

Komunikacijske dejavnosti ob prvi obeležitvi svetovnega dne čebel

Prva obeležitev svetovnega dne čebel (SDČ) je potekala 20. maja 2018 – to je pol leta po sprejemu resolucije, s katero je Generalna skupščina Združenih narodov na pobudo Slovenije razglasila 20. maj kot SDČ. Kratko obdobje od razglasitve do obeležitve je od Slovenije terjalo učinkovitost pri načrtovanju in izvedbi dogodkov. V okviru prve obeležitve SDČ-ja je bilo dogajanje v Sloveniji osredotočeno na tridnevni program med 18. in 20. majem 2018, ki je vključeval mednarodno čebelarstvo konferenco, mednarodno ministrsko konferenco ter proslavo.



Zaradi mednarodne dimenzije dogodkov sta bili organizacija in izvedba programa velik zalogaj, hkrati pa je dogajanje terjalo premišljeno in strukturirano komuniciranje ključnih sporočil SDČ-ja tako v splošni domači in mednarodni javnosti kot tudi v strokovni čebelarški in turistični javnosti. Izvajanje komunikacijskih dejavnosti je vključevalo vrsto deležnikov, povezanih v operativno komunikacijsko skupino pod vodstvom Ministrstva RS za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano – Služba za odnose z javnostmi in promocijo. To so: Ministrstvo RS za zunanje zadeve, Urad Vlade RS za komuniciranje, Slovenska turistična organizacija, Čebelarstvo zveza Slovenije in Organizacija združenih narodov za prehrano in kmetijstvo. Komuniciranje SDČ-ja je vključevalo tudi dogodke in dejavnosti na diplomatsko-konzularnih predstavništvi Slovenije v tujini, ki so se odvijali ves mesec maj.

SDČ se je odlično vključil v strateško turistično usmeritev »Zelena, aktivna, zdrava«, zato je bil strateški cilj komuniciranja promocija prepoznavnosti Slovenije kot vplivne države v svetovnem merilu in razvite turistične destinacije.

Drugi komunikacijski cilji so bili:

- lansirati in povečevati prepoznavnost 20. maja kot SDČ;

- povečati zavedanje o pomenu čebel in drugih oprasačevalcev za človeštvo in njegov obstoj (stanje, pomen in vloga čebel, možne posledice zmanjšanja populacij);
- povečati poznavanje potrebnih preventivnih ukrepov in dejavnosti posameznikov in skupnosti za ohranitev obstoja čebel;
- povečati poznavanje medu in drugih čebeljih izdelkov ter čebelarstvo dejavnosti;
- povečati prepoznavnost Slovenije v svetu kot apituristične destinacije.

V praksi so se komunikacijske dejavnosti izvajale mesec dni pred obeležitvijo SDČ-ja. Vsak teden je bilo izvedenih več komunikacijskih dejavnosti. V skladu z načrtom je vsak član operativno komunikacijske skupine pripravil dogovorjene dejavnosti in materiale ter jih delil z drugimi člani. Drugi člani so te materiale uporabili in jih delili preko svojih kanalov, še posebej je to veljalo za digitalno komuniciranje, kjer so doseg posameznih objav povečevale tudi druge institucije preko deljenja, všečkanja ipd. MB

Vir:

Komunikacijske aktivnosti ob prvi obeležitvi svetovnega dne čebel (18.–20. maj 2018), interno poročilo s priporočili.

Povzetek ključnih rezultatov komuniciranja

Devet objav in izpostavitve na temo SDČ-ja in apiturizma na portalu www.slovenia.info.

Dve objavi (februar in april) v mesečnem e-novičniku Stories from Slovenia (60.269 naslovnikov, povprečen open rate je 13 %) in dve objavi v dvotedenskem e-novičniku News from Slovenia (2655 naslovnikov, povprečen open rate je 21 %).

Dve novi publikaciji Follow the bees v nemškem jeziku in Katalog ponudnikov čebelarstva turizma.

Na družbenih omrežjih Feel Slovenia je bilo objavljanih 40 objav s ciljem komunikacije in promocije SDČ-ja in slovenske turistične ponudbe. Doseg objav je bil več kot 700.000 uporabnikov družbenih omrežij.

Ob SDČ-ju izvedeno študijsko potovanje za prestižne tuje medije iz Rusije (National Geographic Rusija), Velike

Britanije (Geographic Magazine in BBC), Kanade (Air Canada), Francije (La Voix Du Nord), Danske (Jyllandsposten, Explore) in Nizozemske.

Izveden Video News Release z agencijo Reuters. 364 objav v tujih medijih, med drugimi je sporočilo povzelo 19 TV-mrež po vsem svetu.

Spremljanje spletnih objav z orodjem mediatookit je pokazalo, da je bilo med 22. 4. in 22. 5. skoraj 10.000 spletnih vsebin v povezavi s SDČ-jem, kar je doseglo več kot 49 milijonov ljudi po svetu.

Samo v nedeljo, 20. 5., smo zasledili več kot 4000 vsebin, z dosegom skoraj 29 milijonov posameznikov.

V obdobju 24. 4.–29. 5. smo zabeležili preko PR-agencij 46 objav v tujih medijih, s skupnim dosegom 7.684.176 posameznikov.