIn je uporabljen za deljenje poglobljenih strokovnih člankov o recikliranju in trajnostnih praksah v industriji. Poudarek je na predstavitvi raziskav in pilotnih projektov, ki jih izvaja projekt LIFE IP Restart.
- **Intervjuji in mnenja strokovnjakov:** objavljeni bodo intervjuju z industrijskimi strokovnjaki, raziskovalci in zakonodajalci, ki bodo delili svoje poglede na krožno gospodarstvo in pomembnost trajnostnega razvoja.
- **Infografike in vizualne vsebine:** objava vizualno privlačnih infografik, ki predstavljajo ključne podatke in statistike o recikliranju ter ekonomski in okoljski koristi krožnega gospodarstva in spodbujajo angažiranost strokovne javnosti.

Ključne aktivnosti:

- **Vključevanje deležnikov** z neposrednimi komentarji, odgovarjanje na vprašanja in spodbujanje razprave o krožnem gospodarstvu.
- **Uporaba LinkedIn skupin** za deljenje vsebin in ustvarjanje diskusij, ki vključujejo strokovno javnost in relevantne sektorje.
- **Promocija inovacij, raziskav in razvojnih dosežkov projekta** za krepitev podpore krožnim praksam v industriji.

b) [Facebook](#)

Ciljna skupina:

Facebook je predvsem usmerjen k splošni javnosti, nevladnim organizacijam in lokalnim oblastem, saj je platforma priljubljena pri široki demografski skupini uporabnikov. Gre za vizualno platformo, ki omogoča deljenje različnih vrst vsebin, kot so novice, fotografije, videi, dogodki in interaktivni vprašalniki.





Strategija:

- **Redne objave (predvidoma 2-krat tedensko)** vizualnih vsebin, kot so infografike, fotografije recikliranih materialov, prikaz uspešnih primerov implementacije krožnega gospodarstva.
- **Promocija dogodkov:** dogodki, kot so delavnice, seminarji in okrogle mize, ipd. so objavljeni kot Facebook dogodek, kjer se bodo uporabniki lahko prijavi, delili informacije in spremljali napovedi.
- **Video vsebine:** objavljeni bodo kratki videoposnetki o recikliranju, primerih dobrih praks in predstavitvi pilotnih projektov, saj Facebook spodbuja video objave kot učinkovito sredstvo za angažiranje občinstva.
- **Interaktivne ankete in vprašalniki:** za povečanje angažiranosti bodo objavljene interaktivne vsebine, kot so ankete o krožnem gospodarstvu ali vprašalniki, ki bodo uporabnikom omogočili hitro, aktivno ter zanimivo sodelovanje.

Ključne aktivnosti:

- Povečanje dosega objav z aktivnim deljenjem in všečkanjem s strani partnerjev.
- Objavljanje pozitivnih zgodb o uspehu ter prikazovanje vpliva projekta na okolje in gospodarstvo.
- Komentiranje in spodbujanje razprav o pomembnosti krožnega gospodarstva.

8.2.2 Merjenje uspešnosti socialnih omrežij

Uspešnost komunikacijskih aktivnosti na socialnih omrežjih bo redno spremljana in ocenjena s pomočjo naslednjih kazalnikov:

- **Doseg objav:** merjenje, koliko uporabnikov je videlo objave (všečkanje, deljenje, ogledi).
- **Interakcija z objavami:** spremljanje komentarjev, odzivov in delitev, kar bo pokazalo angažiranost občinstva.
- **Analitika rasti sledilcev:** redno spremljanje števila sledilcev na vseh platformah, kar bo kazalo na povečevanje dosega projekta.

S spremljanjem teh kazalnikov je možno prilagajanje vsebin in strategije glede na odzive in interese občinstva.





8.2.3 Vloga partnerjev pri uporabi socialnih omrežij

Za zagotavljanje maksimalnega dosega in učinkovitosti komunikacijskih aktivnosti na družbenih omrežjih je sodelovanje vseh partnerjev v projektu ključnega pomena. Ko se vsebine objavijo na uradnih profilih projekta LIFE IP Restart, morajo partnerji aktivno prispevati k širjenju teh objav z naslednjimi koraki:

- **Všečkanje objave:** ko se nova vsebina objavi na katerem koli družbenem omrežju (Facebook, LinkedIn), naj partnerji všečkajo objavo. S tem dejavno pripomorejo k večji vidljivosti vsebine med svojimi sledilci in v algoritmih teh omrežij.
- **Deljenje objave:** partnerji naj vsebino delijo na svojih uradnih profilih. S tem zagotavljajo, da doseže tudi njihove sledilce, ki jih morda LIFE IP Restart ne doseže neposredno. Partnerji lahko dodajo svoje kratke komentarje ob deljenju vsebine, da jo prilagodijo svojemu občinstvu.
- **Komentiranje objav:** partnerji naj redno komentirajo objave in vzpodbujajo diskusijo. To poveča angažiranost in pomaga pri boljšem dosegu vsebine. Komentarji lahko vključujejo pohvalo vsebini, povabila k sodelovanju ali dodatna vprašanja za spodbujanje dialoga.
- **Uporaba ključnikov (hashtagov):** partnerji naj uporabljajo uradne ključnike projekta, kot so #LifeIPRestart, #odpadekšteje, #krožnogospodarstvo #zeleniprehod, v vseh svojih objavah, povezanih s projektom. S tem prispevajo k boljšemu sledenju in širjenju ključnih tematskih področij.
- **Označevanje relevantnih deležnikov:** partnerji naj pri deljenju objav označijo (tagirajo) druge relevantne akterje, ki bi bili lahko zainteresirani za vsebino (npr. podjetja, institucije, lokalne oblasti). S tem se poveča verjetnost, da ti deležniki delijo vsebino tudi s svojimi omrežji.
- **Spodbujanje sodelavcev:** partnerji naj spodbujajo svoje zaposlene, da všečkajo, delijo in komentirajo objave, s čimer dodatno povečajo doseg in vidnost vsebine znotraj svojih osebnih omrežij.

8.3 Dogodki

Različni tipi dogodkov – delavnice, seminarji, konference, hekatoni, spletna srečanja ter študijski obiski primerov dobrih praks, ipd. – predstavljajo ključni mehanizem za neposredno komuniciranje z različnimi deležniki / ciljnimi skupinami: podjetji, raziskovalnimi organizacijami, odločevalci, lokalnimi skupnostmi, nevladnimi organizacijami, mediji, širšo javnostjo. Omogočajo dvosmerno komunikacijo, prek katere projektni partnerji ne le predstavljajo rezultate, nove tehnologije ali aktualne politike, temveč tudi aktivno zbirajo povratne informacije, izzive in potrebe deležnikov.





Namen in vloga dogodkov v okviru projekta: ozaveščanje o novih tehnologijah in politikah, razširjanje dobrih praks, krepitev sodelovanja in mreženja med različnimi ključnimi akterji, pospeševanje implementacije projekta ter repliciranje dosežkov projekta tudi po njegovem zaključku.

8.4 Letak

Ena od osrednjih ambicij projekta LIFE IP Restart je dvig splošne ozaveščenosti o trajnostnih izzivih in priložnostih, povezanih z gradbenimi odpadki v Sloveniji. Zato je nujno povezovanje s podjetji, vlagatelji, raziskovalci, odločevalci in nevladnimi organizacija ter grajenje partnerstev za pospešitev prehoda v krožno rabo gradbenih materialov.

Da bi bila opredeljena vzpostavitev stikov čim lažja, je bil novembra 2025 pripravljen [predstavitveni letak projekta](#) – »osebna izkaznica« projekta in njegovih ciljev s poudarkom na predstavitvi 6 demonstracijskih akcij (v slovenskem in angleškem jeziku).

8.5 Predstavitveni PPT

Predstavitveni PPT projekta povzema glavne informacije o projektu in je uporaben kot »osebna izkaznica« projekta za različne dogodke in aktivnosti. Poleg navedbe 16 projektnih partnerjev navaja ozadje projekta, njegov namen in cilje, v pregledu aktivnosti so navedene pripravljalne akcije na področju ravnanja z odpadki, izvedbene ter demonstracijske akcije, navedeni so ključni deležniki projekta ter načini sodelovanja z njimi, v zaključku pa so naštet predvideni učinki projekta do leta 2030.

Predstavitveni PPT je pripravljen v [slovenskem](#) in [angleškem](#) jeziku.

8.6 Promocijski video

Promocijski video bo pripravljen za vsako od 6 demonstracijskih akcij projekta. Sestavljen bo iz različnih fotografskih in video vsebin ter tekstovnega dela, dolg bo največ 1,5 minute. Združeval bo informativno in vizualno komponento in tako učinkovito pritegnil pozornost javnosti k projektu LIFE IP Restart in podprl njegov osnovni strateški cilj – lažji prehod Slovenije v krožno gospodarstvo. Namenjen bo odločevalcem, lokalnim skupnostim, gradbenemu sektorju, strokovnjakom za ravnanje z odpadki, nevladnim organizacijam in najširši javnosti.

Prvi promocijski video bo predvidoma pripravljen za demonstracijsko akcijo C8, ki se zaključuje v letu 2026.

8.7 Promocijski zemljevid 6 demonstracijskih akcij





Za potrebe sodelovanja na različnih dogodkih, sejnih, konferencah, ipd. je pripravljen zemljevid 6 demonstracijskih akcij projekta LIFE IP Restart. Zemljevid točkovno prikazuje lokacijo izvajanja posamezne demonstracijske akcije, jo na kratko opiše, dodano pa je tudi fotografsko gradivo.

Zemljevid je pripravljen v angleškem jeziku.

8.8 Pingvini in obvestilne table

8.8.1 Pingvin

Pingvin je promocijski element projekta Life IP Restart, zasnovan za uporabo na dogodkih, sejnih in drugih javnih predstavitev. S svojo obliko pritegne pozornost in simbolizira skrb za okolje ter krožno gospodarstvo.

Pripravljen je v dveh različicah: osnovna je namenjena splošni promociji projekta in vsebuje slogan projekta »Odpadek šteje.«, vse potrebne logotipe ter spletno stran projekta. Druga različica pingvina vključuje slogan in dodaten prostor za besedilo nad logotipi partnerjev, ki je namenjen ključnim sporočilom, kot npr. kratkim informacijam o projektu ali specifičnemu tekstu za posamezni dogodek ali demonstracijsko akcijo.

8.8.2 Obvestilna tabla

Obvestilna tabla je eno od orodij vizualne identitete projekta, namenjena tako predstavitvi projekta, kot tudi projektnih partnerjev / upravičencev, in (pričakovanih) rezultatov.

Vizualna podoba table je pripravljena na podlagi vizualne identitete projekta, vsebuje pa naslednje informacije o projektu: naslov, cilj, ključna sporočila, URL spletnega mesta oziroma podatke za zahteve po dodatnih informacijah.

Obvestilna tabla mora biti postavljena na strateških lokacijah projektnih partnerjev, ki so dostopne in vidne najširši javnosti.

8.9 Promocijski izdelki

Promocijski izdelki so namenjeni širjenju prepoznavnosti projekta. Na vseh izdelkih mora biti prikazan logotip projekta ter drugi ključni vizualni elementi, opredeljeni v Priročniku celostne grafične podobe projekta.

V letu 2025 sta bila kot promocijska izdelka že izdelana:

- o blok (100-listni, format A5, s posebnim dotiskom teksta o projektu LIFE IP Restart ter s pripadajočimi logotipi) in





Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

- o kamnita hiška iz odpadnega marmorja (dvostranska gravura: na eni strani je slogan projekta Odpadek šteje./Waste counts, na drugi logotip projekta LIFE IP RESTART, na dnu pa nalepka z zastavico LIFE ter besedilom »Co-funded by the European Union« v ČB različici, kar je obvezna sestavina, ki jo narekuje GDPR protokol finančnega mehanizma Life).

8.10 Članki

Članki predstavljajo orodje za poglobljene vsebine projekta LIFE IP Restart. Namenjeni so predstavitev različnih vsebin projekta s poudarkom na 6 demonstracijskih akcijah in pripravljene za različne ciljne skupine: od strokovne javnosti in odločevalcev do nevladnih organizacij, podjetij in posameznikov, ki jih zanimajo trajnostni razvoj, krožno gospodarstvo ter inovativni pristopi k ravnanju z viri.

V člankih so redno predstavljani rezultati projektnih aktivnosti, novosti na področju okoljske politike, izzivi in priložnosti pri prehodu v bolj trajnostne prakse ter uspešni primeri sodelovanja in mreženja med partnerji.

8.11 Tematski intervjuji

Tematski intervjuji so namenjeni preverbam mnenja, odnosa in stališč ključnih deležnikov do problematike odpadkov kot virov in krožnosti v sektorju predelave odpadkov ter ugotovitvi možnih sprememb obnašanja ključnih deležnikov.

Identificirani deležniki za sodelovanje v tematskih intervjujih so: oblikovalci politik, gradbena podjetja, javni in zasebni investitorji, projektanti ter predstavniki nevladnega sektorja.

Analiza prvih 10 izvedenih tematskih intervjujev (pomlad-poletje 2025) je dodatno osvetlila percepcijo projektnih aktivnosti oziroma krožnega gospodarstva. Iz odgovorov sogovornikov (predstavniki gradbenega sektorja, javne uprave, področja javnega investiranja, projektantov in NVO) je bilo med drugim razvidno, da so gradbeni odpadki res zelo pomembna tema. Intervjuvanci se zavedajo, da je trajnost pogoj za prihodnost, izpostavljajo potrebo po informacijah, idejah in zgledih. Ne poznajo projekta LIFE IP Restart, kar je dodatna priložnost za komuniciranje s poudarkom na konkretnih vsebinah, pristopih in kanalih, ki so prilagojeni realnosti vsakdanje poslovne prakse v gradbeništvu. Med deležniki obstajajo tudi zelo velike razlike v zrelosti na področju integracije trajnostnih praks, zato jih je priporočljivo deliti (in vključevati) glede na raven njihove zrelosti.

8.12 E-novičnik

E-novičnik se uporablja za obveščanje in komuniciranje s ciljnim skupinami preko različnih adrem projekta. Namenjen je širjenju aktualnih novic v projektu, njegovih aktivnostih / dogodkih in rezultatih.



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / *This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.*



Izhajanje e-novičnika je predvideno vsakih 6 mesecev, po potrebi lahko tudi pogosteje.

9. Organizacija komuniciranja znotraj konzorcija partnerjev

Za uspešno izvedbo komunikacijskih aktivnosti v projektu LIFE IP Restart je ključnega pomena vzpostavitev jasne in učinkovite organizacijske strukture znotraj konzorcija partnerjev. Organizacija komuniciranja znotraj konzorcija omogoča koordinirano izvajanje komunikacijskih strategij, hitro deljenje informacij in aktivno sodelovanje vseh vključenih deležnikov.

9.1 Struktura komuniciranja

Konzorcij projekta LIFE IP Restart vključuje različne partnerje, od industrijskih podjetij, raziskovalnih ustanov do vladnih institucij. Za zagotavljanje enotnega in usklajenega pristopa k komunikaciji bodo vzpostavljene naslednje ključne organizacijske strukture:

- **vodja komunikacijskih aktivnosti (projektni koordinator):** glavna oseba, odgovorna za usmerjanje vseh komunikacijskih dejavnosti, zagotavljanje izvajanja komunikacijske strategije in povezovanje med partnerji. Vodja komunikacij bo tudi glavna kontaktna točka za vsa vprašanja, povezana s komunikacijo in PR-jem, ter za obravnavo kriznega komuniciranja, če bi bilo potrebno. Vodja komunikacije je dolžna poročati o izvedenih aktivnostih enkrat letno.
- **Komunikacijski odbor partnerjev:** vzpostavljen odbor bo sestavljen iz komunikacijskih predstavnikov partnerjev v projektu. Ta odbor se bo sestajal 2x letno za načrtovanje, pregled in usklajevanje komunikacijskih aktivnosti. Odbor bo obravnaval ključne komunikacijske teme, kot so pomembni mejniki, napredek pri dejavnostih in prilagajanje strategije glede na povratne informacije.
- **Koordinatorji za posamezne komunikacijske kanale:** vsak projektni partner mora imeti osebo, ki skrbi za komunikacijske aktivnosti v projektu, in aktivno sodeluje z vodjo komunikacijskih aktivnosti (vodilni partner MOPE). Koordinatorji so odgovorni za zagotavljanje ažurnih informacij, promocijo dogodkov in aktivno sodelovanje pri ustvarjanju in deljenju vsebin.

9.2 Orodja za interno komuniciranje

Za usklajeno in pregledno komuniciranje znotraj konzorcija projekt uporablja naslednja digitalna orodja:

- **Platforma za interno komuniciranje (Microsoft Teams):** vzpostavljena je spletna platforma za interno komuniciranje, ki omogočala hitro in enostavno izmenjavo dokumentov,





poročil, pomembnih mejnikov in načrtov. Vse projektne informacije so shranjene na tem mestu, kar omogoča enostaven dostop do potrebnih podatkov za vse partnerje.

- **Skupna e-poštna lista:** vzpostavljena je skupna e-poštna lista za vse partnerje, preko katere se redno pošiljajo informacije o komunikacijskih aktivnostih, rokih in pomembnih projektih mejnikih. To omogoča hitro deljenje ključnih informacij med vsemi vključenimi partnerji.

9.3 Načrt koordinacije med partnerji

Za učinkovito izvajanje komunikacijskih aktivnosti je pomembno, da so vsi partnerji v konzorciju vključeni v izvajanje teh aktivnosti in da med seboj usklajeno sodelujejo.

Načrt koordinacije vključuje:

- **pravočasno posredovanje informacij:** partnerji so odgovorni za pravočasno posredovanje pomembnih informacij, kot so podatki o uspešno izvedenih pilotnih projektih, novostih pri zakonodaji ali napredku pri recikliranju odpadkov. Informacije morajo biti posredovane vodji komunikacijskih aktivnosti, ki je odgovoren za objave na družbenih omrežjih, spletni strani in drugih komunikacijskih kanalih.
- **Priprava vsebin:** vsak partner sodeluje pri pripravi komunikacijskih vsebin, bodisi v obliki priprave novic, tematskih člankov, prispevkov za družbeni omrežji, primerov dobrih praks ali priprave gradiv za dogodke. Vsebine morajo biti pred objavo pregledane in usklajene z vodjo komunikacij.
- **Sodelovanje na dogodkih:** partnerji aktivno sodelujejo na vseh pomembnih dogodkih, ki so organizirani v okviru projekta, in tako prispevajo s svojimi izkušnjami ter znanjem. Poleg tega partnerji tudi sami organizirajo različne aktivnosti (npr. delavnice, seminarje, sejme, konference), kjer predstavljajo rezultate projekta.

9.4 Spremljanje in poročanje o komunikacijskih aktivnostih

Za zagotavljanje preglednosti in ocenjevanje uspešnosti komunikacijskih aktivnosti bo vzpostavljen sistem spremljanja in poročanja. V okviru tega bodo partnerji redno poročali o izvedenih aktivnostih:

- **redno poročanje na sestankih komunikacijskega odbora (2x letno):** komunikacijski odbor se bo 2x letno sestajal, da bi pregledal napredek pri komunikacijskih aktivnostih, preveril uspešnost doseganja komunikacijskih ciljev in oblikoval nove strategije glede na analize.





9.5 Spodbujanje aktivnega sodelovanja partnerjev

Eden od ključnih vidikov organizacije komuniciranja znotraj konzorcija je tudi spodbujanje partnerjev k aktivnemu sodelovanju pri širjenju komunikacijskih vsebin.

Partnerji so povabljeni, da:

- **aktivno delijo vsebine:** partnerji bodo redno obveščeni o novih objavah na družbenih omrežjih in spletni strani ter povabljeni, da te vsebine delijo na svojih kanalih in s svojimi omrežji.
- **Se vključujejo v diskusije:** partnerji so vabljeni, da se vključijo v razprave na družbenih omrežjih, komentirajo objave in spodbujajo dialog z drugimi deležniki.
- **Prispevajo k vsebinam:** partnerji spodbujajo svoje zaposlene k pripravi strokovnih člankov, blogov ali videoposnetkov o svojih izkušnjah s krožnim gospodarstvom, ki bodo objavljeni v okviru projektnih komunikacijskih kanalov.

10. Načrt izvedbe aktivnosti komuniciranja s časovnico in odgovornimi organizacijami projektnih partnerjev (Priloga 1)





11. Načrt monitoringa komunikacijskih aktivnosti

Za zagotavljanje uspešnosti komunikacijske strategije projekta LIFE IP Restart je ključnega pomena vzpostaviti učinkovit sistem spremljanja in vrednotenja komunikacijskih aktivnosti. Načrt monitoringa omogoča redno spremljanje napredka, prepoznavanje uspešnih praks, ugotavljanje morebitnih vrzeli in prilagajanje strategije, kjer je to potrebno. Monitoring temelji na analizi različnih kazalnikov uspešnosti, ki zagotavljajo kvantitativne in kvalitativne vpogleda v dosežen učinek komunikacijskih aktivnosti.

11.1 Ključni kazalniki uspešnosti (KPI)

A) Naziv: Sprememba vedenja

Opis: od 10.000 posameznikov, ki so jih dosegli ukrepi ozaveščanja, bo približno 4000 posameznikov (40 %) zaradi projektnih aktivnosti spremenilo svoje vedenje, vključno z mednarodnimi deležniki, nevladnimi organizacijami, strokovnjaki, javnimi uslužbenci, študenti in drugimi - skupaj bo približno 4000 posameznikov poročalo o spremenjenem vedenju zaradi projektnih dejavnosti. To se bo spremljalo s spletnimi anketami in anketami med dogodki LIFE IP Restart s pomočjo vprašalnikov.

V tretjem letu po koncu projekta (2033) bo v spletni anketi sodelovalo približno 400 posameznikov. 40 % udeležencev bo poročalo o spremembi vedenja zaradi projekta LIFE IP Restart. Tako bo tri leta po projektu zabeleženih 4160 vedenjskih sprememb.

Začetna vrednost: 0

Končna vrednost (KPI): 4160 (oseb)

Način merjenja: spletne ankete/ankete na dogodkih/anketa prijavljenih na e-novice projekta.

B) Naziv: Doseg ljudi

Opis: pričakuje se, da bo v okviru projekta sodelovalo 9650 posameznikov, vključno s predstavniki mednarodnih zainteresiranih strani, nevladnih organizacij, strokovnjaki, javnimi uslužbenci, študenti in drugimi posamezniki.

Po treh letih od konca projekta (2033) bo dodatnih 300 posameznikov ozaveščenih o projektu in izvajanju slovenskih načrtov ravnanja z odpadki in preprečevanja odpadkov. Povprečno število na leto se bo zaradi manjšega števila dogodkov ozaveščanja in mreženja zmanjšalo na 100. To bo podrobneje opisano v načrtu za obdobje po zaključku projekta LIFE IP Restart.

Začetna vrednost: 0

Končna vrednost (KPI): 9950 (oseb)





Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

Način merjenja: število prijavljenih oseb na naše e-novice in število gostov/obiskovalcev na dogodkih v sklopu projekta LIFE IP Restart.

C) **Naziv:** Spletna stran

Opis: vzpostavljena je spletna stran projekta, ki jo bo v devetih letih obiskalo vsaj 40.000 obiskovalcev. Enak letni trend je predviden tudi v obdobju po zaključku projekta.

Začetna vrednost: 0

Končna vrednost (KPI): 40.000 (unikatnih obiskovalcev strani)

Način merjenja: z uporabo orodja Google Analytics lahko z visoko natančnostjo spremljamo obiske na spletni strani projekta LIFE IP Restart.

D) **Naziv:** Drugo orodje za doseg javnosti (tiskani mediji, npr. časopis)

Opis: v okviru akcije E3 bo objavljenih vsaj 50 sporočil, ki naj bi rezultirala v objavah vsaj 100 člankov v splošnem oziroma okoljskem tisku, oziroma v tiskanih medijih (dodatnih 50 objav bo v digitalnih medijih).

Začetna vrednost: 0

Končna vrednost (KPI): 50 (objavljenih člankov)

Način merjenja: poročilo s strani portalov / medijev o objavi (klippingi)

E) **Naziv:** Drugo orodje za doseg javnosti (različne prikazane informacije - plakati, informacijske table)

Opis: v okviru akcije E3 bodo izdelane različne informacijske table in plakati, ki bodo prikazani na lokacijah partnerjev in lokacijah demonstracijskih akcij in na dogodkih.

Začetna vrednost: 0

Končna vrednost (KPI): 30 (informacijske table, plakati,...)

Način merjenja: število izdelanih tabel, plakatov, dokumentiranih v poročilih o napredku.

F) **Naziv:** Drugo orodje za doseg javnosti (promocijski videi)

Opis: v okviru akcije E3 bo izdelanih 8 različnih videov o rezultatih projekta.

Začetna vrednost: 0

Končna vrednost (KPI): 8

Način merjenja: število izdelanih in objavljenih videov.

G) **Naziv:** Drugo orodje za doseg javnosti (dogodki)



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



Opis: V okviru akcije E3 so predvidene 3 konference o projektu – uvodna (izvedena 9. 4. 2025), vmesna in zaključna ter 3 predstavitve na mednarodnih sejmih. V okviru akcije C5 je načrtovanih 6 sejmov krožnega financiranja (prvi je bil izveden 9. 10. 2025) – skupno 12.

Začetna vrednost: 0

Končna vrednost (KPI): 12

Način merjenja: število izvedenih dogodkov.

H) **Naziv:** Mreženje (hekatoni)

Opis: v okviru akcije E4 je predvidena izvedba 3 hekatonov za študente visokošolskih študijskih programov ter mlade raziskovalce. Hekatonii so oblika mreženja, ki združuje tako informiranje kot tudi razširjanje informacij, hkrati pa vsebuje močno komponento mreženja. V hekatone bo aktivno vključenih 45 študentov.

V prvotni zasnovi akcije E4 je bila predvidena izvedba treh hekatonov, namenjenih študentom visokošolskih študijskih programov in mladim raziskovalcem, kot orodje za informiranje, razširjanje znanja ter spodbujanje mreženja in sooblikovanja idej. Skupno naj bi bilo v aktivnosti vključenih 45 udeležencev.

Na podlagi posvetov MOPE s projektnimi partnerji v začetku leta 2025, zlasti s tistimi z izkušnjami pri oblikovanju in izvajanju hekatonov, ter na podlagi ugotovitev iz 10 tematskih intervjujev, izvedenih pozno spomladi 2025, je bilo ugotovljeno, da hekatoni v trenutni fazi izvajanja projekta LIFE IP RESTART ne predstavljajo več najustrežnejšega komunikacijskega in mreženjskega orodja. Čeprav so se hekatoni v pripravljalni fazi projekta izkazali kot učinkoviti za generiranje idej, trenutne potrebe projekta zahtevajo bolj ciljno usmerjene in vsebinsko poglobljene oblike sodelovanja z deležniki.

Zaradi navedenega je bil dosežen dogovor, da se prvi predvideni hekaton nadomesti z dvema zaporednima enodnevnima delavnicama o krožnosti pri ravnanju z gradbenimi odpadki, ki bosta izvedeni predvidoma januarja in februarja 2026 (z razmikom 14 dni). Delavnici bosta namenjeni širšemu krogu projektnih deležnikov in bosta osredotočeni na:

- povezovanje relevantnih deležnikov,
- opredelitev ključnih problemov, izzivov in dobrih praks,
- vzpostavitev skupnega razumevanja trenutnega stanja krožnosti pri ravnanju z gradbenimi odpadki,
- zbiranje konkretnih predlogov za izboljšave ter
- oblikovanje priporočil za zakonodajo, politike in ukrepe deležnikov.

Primernost izvedbe preostalih dveh prvotno predvidenih hekatonov bo v nadaljevanju projekta ponovno preverjena skupaj s projektnimi partnerji. Če se bo izkazalo, da hekatoni tudi v





prihodnje ne predstavljajo optimalnega pristopa, bodo nadomeščeni z drugimi, vsebinsko in ciljno primernejšimi komunikacijskimi in mreženjskimi aktivnostmi.

Začetna vrednost: 0

Končna vrednost (KPI): 45

Način merjenja: število udeležencev (študentov, mladih raziskovalcev in drugih relevantnih deležnikov) na izvedenih hekatonih oziroma na nadomestnih mreženjskih in komunikacijskih aktivnostih, ki nadomeščajo prvotno načrtovane hekatone.

I) **Naziv:** Mreženje (srečanja članov različnih platform in druge aktivnosti mreženja)

Opis: v okviru akcije E4 je predvideno mreženje z že obstoječimi grozdi, mrežami, programi in pobudami ter z drugimi projekti iz finančnega mehanizma LIFE oziroma EU oziroma drugimi nacionalnimi projekti v zvezi z ravnanjem z odpadki. Predvidenih je 10 srečanj z upravičenci iz projektov mehanizma LIFE ter tistimi, ki niso financirani iz mehanizma LIFE (50 posameznikov), 10 spletnih srečanj z upravičenci iz EU projektov iz EU (100 posameznikov) ter 5 študijskih obiskov primerov dobrih praks (100 posameznikov).

Začetna vrednost: 0

Končna vrednost (KPI): 250

Način merjenja: število udeležencev na posameznih srečanjih / drugih aktivnostih mreženja.

11.2 Orodja za spremljanje

Za spremljanje komunikacijskih aktivnosti bo projekt LIFE IP Restart uporabljal naslednja orodja:

- **Google Analytics:** to orodje omogoča podrobno spremljanje obiska spletne strani, vključno z demografskimi podatki uporabnikov, njihovimi interakcijami s spletnimi vsebinami in ključnimi točkami zapustitve strani. Google Analytics je vir podatkov za analizo učinkovitosti spletne strani in prilagajanje vsebin za večji vpliv.
- **Analitična orodja družbenih omrežij** (Facebook Insights, LinkedIn Analytics): ti orodji omogočata podrobno spremljanje učinkovitosti objav na družbenih omrežjih. Merijo se doseg, angažiranost (komentarji, delitve, všečki) in rast sledilcev. Analiza omogoča prepoznavanje uspešnih vsebin in prilagoditev strategije na podlagi povratnih informacij.
- **MailerLite:** orodje za e-novice, kamor se prijavljajo / shranjujejo kontakti, ki jih zanima več o projektu.
- **Udeležba na dogodkih (ankete oziroma vprašalniki):** po vsakem dogodku so udeleženci povabljeni k izpolnitvi ankete oziroma vprašalnika, kjer podajo svoje mnenje o vsebini, organizaciji





in relevantnosti dogodka. To omogoča vpogled v zadovoljstvo udeležencev in njihovo zanimanje za nadaljnje sodelovanje. Z rezultati anket oziroma vprašalnikov pridobivamo podatke o spremenjenem vedenju obiskovalcev zaradi aktivnosti v projektu LIFE IP Restart.

- **Raziskava javnega mnenja:** preko spletnega anketiranja bomo ugotavljali spremembo ozaveščenosti in ravnanja v povezavi z gradbenimi odpadki in krožnostjo v gradbenem sektorju. Sprememba ozaveščenosti in ravnanja je eden od socio-ekonomskih kazalnikov projekta (KPI "sprememba vedenja"). Raziskava javnega mnenja bo izvedena v treh časovno različnih meritvah: prva meritev (2025/2026), druga meritev (2028) in tretja meritev (2030) – kar bo omogočilo spremljanje sprememb vedenja, stališč in stopnje ozaveščenosti skozi časovno obdobje.

11.3 Periodično poročanje

Za zagotavljanje tekočega monitoringa komunikacijskih aktivnosti in sprotno prilagajanje strategije bodo vzpostavljeni naslednji mehanizmi poročanja:

- **Letno poročilo o komunikacijskih aktivnostih:** zajema celovito oceno vseh komunikacijskih aktivnosti v preteklem letu, vključno z oceno doseženih ciljev, analizo povratnih informacij deležnikov in predlogi za izboljšave. Letna komunikacijska poročila bodo del širšega evalvacijskega poročila o napredku projekta, ki se pripravlja na vsaki dve leti.

11.4 Prilagajanje strategije na podlagi monitoringa

Rezultati monitoringa bodo uporabljeni za sprotno prilagajanje in izboljšanje komunikacijske strategije. Če bodo rezultati analize pokazali, da določene aktivnosti niso dosegale pričakovanih rezultatov, se strategija prilagodi z izboljšavami v vsebini, pristopih in uporabi komunikacijskih kanalov. Partnerji bodo o vseh prilagoditvah obveščeni prek rednih sestankov in poročil.

11.5 Kvantitativna in kvalitativna analiza

Evalvacijski proces bo vključeval tako kvantitativno kot kvalitativno analizo zbranih podatkov:

- **Kvantitativna analiza:** temelji na statističnih podatkih, zbranih prek analitičnih orodij (Google Analytics, Facebook Insights), ter na primerjavi doseženih rezultatov z začetnimi cilji. Kvantitativni podatki omogočajo jasen vpogled v število doseženih uporabnikov, interakcij in udeležencev dogodkov.
- **Kvalitativna analiza:** vključuje interpretacijo povratnih informacij deležnikov, vsebinsko analizo medijskih objav in evalvacijo zaznavanja ključnih sporočil. Omogoča globlji vpogled v to, kako različne ciljne skupine razumejo in sprejemajo sporočila projekta ter kako učinkovite so bile komunikacijske aktivnosti.





12. Kampanja "Projekt Odpadna Vas – Trajnostno naselje prihodnosti"

"Projekt Odpadna Vas" ponuja vpogled v celotno zasnovo trajnostnega naselja – od temeljev in cestnih površin do izolacije in zelenih površin.

Na spletni podstrani bo skozi interaktivno gradbeno dokumentacijo prikazano, kako so bili v posameznih fazah gradnje naselja (zasipavanje, izkop, uporaba recikliranih materialov) odpadki spremenjeni v uporabne gradbene vire. Tako lahko obiskovalci vidijo, kako celoten ekosistem naselja temelji na principih krožnega gospodarstva, ne le posamezni deli hiš. Na primer:

- Zasutje temeljnih jarkov: prikaz uporabe izkopanega materiala za zasutje temeljev, brez dodatnega izkoriščanja naravnih virov.
- Gradnja cest in pločnikov iz recikliranih asfaltnih zmesi in gumijastih izdelkov iz odpadnih gum.
- Zeleni prostori: uporaba komposta in recikliranih materialov za zasaditev zelenih površin in parkov.

12.1. Zakaj je kampanja primerna za projektante?

Širitev kampanje na celotno naselje je še posebej privlačna za projektante, saj jim ponuja celovit in praktičen vpogled v trajnostno načrtovanje velikih projektov. S tem se nagovarja primarna ciljna skupina, saj projektanti pogosto delajo na večjih projektih, ki vključujejo celotne stanovanjske, poslovne ali industrijske objekte, ne le posamezne zgradbe.

Ključne prednosti za projektante:

- Celovito načrtovanje: kampanja ponuja primer celotnega naselja, kar projektantom omogoča razumevanje, kako se lahko reciklirani materiali uporabijo v vsaki fazi večjega gradbenega projekta, od izkopov in zasutij do gradenj in ureditve zunanjih površin.
- Praktična uporabnost: interaktivna projektna dokumentacija omogoča projektantom, da vidijo konkretne primere, kako vključiti reciklirane materiale v vse faze načrtovanja. Namesto teorije jim kampanja ponuja realne rešitve, ki jih lahko uporabijo v svojih projektih.
- Inovativne rešitve: predstavitev uporabe recikliranih materialov ne le v stavbah, ampak tudi v cestni infrastrukturi, urejanju okolice in zasipavanju temeljev, projektantom odpira nove priložnosti za inovacije pri njihovih lastnih projektih.
- Izobraževalna vrednost: kampanja nudi vpogled v trajnostne prakse, ki ne temeljijo le na ekoloških vidikih, ampak vključujejo tudi ekonomske koristi in zmanjšanje stroškov.
- S tem projektanti pridobijo celovit pogled na to, kako krožno gospodarstvo deluje v velikem obsegu, kar jim omogoča enostavno prenašanje teh praks v njihove lastne projekte.





Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

Idejni koncept jumbo plakata:



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing the environment for a circular economy in Slovenia

PRILOGA 1: 10. poglavje - Načrt izvedbe komunikacijskih aktivnosti s časovnico

GENERALNA OPOMBA: časovnica upošteva realne zamike pri izvajanju projekta

Akcija E1 - Strategija komuniciranja in razširjanja ter korporativna (vizualna) identiteta projekta						
Akcija	aktivnost	Rezultat/dosežek	Časovnica /rok	Šifra	Nosilec/vključeni	Celotni stroški akcij
E1	Izdelava Strategije komuniciranja in razširjanja rezultatov projekta	Strategija komuniciranja in razširjanja rezultatov projekta in strategija socialnih medijev	06/2024	R.E.1.1.	MOPE/vsi PP	MOPE 150.000 Cons.17.1 10
E1	Izdelava strategije socialnih medijev	Strategija komuniciranja, razširjanja rezultatov in strategija socialnih medijev	06/2024	R.E.1.1.	MOPE/vsi PP	SOL.LE X.SUS 25.000
E1	Izdelava korporativne identitete (celostne grafične podobe-CGP) projekta	Priročnik o celotni grafični podobi (CGP) projekta z grafičnim delom (predloge) ter pisnim delom (navodila za uporabo)	06/2024	R.E.1.2.	MOPE	
E1	Izdelava dveh posodobitev Strategije komuniciranja in razširjanja rezultatov projekta in strategije socialnih medijev	Posodobljeni verziji Strategije komuniciranja in razširjanja rezultatov projekta in strategije socialnih medijev	12/2025 in 12/2027	R.E.1.3.	MOPE/ vsi PP	
E1	Izdelava zaključnega poročila o uresničevanju Strategije komuniciranja in razširjanja	Zaključno poročilo o uresničevanju Strategije komuniciranja in razširjanja rezultatov projekta in strategije socialnih medijev	12/2030	R.E.1.4.	MOPE/vsi PP	



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

	rezultatov projekta in strategije socialnih medijev					
E1	Spremljanje napredka in izboljševanje pristopa preko kazalnikov uspešnosti	Letna poročila o monitoringu komunikacijskih aktivnosti	Vsako leto do konca januarja		MOPE/ vsi PP	
Akcija E2 – Izdelava in vzpostavitev spletne strani projekta in digitalnih kanalov (socialnih medijev) projekta						
Akcija	aktivnost	Rezultat/dosežek	Časovnica /rok	Šifra	Nosilec/vključeni	stroški
E2	Izdelava in upravljanje spletne strani	Delujoča spletna stran projekta (www.life-restart.si)	6/2024	R.E.2.1.	MOPE/vsi PP	MOPE 6.000 SOL.LE
E2	Vzpostavitev dveh digitalnih kanalov komuniciranja - socialnih medijev (Facebook in LinkedIn)	Delujoča digitalna kanala – socialna medija projekta (FB in LinkedIn)	6/2024	R.E.2.1.	MOPE/vsi PP	X.SUS 56.140
Akcija E3 – Izdelava obvestilnih tabel, priprava projektnih materialov za razširjanje informacij ter promocijskih kampanj s cilji						
Akcija	aktivnost	Rezultat/dosežek	Časovnica /rok	Šifra	Nosilec/vključeni	stroški
E3	Izdelava podrobne Strategije razširjanja projektnih materialov in promocijskih kampanj s cilji	Strategija razširjanja projektnih materialov in promocijskih kampanj s cilji	6/2024 11/2025	R.E.3.1.	MOPE/vsi PP	MOPE 80.000 SOL.LE X.SUS 56.403
E3	Izdelava obvestilnih tabel o projektu	25 obvestilnih tabel s ključnimi informacijami o projektu	6/2024	R.E.3.2.	MOPE/no silci demo akcij	GeoZS 2.000



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing the environment for a circular economy in Slovenia

E3	Organizacija dveh/treh večjih konferenc o projektu	Izvedeni dve večji predstavitveni konferenci projekta	04/2025 10/2030	R.E.3.2.	MOPE/vsi PP	CCIS 1.000
E3	Aktivno sodelovanje (predstavitve projekta) na 50 konferencah oziroma dogodkih	Promocija / predstavitev projekta na 50 konferencah oziroma dogodkih	10/2030	R.E.3.2.	MOPE/vsi PP	
E3	Izdelava 8 promocijskih videoklipov	Promocijski / izobraževalni videoklipi o vsebinah projekta	12/2030	R.E.3.3.	MOPE/vsi PP	
E3	Promocija projekta na 3 mednarodnih sejmih	3 poročila o aktivni udeležbi / promociji projekta na mednarodnih sejmih	12/2030	R.E.3.4.	MOPE/vsi PP	
E3	100 objav o projektu	Zagotovitev vsaj 100 objav o vsebinah projekta	12/2030	R.E.3.5.	MOPE/vsi PP	
E3	Priprava in distribucija 500 letakov o projektu	Pripravljeni letaki z različnimi vsebinami projekta	12/2030	R.E.3.6.	MOPE/vsi PP	
E3	Izdelava končnega poročila o uresničevanju Strategije razširjanja projektnih materialov in promocijskih kampanj s cilji	Končno poročilo	12/2030	R.E.3.5	MOPE/vsi PP	
Akcija E4 – Aktivnosti mreženja						
Akcija	aktivnost	Rezultat/dosežek	Časovnica /rok	Šifra	Nosilec/vključeni	stroški
E4	Izdelava Poročila o aktivnostih mreženja s	Poročilo o aktivnostih mreženja s krožnimi pobudami in mrežami	12/2030	R.E.4.1.	MOPE/vsi PP	MOPE 110.500



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing the environment for a circular economy in Slovenia

	krožnimi pobudami in mrežami					SOL.LE X.SUS
E4	Izdelava Poročila o sodelovanju na projektni ravni	Poročilo o sodelovanju na projektni ravni	12/2029	R.E.4.2.	MOPE/vsi PP	29.740
E4	Izdelava Poročil o izobraževalno/ozaveščevalnih aktivnostih v projektu	4 poročila o izobraževalno/ozaveščevalnih aktivnostih v projektu	12/2024 12/2026 12/2028 12/2030	R.E.4.3.	MOPE/vsi PP	DEM 10.000
E4	Izdelava akcijskega načrta za replikacijo rezultatov projekta	Aksijski načrt za replikacijo rezultatov	12/2029	R.E.4.4.	MOPE/vsi PP	CCIS 2.500
E4	Sodelovanje pri iskanju inovativnih rešitev na 3 hekatonih. OPOMBA: namesto prvega hekatona sta predvideni dve zaporedni enodnevni delavnici (januar in februar 2026)	3 poročila o izvedbi hekatonov OPOMBA: Namesto prvega poročila o izvedenem hekatonu bo prvo poročilo o izvedbi dveh zaporednih enodnevnih delavnic	12/2024 01/02 2026 12/2026 12/2029	R.E.4.5.	MOPE/vsi PP	
E4	Doseganje prepoznavnosti projekta na nivoju EU s pomočjo informativnega sestanka v Bruslju	Poročilo o izvedbi informativnega sestanka v Bruslju	06/2030	R.E.4.6.	MOPE/vsi PP	
Akcija E5 – Laično poročilo						
Akcija	aktivnost	Rezultat/dosežek	Časovnica /rok	Šifra	Nosilec/vključeni	stroški
E5	Priprava laičnega poročila, s katerim bo širši javnosti	Laično poročilo (v slo in ang različici)	12/2030	R.E.5.1.	MOPE/vsi PP	MOPE 17.000



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.



Povečanje predelave odpadkov v koristne izdelke
s pripravo okolja za krožno gospodarstvo v Sloveniji

Boosting waste recycling into useful products by preparing
the environment for a circular economy in Slovenia

	predstavljen projekt, njegovi cilji, ukrepi in rezultati					
Akcija E6 – Razširljivost, prenosljivost in ponovljivost rezultatov						
Akcija	aktivnost	Rezultat/dosežek	Časovnica /rok	Šifra	Nosilec/vključeni	stroški
E6	Priprava poročila o ustanovitvi kompetenčnih skupin (Demo Aptitude Groups-DAG)	Poročilo o ustanovitvi kompetenčnih skupin (DAG)	12/2024 01/2026	R.E.6.1.	MOPE/vsi PP	MOPE 78.356 ZAG 9.630
E6	Priprava periodičnih poročil o oceni kompetenčnih skupin (DAG)	4 Periodična poročila o rednem ocenjevanju kompetenčnih skupin (DAG)	12/2025 06/2026 12/2026 12/2027 12/2028 12/2029	R.E.6.2.	MOPE/vsi PP	Deltapl an 2.636 CCIS 1.541
E6	Izdelava končnega priporočila za razširljivost, prenosljivost in ponovljivost rezultatov	Končno priporočilo za razširljivost, prenosljivost in ponovljivost rezultatov	12/2030	R.E.6.3.	MOPE/vsi PP	
E6	Priprava poročila o ponovljenih primerih	Poročilo o ponovljenih primerih	12/2030	R.E.6.4.	MOPE/vsi PP	



Ta projekt je financiran iz programa Evropske unije LIFE v okviru Sporazuma o dodelitvi sredstev št. LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART. / This project has received funding from the European Union's LIFE programme under grant agreement No LIFE20 IPE/SI/000021-LIFE IP RESTART.