



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO,
GOZDARSTVO IN PREHRANO
DIREKTORAT ZA HRANO IN RIBIŠTVO

Dunajska cesta 22, 1000 Ljubljana

T: 01 478 90 25
F: 01 478 90 21
E: gp.mkgp@gov.si
www.gov.si



Komunikacijska strategija Programa ESPRA 2021-2027

Verzija: 1.0
Številka dokumenta: 342-17/2017/489
Veljavno od: 6. 11. 2023



Sofinancira
Evropska unija

I FEEL
SLOVENIA

Kazalo vsebine

OPREDELITEV POJMOV	3
UVOD	4
VIRI PODATKOV	5
Zakonodajni okvir	5
Dokumenti	5
Primarni viri	5
CILJNE SKUPINE	9
ANALIZA IN SEGMENTACIJA CILJNIH SKUPIN	9
CILJI IN KAZALNIKI USPEŠNOSTI KOMUNICIRANJA	10
VIZUALNI SLOG	12
EVALVACIJA IN SPREMLJANJE USPEŠNOSTI KOMUNICIRANJA	13



OPREDELITEV POJMOV

EU	Evropska unija
ESPRA	Evropski sklada z pomorstvo, ribištvo in akvakulturo
P ESPRA 2021-2027	Program za izvajanje Evropskega sklada za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo v Republiki Sloveniji za obdobje 2021-2027
EUR	Evro
MKGP	Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano
OU	Organ upravljanja
RS	Republika Slovenija



UVOD

V Sloveniji sta ribištvo in akvakultura družbeno-kulturološko izredno pomembni panogi, čeprav v gospodarskem smislu ne gre za močna sektorja. Slovensko sladkovodno ribištvo in sladkovodna akvakultura imata več kot 130-letno zgodovino. Mnogo družin je tradicionalno povezanih z vzrejo ali ribolovom.

Slovensko ribolovno morje je zelo pestro, saj v ulovih slovenskih gospodarskih ribičev letno zasledimo okrog 120 različnih vrst rib in drugih organizmov. V letu 2022 so slovenski gospodarski ribiči iztovorili nekaj več kot 106 ton svežih ribiških proizvodov, v ribogojnicah pa je bilo v tem letu vzrejenih 1.025 ton sladkovodnih rib. Poglavitni gojeni vrsti sta danes klapavica (*Mytilus galloprovincialis*) in brancin (*Dicentrarchus labrax*), med sladkovodnimi vrstami pa šarenka (*Oncorhynchus mykiss*) in krap (*Cyprinus carpio*).

Slovenija se je s P ESPRA 2021-2027 odločila zasledovati tri ključne cilje:

1. ohraniti sektor morskega gospodarskega ribolova in akvakulture, še zlasti s spodbujanjem zaposljivosti, prenosom znanja v sektorju in izven;
2. odgovoriti na izzive ohranjanja biotske raznovrstnosti, zavarovanih vrst in habitatov ter izboljšanja upravljanja z zavarovanimi območji na morju;
3. prispevati k pomorskemu prostorskemu načrtovanju in podpirati digitalizacijo pomorskega nadzora in celostno pomorsko politiko.

P ESPRA 2021-2027 je bil pripravljen v sodelovanju s predstavniki sektorja morskega gospodarskega ribolova, akvakulture, predelave, javnega sektorja in raziskovalnih institucij.

Komunikacijska strategija P ESPRA 2021-2027 je nastala z namenom:

1. povečanja dosegljivosti informacij o možnostih P ESPRA 2021-2027;
2. povečanja osveščenosti javnosti o vlogi EU politik ter EU skladov;
3. širjenju informacij o doseženih rezultatih P ESPRA 2021-2027 z namenom doseganja večje transparentnosti.

Cilji komunikacijske strategije P ESPRA 2021-2027 so usmerjeni na povečanje osveščenosti javnosti različnih ciljnih skupin; pri tem smo se naslonili na glavne ciljne skupine iz P ESPRA 2021-2027, potencialne vlagatelje, širšo in strokovno javnost.

MKGP je kot OU odgovorno za učinkovito in pravilno upravljanje ter izvajanje OP ESPRA 2021-2027.

P ESPRA 2021-2027 je izvedbeni dokument, na podlagi katerega bo Slovenija za 7-letno obdobje imela na voljo 34,2 milijona evrov sredstev, od tega 23,9 milijona evrov evropskih in 10,3 milijona evrov nacionalnih sredstev.

Namen te komunikacijske strategije P ESPRA 2021-2027 je zagotoviti, da so vsi potencialni prosilci seznanjeni z možnostjo uporabe tega programa za financiranje svojih dejavnosti ter da so dovolj obveščeni in motivirani za oddajo prijav v posebnih razpisih. Na ta način se bo zagotovilo črpanje sredstev za programsko obdobje 2021–2027. Učinkovita uporaba sredstev, ki so na voljo v okviru programa, bo privedla do širitve in posodobitve domačih ribogojnic in predelovalnih obratov ter izvajanja drugih dejavnosti,



ki bodo prispevale k varstvu okolja in posledično zagotovile zdravo prehrano prebivalstva.

VIRI PODATKOV

Zakonodajni okvir

Komunikacijska strategija je pripravljena na osnovi programskega dokumenta P ESPRA 2021-2027 ter v skladu s:

- člani 8, 46, 47, 48, 49 in 50 Uredbe (EU) 2021/1060 Evropskega Parlamenta in Sveta o določitvi skupnih določb o Evropskem skladu za regionalni razvoj, Evropskem socialnem skladu plus, Kohezijskem skladu, Skladu za pravični prehod in Evropskem skladu za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo ter finančnih pravil zanje in za Sklad za azil, migracije in vključevanje, Sklad za notranjo varnost in Instrument za finančno podporo za upravljanje meja in vizumsko politiko (v nadaljnjem besedilu Uredba 2021/1060/EU) ter
- člena 60 Uredbe (EU) 2021/1139 Evropskega Parlamenta in Sveta o vzpostavitvi Evropskega sklada za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo ter spremembi Uredbe (EU) 2017/1004 (v nadaljnjem besedilu Uredba 2021/1139/EU).

Poleg tega strategija temelji na načelih in ciljih Evropskega zelenega dogovora, Strategije „Od vil do vilic“ za pravične, zdrave in ekološke prehranske sisteme, Strategije EU za biotsko raznovrstnost do leta 2030 in Večletnega nacionalnega načrta za akvakulturo za obdobje 2021–2030 v RS.

Dokumenti

- P ESPRA 2021–2027;
- Večletni nacionalni strateški načrt za akvakulturo za obdobje 2021–2030;
- Poročilo o stanju kmetijstva, gozdarstva, lovstva in ribištva v Sloveniji za leto 2022;
- Tržni obeti za akvakulturo (študija);
- Posebno poročilo Eurobarometra 515 – navade potrošnikov v EU v zvezi z ribiškimi proizvodi in proizvodi iz ribogojstva;
- FAO 2020: Stanje svetovnega ribištva in ribogojstva – Trajnost v akciji.

Primarni viri

Viri, ki bi podrobneje analizirali ciljno skupino potencialnih prijaviteljev vlog za podporo iz operativnega programa, so bili omejeni. SWOT analiza, izvedena za namen priprave P ESPRA 2021-2027, je služila kot izhodišče. Prav tako izkušnje komuniciranja v preteklem programskem obdobju.



Izziv	Specifična ciljna skupina (poleg širše)	Taktika	Komunikacijski kanal
Doseči tisti del ciljne skupine, ki še ni imel izkušenj s P ESPRA 2021-2027 (mlajše osebe)	Mlajše osebe, digitalno usmerjene, brez izkušenj z ESPR 2014-2020, ESPRA 2021-2027	Med komunikacijske kanale dodati več digitalnih kanalov. Priprava kakovostnih vsebin za digitalne komunikacijske kanale. Vključenost uspešnih prosilcev v stalno komunikacijo.	*Podcast Uspešne zgodbe naših voda (na podlagi vsebin, predstavljenih na družbenih omrežjih) *Komuniciranje preko www.evropskasredstva.si *FB promocija Uspešne zgodbe naših voda * Instagram promocija Uspešne zgodbe naših voda *Novičnik
Doseči tisti del ciljne skupine, ki še ni imel izkušenj s P ESPRA 2021-2027 (starejši, manjši, vlagatelji, ki ne poznajo delovanja P ESPRA 2021-2027)	Starejši, manjši, vlagatelji brez izkušenj s ESPR 2014-2020, ESPRA 2021-2027	Med komunikacijske kanale dodati več fizične prisotnosti s predstavljanjem vsebine in izvedenih projektov. Vključenost uspešnih prosilcev v stalno komunikacijo.	*Brošure in zgibanke o vsebini P ESPRA 2021-2027 *Novinarske konference *Letni dogodek skladov *Zakup oglasnega prostora v Agrobiznis Finance *Sodelovanje na sejnih (AGRA, Gornja Radgona idr.)
Motivacija in ponovna aktivacija kandidatov, ki že imajo izkušnje s P ESPRA 2021-2027	Bivši vlagatelji ESPR 2014-2020, ESPRA 2021-2027	Okrepitev prisotnosti vsebin P ESPRA 2021-2027 v medijskem spletu ciljne skupine. Informiranje ciljne skupine o novih izzivih in priložnostih. Zagotavljanje lažjega dostopa do potrebnih	*Podcast Uspešne zgodbe naših voda *Brošure o vsebini programa ESPRA 2021-2027 *Novinarska konferenca (ob zaključku kampanje)

		informacij.	<p>*Letni dogodek skladov</p> <p>*Komuniciranje preko www.evropskasredstva.si</p> <p>*FB promocija Uspešne zgodbe naših voda</p> <p>*Zakup oglasnega prostora v Agrobiznis Finance</p> <p>*Sodelovanje na sejnih in dogodkih (AGRA, ribiški dan, Izola ipd.)</p> <p>*Novičnik</p> <p>* Video zgodbe – predstavitev predstavnikov sektorja in njihovih projektov</p>
Komunikacija glede načina elektronskega prijavljanja na razpise	Potencialni vlagatelji, ki izrazijo interes za vlaganje v ESPRA 2021-2027	Izvajanje zgodnje izobraževalne kampanje, v kateri so pojasnjeni razlogi in koristi prehoda na nov sistem prijave. Posredovanje potrebnih informacij ciljni skupini. Predhodno predstavljanje vsebin javnih razpisov	<p>*Podcast Uspešne zgodbe naših voda</p> <p>*Komuniciranje preko www.evropskasredstva.si</p> <p>*FB promocija Uspešne zgodbe naših voda</p> <p>*Novičnik</p>
Boj proti stereotipom, povezanim z evropskimi skladi – zlasti v zvezi z nadzorom - izobraževalna kampanja, s katero se pojasni pomen preverjanj in prijavitelje hkrati pripravi na vsa preverjanja, s	Potencialni vlagatelji, ki izrazijo interes za vlaganje v ESPRA 2021-2027	Dolgoročna izobraževalna komunikacija s ciljno skupino z namenom pojasnjevanja razlogov za kontrole. Zagotavljanje informacij, da se lahko prosilci pripravijo na kontrole in jih uspešno opravijo.	<p>*Podcast Uspešne zgodbe naših voda</p> <p>*Komuniciranje preko www.evropskasredstva.si</p> <p>*FB promocija Uspešne zgodbe naših voda</p> <p>*Sejem AGRA, Gornja Radgona</p> <p>*Novičnik</p>



katerimi se potencialno lahko srečajo			
Šibka komunikacija s sektorji, nizka poraba rib na prebivalca, slaba osveščenost o koristih uživanja rib in lokalnih ribah	Širša javnost	Izvajanje komunikacijskih kampanj, namenjenih javnosti, ki bodo Slovence spodbudile k poznavanju lokalnih sektorjev in povečanju porabe lokalnih rib. Ciljna skupina vlagateljev bo videla, da zaposleni v sektorju in ribe kot hrana uživajo državno in EU podporo in promocijo ter bo bolj motivirana za sodelovanje in naložbe v poslovni razvoj.	*Podcast Uspešne zgodbe naših voda *Brošure o vsebini programa ESPRA 2021-2027 *Novinarska konferenca (ob zaključku kampanje) *Komuniciranje preko www.evropskasredstva.si *Redni letni dogodek skladov *Zakup oglasnega prostora v Agrobiznis Finance *Sejem AGRA, Gornja Radgona *Novičnik *Komuniciranje operacij strateškega pomena



CILJNE SKUPINE

Na podlagi ciljev informiranja in obveščanja javnosti OU vlagatelje obvešča o možnostih, ki jih ponuja P ESPRA 2021-2027, o pogojih za pridobivanje sredstev ter merilih v okviru izbirnih postopkov. S tem je zagotovljeno, da se informacije o P ESPRA 2021-2027 in podrobnostih o finančnem prispevku iz P ESPRA 2021-2027 razširijo v javnosti in so tako na voljo vsem zainteresiranim.

Ciljne skupine v širšem smislu so vse možne skupine upravičencev do sredstev iz ukrepov OP ESPRA 2021-2027. To so, poleg navedenih v tabeli na strani 6-9 tega dokumenta, še:

- ribiči in (so)lastniki ribiških plovil;
- ribogojci (predstavniki marikulture in sladkovodnega ribogojstva);
- predstavniki predelovalne industrije;
- lokalne skupnosti;
- nevladne organizacije;
- javna telesa (instituti, zavodi, odločevalci v drugih politikah, npr. okolje, narava itd);
- raziskovalne in znanstvene institucije;
- drugi.

ANALIZA IN SEGMENTACIJA CILJNIH SKUPIN

Ciljne skupine so določene glede na naslednje značilnosti:

- posebne potrebe, ozadje in možnosti različnih vrst potencialnih upravičencev črpanja sredstev;
- uporaba medijev in navade;
- prepoznavanje najprimernejših kanalov orodij in načinov komuniciranja.

Širša ciljna skupina, na katero bodo usmerjene komunikacijske aktivnosti sklada, je relativno homogena skupina s številnimi skupnimi značilnostmi. Glavne značilnosti:

- delno digitalno pismena (z izjemo mlajše populacije);
- poraba časa (pomanjkanje časa za brskanje po spletu, saj je večina predstavnikov ciljne skupine zaposlena z izvajanjem ribogojske/ ribolovne aktivnosti); dejavnosti predložitve vloge so percipirane kot neprijetna obveznost, s administrativnim obremenjevanjem, ki jih odvrta od drugega pomembnega dela;
- delo in osebne dejavnosti so pogosto prepletene, so nenehno na poti;
- medije spremljajo, vendar so zaradi pomanjkanja časa ti skrbno izbrani (strokovne nasvete iščejo tudi v prostem času). Mediji jih ne smejo motiti. Da bi to dosegli, moramo biti na pravem mestu ob pravem trenutku in predstaviti svojo vsebino v pravi obliki. Uporabljamo komunikacijske kanale, ki ustrezajo življenjskemu slogu ciljne skupine.



Ciljna skupina vključuje potencialne prijavitelje za podporo iz P ESPRA 2021-2027 in druge deležnike, ki na nek način vstopajo v postopek pridobivanja podpore, in sicer:

- lastniki ali zaposleni v mikro, malih, srednjih in velikih podjetjih, ki se ukvarjajo z ribištvom, akvakulturo ali predelavo;
- podjetniki, ki šele vstopajo v ribiški sektor;
- predstavniki izobraževalnih ustanov in šol ter sodelavci raziskovalnih inštitutov, ki se ukvarjajo z ribištvom;
- člani ribiških združenj;
- predstavniki teles, ki se ukvarjajo s pripravo vlog na razpise;
- predstavniki javnih organov (javnih univerz, raziskovalnih organizacij, ministrstev in agencij).

Viri informacij o ciljni skupini izhajajo predvsem iz neposrednih razgovorov s predstavniki ciljne skupine, opravljenih z namenom priprave P EPSRA 2021-2027.

Z vidika komunikacijskih kanalov lahko vidimo, da nam predvideni komunikacijski kanali ponujajo veliko možnosti za posredovanje informacij o P ESPRA 2021-2027. Želimo, da bi nam ta orodja ne le pomagala graditi zavest o P ESPRA 2021-2027, ampak tudi dolgoročno krepiti prepoznavnost lokalnih sektorjev gospodarskega ribolova, akvakulture in predelave. Hkrati imajo vsi ti kanali velik aktivacijski potencial (ukrepanje, tj. predložitev vloge).

Za namene komuniciranja P ESPRA 2021-2027 je televizija izpuščena. Razlogi so med drugim v dodelitvi finančnih sredstev za ta kanal za sorodno komunikacijsko kampanjo o dvigu osveščenosti javnosti o lokalnih ribiških proizvodih in proizvodih iz akvakulture. Ta, sorodna kampanja, namreč posredno prav tako komunicira informacije P ESPRA 2021-2027. Namesto televizije se v komunikacijskih aktivnostih bolj naslanja na digital, strokovne revije ter nastope na sejnih, ki ponujajo dovolj prostora za izobraževalni del kampanje. Preko njih lahko program podrobneje predstavimo ciljni skupini, ponudimo nasvete ter se osredotočimo na podrobnejše vidike oddaje prijav, spodbujamo razpravo poslovnih priložnosti in opozarjamo na druge teme, povezane s koriščenjem sredstev P ESPRA 2021-2027.

CILJI IN KAZALNIKI USPEŠNOSTI KOMUNICIRANJA

Cilji komuniciranja so namenjeni povečanju števila prijaviteljev v novem programskem obdobju Programa ESPRA 2021-2027 in zagotavljanju črpanja dodeljenih sredstev in so naslednji:

Cilj 1: Ozaveščenost o Programu ESPRA 2021-2027 in njegovih možnostih

Kazalnik: število objav po posameznih kanalih (družbena omrežja, podcasti, youtube, novičnik) in število razdeljenih brošur



Cilj 2: Stabilen ritem komuniciranja

Kazalnik: število mesečnih objav v podcastu, število terenskih (lokalnih predstavitev P ESPRA 2021-2027)

Da bi lahko resnično motivirali ciljno skupino za ukrepanje, moramo večkrat prikazati svoje sporočilo in poziv k ukrepanju. Uvajamo nov način komuniciranja s ciljno skupino, in sicer preko podcastov. Kar zadeva časovni okvir kampanje, se podcasti pripravljajo na mesečni ravni. Podcasti so oglaševani na spletnih straneh in objavljeni na kanalu youtube.

Cilj 3: Ustvarjanje seznama deležnikov, vključenih v neposredno komunikacijo

Kazalnik: število naročenih na novice

Namen je zagotoviti, da se oblikuje seznam članov ciljne skupine, ki je v rednih stikih z informacijami glede Programa ESPRA 2021-2027 prek orodij za neposredno komunikacijo. Osredotočili se bomo na povečanje števila naročnikov novičnikov (e-poštnih obvestil), kar bo potencialnim prijaviteljem zagotovilo podrobnejše informacije in nasvete, ki jih trenutno nimajo.

Cilj 4: Povečanje števila dogodkov za komuniciranje z deležniki v primerjavi s komuniciranjem v pretekli perspektivi

Kazalnik: število obiskovalcev na posameznih dogodkih

Stojnice in predavanja na strokovnih dogodkih skupaj s konferencami in seminarji so pomemben komunikacijski kanal za izobraževanje in motiviranje ciljne skupine. Namen je povečati udeležbo na posameznih dogodkih v okviru organizacijskih možnosti. Nekateri člani ciljne skupine sodelujejo tudi na konferencah in drugih strokovnih dogodkih, organiziranih v okviru komuniciranja OP za ribištvo, na katerih predstavniki programa predstavljajo nove izzive in načrtovane spremembe. Udeleženci menijo, da so ti dogodki zelo koristen (informativen in mrežni) potencial.

Cilj 5: Povečanje prometa na spletnih medijih v obdobju razpisa

Kazalnik: število obiskov spletne strani, število obiskov na družbenih omrežjih

Poudarek bo na spremljanju števila klikov na spletnih straneh ter na njihovi optimizaciji. Treba je izvajati komunikacijske aktivnosti z namenom povečanja udeležbe na spletnem portalu za oddajo vlog, zlasti v času objave in trajanja novih razpisov.

Nekateri predstavniki ciljne skupine pozdravljajo razširitev komunikacijskih kanalov operativnega programa za ribištvo, z vključitvijo družabnih omrežij. Facebook za starejšo skupino in Instagram za mlajšo bi zagotovila še en uporabniku prijazen vir informacij o programu z možnostjo takojšnje interakcije (komentarji, zasebna sporočila) s predstavniki programa.

Ciljna skupina je na splošno dobro obveščena o operativnem programu za ribištvo, pozitivno ocenjuje uporabo komunikacijskih kanalov in poudarja zlasti uporabnost elektronskih obvestil in možnost vzpostavitve stika s predstavniki programa po telefonu.

KOMUNIKACIJSKI KANALI ZA KOMUNICIRANJE ESPRA 2021-2027

Glede na potrebe ciljne skupine je za komuniciranje ribiškega sklada treba zelo natančno izbrati medije, pri čemer bodo imeli masovni mediji pri tem le obrobno vlogo. V večini primerov lahko učinkovito uporabljamo digitalno okolje, vendar moramo upoštevati tudi potrebo po spletnem/nespletnem obravnavanju starejših posameznikov v ciljni skupini. Pomembna ovira za komunikacijo bo časovna obremenitev ciljne skupine. Obveščanje o P ESPRA 2021-2027 je mogoče razumeti kot nekaj, kar jih odvrta od drugih odgovornosti. Zato bo treba veliko pozornost nameniti privlačnosti naše vsebine za ciljno občinstvo, da bi premagali to negativno stigmo.

1. Spletna stran www.evropskasredstva.si. Objavljene bodo vse obvezne informacije na podlagi uredbe 2021/1060/EU in novice, povezane s P ESPRA 2021-2027, vključno z informacijami o napovedanih odprtih razpisov. Na spletni strani bodo objavljeni tudi priročniki z vsemi informacijami o aplikacijah ter drugim gradivom in dokumenti, povezanimi s P ESPRA 2021-2027. Na spletni strani so objavljeni tudi kontakti osebja OU P ESPRA 2021-2027, ki jim je vedno pripravljeno in zmožno zagotoviti potrebne informacije in nasvete pri pripravi vlog za nepovratna sredstva. Na spletni strani so objavljeni tudi video posnetki projektov, ki jih občasno posname zunanji izvajalec;
2. Novičniki (Vizija kohezija, novičnik o akvakulturi);
3. Facebook profil Uspešne zgodbe naših voda, kjer bomo sproti objavljali novice, najavljali odpiranja razpisov in obveščali potencialne prijavitelje o zanje pomembnih informacijah;
4. Instagram profil Uspešne zgodbe naših voda, namenjen predvsem mlajši populaciji oseb, ki se šele srečujejo s skladom (priprava vizualno privlačnih fotografij);
5. Članki z oglasi v strokovnih in kmetijskih revijah (npr. Agrobiznis Finance);
6. Ustno izročilo je izredno pomembno, zato je vredno razmisliti o sodelovanju s t. i. ambasadorji programa (morda pretekli prijavitelji projektov), ki bi lahko sodelovali pri spodbujanju potencialnih prijaviteljev k prijavi ter bi spodbujali personifikacije in krepitev celotne komunikacije. V tem okviru uvajamo nov komunikacijski kanal podcast Uspešne zgodbe naših voda;
7. Brošure in zgibanke o vsebini P ESPRA 2021-2027;
8. Sodelovanje na dogodkih (novinarske konference, letni dogodek skladov, sodelovanje na sejnih – AGRA, Gornja Radgona...);
9. Youtube kanal in video zgodbe – predstavitev predstavnikov sektorja in njihovih projektov.

VIZUALNI SLOG

Za komuniciranje vsebin ESPRA 2021-2027 se uporablja CGP ESPRA 2021-2027, ki je priloga dokumenta Navodila za informiranje, obveščanje in komuniciranje ukrepov in projektov iz P ESPRA 2021-2027.



EVALVACIJA IN SPREMLJANJE USPEŠNOSTI KOMUNICIRANJA

Za namene spremljanja uspešnosti komuniciranja bo v letu 2024 izvedena posebna raziskava ciljne skupine, ki bo spremljala pomanjkljivosti komuniciranja P ESPRA 2021-2027 ter seznanjanje s skladom. Raziskava bo ponovljena v roku dveh let, da se bo videl napredek.

Doseganje ključnih kazalnikov uspešnosti, ki bodo vsako leto specificirane v letnih načrtih komuniciranja, bo zagotovilo, da bodo vse aktivnosti, ki se izvajajo in se bodo izvajale na podlagi tega dokumenta, usmerjene v čim večjo učinkovitost pri porabi finančnih sredstev, obveščanju javnosti ter motiviranju potencialnih prijaviteljev.

Z vidika doseganja potencialnih vlagateljev, ki so sami močno motivirani za črpanje sredstev iz operativnega programa za ribištvo, je sedanja komunikacijska mešanica programa ustrezno izbrana in je zato zadostna. Če pa želi program razširiti svoje posredovanje na doslej manj zainteresirane člane ciljne skupine, bo moral razširiti svoje dejavnosti in znatno povečati intenzivnost promocije na nekaterih komunikacijskih kanalih.

Glavni primer je digitalno oglaševanje in komunikacija na socialnih omrežjih, ki bi predvsem targetirali delavce v akvakulturi mlajše starosti. Poleg tega je treba opozoriti, da številna socialna omrežja niso več orodje samo za najstnike in ljudi, mlajše od 30 let. To še posebej velja za Facebook, kjer se povprečna starost uporabnika dolgoročno povečuje, in to družabno omrežje je primerno orodje za doseganje ekonomsko aktivnih ljudi srednjih let.

Vendar pa je za uspešno digitalno oglaševanje potrebno redno spremljati, ocenjevati in nenehno optimizirati oglaševalsko akcijo, da bi s pomočjo zbranih podatkov dosegli najboljše možne rezultate.

Kar zadeva vsebino, bo morala komunikacija, namenjena potencialnim prijaviteljem, vsebovati dva pomembna elementa – aktiviranje (interes in želja po uporabi operativnega programa za ribištvo) in izobraževanje (zagotavljanje temeljite informacijske storitve). Če ena komponenta kampanje ne uspe, komunikacija kot celota ne bo uspela.

