

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

za postupak izrade Provedbenog programa Grada Svetog
Ivana Zeline za razdoblje 2021.-2025. godine

Sadržaj

1. UVOD	1
2. CILJEVI I CILJNE SKUPINE	2
2.1. Opći cilj Komunikacijske strategije	2
2.2. Specifični ciljevi Komunikacijske strategije	2
2.3. Temeljna načela Komunikacijske strategije	2
2.4. Rezultati specifičnih ciljeva.....	3
2.5. Ciljne skupine Komunikacijske strategije	3
3. PRORAČUN	4
4. KOMUNIKACIJSKI KANALI, MJERE I AKTIVNOSTI	4
4.1. Komunikacijski kanali povezani s Provedbenim programom	4
4.2 Mjere i aktivnosti.....	5
5. PRAĆENJE I VREDNOVANJE	7
6. AKCIJSKI PLAN.....	8

1. UVOD

Prema Zakonu o strateškom planiranju („Narodne novine“ broj 123/2017) te prema Uredbi o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (NN 89/2018), Grad Sveti Ivan Zelina izradio je Komunikacijsku strategiju i komunikacijski akcijski plan s ciljem približavanja tematike koju donosi novi kratkoročni strateški akt Grada Svetog Ivana Zeline, odnosno Provedbeni program Grada Svetog Ivana Zeline za razdoblje 2021.-2025.

Komunikacijska strategija u postupku izrade Provedbenog programa Grada Svetog Ivana Zeline za razdoblje 2021.-2025. u skladu je s Priručnikom o strateškom planiranju, poglavljem III, točkom 9, podtočkom 9.10. kojeg je donijelo Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije u svibnju 2020. godine, temeljem Uredbe o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave ("Narodne novine" broj 89/18.). Jedan od koraka u izradi akta strateškog planiranja je izrada Komunikacijske strategije i Komunikacijskog akcijskog plana, radi određivanja odgovarajućeg načina informiranja i komunikacije s javnošću, što podrazumijeva korištenje specifičnih komunikacijskih alata kojima se postiže vidljivost postupka planiranja javnih politika.

Komunikacijska strategija je dokument kojim se određuju komunikacijski ciljevi koje nositelj izrade akta strateškog planiranja želi postići komunikacijom s javnošću i definiraju ciljne skupine i komunikacijski kanali. Komunikacijskim akcijskim planom definira se okvir za postizanje komunikacijskih ciljeva određenih komunikacijskom strategijom te detaljno razrađuju mjere i aktivnosti informiranja i vidljivosti na operativnoj razini u svrhu provedbe komunikacijskih ciljeva.

Dokument je izrađen te se provodi sukladno načelima transparentnosti, učinkovitosti i djelotvornosti. Izrađivač Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana je Logička matrica d.o.o., vanjski stručnjak koji sve aktivnosti provodi u suradnji s radnom skupinom (*Odluka o imenovanju radnog tijela za provođenje postupka izrade Provedbenog programa Grada Svetog Ivana Zeline za razdoblje 2021.-2025. godine, KLASA: 302-02/21-01/01, URBROJ:238/30-02/27-21-23*). Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan bit će navedeni u prilogu finalnog strateškog akta.

2. CILJEVI I CILJNE SKUPINE

Provedbeni program Grada Sveti Ivan Zelina za razdoblje 2021. – 2025. definiran je kao kratkoročni akt strateškog planiranja kojim se nastoji unaprijediti život i blagostanje stanovnika na ciljanom području. Kako bi se dionicima, široj javnosti i svim potencijalnim korisnicima približila tematika koju donosi Provedbeni program, izrađuje se upravo ova komunikacijska strategija postupka izrade Provedbenog programa. Ova strategija ima svoj utvrđeni opći cilj koji se dalje razrađuje kroz specifične ciljeve koji koriste unaprijed određene komunikacijske kanale, u svrhu uspješnog komuniciranja s ciljnim skupinama. Provedbom komunikacijske strategije namjerava se pridonijeti transparentnosti izrade samoga programa, ali i transparentnosti postizanja i ostvarivanja zadanih ciljeva te se nastoji osvijestiti sve dionika procesa o važnosti djelovanja Grada kao nositelja razvoja na svojem teritoriju.

2.1. Opći cilj Komunikacijske strategije

Opći cilj komunikacijske strategije u postupku izrade provedbenog programa Grada Svetog Ivana Zeline je doprinijeti razumijevanju razvojne i strateške uloge politike ravnomjernoga regionalnog razvoja putem informiranja i uključivanja javnosti u proces kreiranja i donošenja Provedbenog programa.

2.2. Specifični ciljevi Komunikacijske strategije

Kako bi se postigao navedeni opći cilj i uspješno provela komunikacijska strategija, definirani su specifični ciljevi koji trebaju biti ostvareni provedbom, i to slijedom:

- | 1. Uspostaviti, osigurati i poticati učinkovitu komunikaciju i suradnju svih dionika u procesu izrade Provedbenog programa
- | 2. Pozitivno utjecati na svijest javnosti o ulozi i značaju Provedbenog programa za daljnji razvitak i jačanje konkurentnosti Grada, kao i dovesti do prepoznavanja uloge Grada za razvoj.
- | 3. Informirati javnost o mogućim izvorima financiranja, s posebnim naglaskom na mogućnosti financiranja putem europskih Fondova.

Svi specifični ciljevi ostvaruju se putem komunikacijskih kanala odnosno aktivnosti i mjera koje se prikazuju u nastavku teksta.

2.3. Temeljna načela Komunikacijske strategije

- | 1. Informacije će se prezentirati jasno, pravovremeno i transparentno
- | 2. Aktivnosti će usmjeravati poruke ciljnim skupinama
- | 3. Aktivnosti će biti komplementarne kako bi se odaslala cjelovita poruka
- | 4. Informacije će se redovito pratiti i ažurirati

- | 5. Pri interakciji s ciljnim skupinama u obzir će se uzeti sve moguće prepreke i specifičnosti kako bi se osigurala maksimalna i potpuna participacija

2.4. Rezultati specifičnih ciljeva

- | 1. Postignuta učinkovita komunikacija svih dionika
- | 2. Prepoznata uloga Grada kao poticatelja razvoja te dosegnuta zadovoljavajuća razina javne svijesti o mogućnostima daljnjeg razvitka
- | 3. Javnost informirana o mogućim izvorima financiranja

2.5. Ciljne skupine Komunikacijske strategije

U svrhu ispunjenja ciljeva zadanih ovom strategijom, potrebno je definirati ciljne skupine kojima će se putem komunikacijskih kanala, alata i mjera predstavljati sve faze procesa izrade i donošenja provedbenog programa. Sukladno tome, ova strategija definira ciljne skupine kao *skup dionika koji imaju aktivnu ulogu u ostvarenju prioriteta i ciljeva provedbenog programa grada Sveti Ivan Zelina*. One su prepoznati kao nosioci ili korisnici daljnjeg razvoja Grada te će se njima, temeljeno na načelima partnerstva i suradnje, neposredno upućivati komunikacijske aktivnosti. Prema pristupu informacijama u procesu, ciljne se skupine dijele na interne i eksterne.

Interne ciljne skupine su primarni nositelji procesa pripreme Provedbenog programa i u njih se ubrajaju: radno tijelo, upravni odjeli Grada Sveti Ivan Zelina, javne ustanove, javnopravna tijela te trgovačka društva u vlasništvu grada. Radno tijelo je nositelj izrade nacrtu i konačne verzije Provedbenog programa te je odgovorna prema javnosti davati točne, jasne i koncizne odgovore i pružati informacije na zahtjev. Upravni odjeli, javne ustanove, javnopravna tijela i trgovačka društva pružaju stručna mišljenja u procesu izrade, ali služe i kao potencijalni krajnji korisnici.

Eksterne ciljne skupine obuhvaćaju sve ostale skupine koje sudjeluju u Provedbenom programu, ali ne sudjeluju aktivno u internoj izradi programa i to slijedom: privatni/poslovni sektor Grada, organizacije civilnog društva, mediji, stanovništvo i šira zajednica. Upravo zbog potrebe uključivanja ovih skupina, cjelokupan proces mora biti transparentan što se ostvaruje putem prikupljanja mišljenja zainteresiranih dionika na javnom savjetovanju. Mediji služe kao poticatelj šire zajednice na uključivanje u proces izrade te kao spojnica između članova radnog tijela i šire javnosti.

3. PRORAČUN

Sredstva za provedbu komunikacijskih aktivnosti osigurat će se iz proračuna Grada Svetog Ivana Zeline. Najveći dio aktivnosti neće zahtijevati posebne financijske izdatke, jer će se koristiti vlastiti komunikacijski alati i mediji te besplatni nacionalni portal. Ključni provedbeni kapacitet za realizaciju komunikacijskih aktivnosti biti će zaposlenici Grada koji će biti zaduženi za pripremu materijala za objavu.

4. KOMUNIKACIJSKI KANALI, MJERE I AKTIVNOSTI

Grad Sveti Ivan Zelina će prilikom komuniciranja informacija i aktivnosti prema javnosti koristiti jasne i otvorene kanale, oslanjajući se na proaktivan pristup medijima i korištenje *newslettera* kao posebnih alata komunikacije prema ciljnim skupinama. U svrhu ostvarivanja ovoga cilja, prepoznati su ključni komunikacijski kanali kojima će se doseći najširi obujam javnosti i ciljnih skupina te će se preko njih odvijati najveći dio komunikacije. Ti kanali uključuju elektroničku poštu, službene internetske stranice, te tradicionalne komunikacijske kanale, a u nastavku dokumenta bit će pobliže specificirana njihova struktura i doseg.

4.1. Komunikacijski kanali povezani s Provedbenim programom

- | **1. Elektronička pošta** – ovaj komunikacijski kanal će se koristiti u svrhu redovitog službenog komuniciranja svih dionika uključenih u izradu dokumenta. Unutar stručnog tima koji će nadgledati provedbu komunikacije izabrat će se jedna osoba koja će preuzeti ulogu kontakt osobe zadužene za komunikaciju sa svim ciljanim skupinama te će se sastaviti *mailing* lista preko koje će biti prosljeđivane sve relevantne informacije o planiranim i provedenim aktivnostima.
- | **2. Službene internetske stranice** – korištenjem ovoga kanala ciljne skupine i šira javnost bit će pravovremeno obavještavane o planiranim aktivnostima i sastancima te svim novostima koje će biti rezultat kontinuiranog rada na izradi Provedbenog programa Grada za razdoblje 2021. – 2025. godine. Uz redovito obavještavanje o nastalim novostima, na službenim će se stranicama u digitalnom formatu moći pregledati i preuzeti svi ključni službeni dokumenti koji se odnose na postupak izrade Provedbenog programa, poput Odluke o izradi Provedbenog programa, Komunikacijske strategije, Strategije savjetovanja te naposljetku i sam Provedbeni program po završetku njegove izrade i savjetovanja sa zainteresiranom javnošću. Kako bi se olakšao pristup zainteresiranoj javnosti, u sklopu službene stranice (adresa www.zelina.hr) otvorit će se subdomena koja će služiti kao mjesto pohrane svih relevantnih dokumenata.

Osim toga, objave o napretku aktivnosti, realiziranim projektima i sl. vršit će se putem novog službenog nacionalnog portala www.hrvatska.2030.hr.

3. Tradicionalni komunikacijski kanali – ovaj oblik komunikacije podrazumijeva korištenje odabranih medija kao alata za interakciju s ciljnim skupinama, a posebice s najširoom javnošću, koja možda nije u mogućnosti koristiti gore navedene komunikacijske kanale. Putem oglašavanja na radiju Zelina popratit će se provedene aktivnosti i omogućit će se dospjeće informacija do onih aktera koji nisu neposredno uključeni u izrade Provedbenog programa, ali predstavljaju njegove krajnje korisnike. Nadalje, aktivnosti vezane uz strateško planiranje Grada Svetog Ivana Zeline objavljuvat će se i u Zelinskim novinama.

4.2 Mjere i aktivnosti

Kako bi se uspješno ostvarili postavljeni ciljevi ove strategije ključno je precizno odrediti mjere i aktivnosti informiranja koje će se dalje usklađivati ovisno o fazi izrade i realizacije Provedbenog programa. U tu svrhu, identificirane su dvije glavne faze komunikacije: prva faza, unutar koje će se uspostaviti i uskladiti komunikacija među dionicima izrade Provedbenog programa te će se informirati javnost o postupku izrade i druga faza koja nastupa nakon izrade samog dokumenta, unutar koje će se javnost informirati o postignutim ciljevima te će se uključiti svi ostali dionici. Kako bi se ove dvije faze uspješno provele, potrebno je odrediti pravilne termine u kojima će se ciljevi, aktivnosti i mjere vrednovati i revidirati, čime se osigurava kvalitetan konačni produkt rada na zadovoljstvo i korist cijele javnosti.

Identificirane komunikacijske mjere koje će pridonijeti takvom rezultatu uključuju informiranje šire javnosti o početku izrade Provedbenog programa te uspostavljanje jedinstvene kontakt točke koja će redovito i službeno komunicirati prema dionicima, postavljanje dokumentacije na internetske stranice Grada kako bi ista bila dostupna svima, provođenje interne komunikacije i koordinacije dionika u svrhu uspješne izrade nacrtu Provedbenog programa koji će kroz poticanje partnerstva i radne sastanke zadobiti svoj konačni oblik te rad na medijskoj vidljivosti procesa i informacija.

Preduvjet provođenju mjera je prije svega kvalitetno postavljanje komunikacijskih alata koji će pružiti okvir informacijama koje se upućuju javnosti. Ovom strategijom su identificirana četiri ključna komunikacijska alata koja će se koristiti tokom cijelog procesa: elektronička pošta, službene internetske stranice i mediji.

1. Elektronička pošta – okrenut primarno prema javnim ustanovama i javnopravnim tijelima s područja Grada, široj javnosti, medijima, poslovnim subjektima i ostalim potencijalnim

korisnicima, ovaj alat će se koristiti kontinuirano i prema potrebi kako bi se službeno obavijestili svi dionici izrade. Pokazatelj kojim će se mjeriti uspješnost ovoga alata će biti broj poslanih poruka elektroničke pošte, a financirati će se putem proračuna Grada.

2. Službene internetske stranice – alat će se kontinuirano koristiti kako bi se, konstantno ažuriranim informacijama, ciljne skupine (javne ustanove i tijela, mediji, šira javnost, mediji, poslovni subjekti) upoznale s fazama izrade provedbenog programa. Financiran iz proračuna Grada, ovaj pokazatelj će biti lako mjerljiv brojem objava i posjeta na odabranim stranicama.

3. Mediji – ključan alat za informiranje šire javnosti kojim će se podizati svijest o značaju i utjecaju Provedbenog programa na teritoriju Grada, ali i šire, sukladno utvrđenim potrebama, a posebice prilikom usvajanja dokumenta. Objave u medijima će biti besplatne, a ukoliko će biti potrebno financirat će se iz proračuna. Uspješnost korištenja alata će se pratiti preko broja objava u tisku, radijskih minuta, objavljenih priopćenja za javnosti te broja objava na portalima (uključujući i nacionalni portal www.hrvatska.2030.hr).

5. PRAĆENJE I VREDNOVANJE

Za koordiniranje aktivnosti praćenja i vrednovanja zadužen je zaposlenik/zaposlenica Gradske uprave u čijem je radnom djelokrugu komunikacija s javnošću. U nastavku su navedeni pokazatelji kojima se prati odnosno ocjenjuje proces implementacije Komunikacijske strategije i pripadajućeg Akcijskog plana.

Uspješnost provedbe Komunikacijske strategije prati se putem indikativnih pokazatelja uspješnosti te se prema potrebi komunikacijski pristup prema pojedinim ciljnim skupinama može modificirati.

Komunikacijski alat	Ciljne skupine	Indikativni vremenski okvir	Izvor financiranja	Pokazatelji
Informiranje putem elektroničke pošte	Javne ustanove i javnopravna tijela, šira javnost, poslovni subjekti, mediji, ostali potencijalni korisnici	Kontinuirano po potrebi	Proračun Grada	Broj poslanih poruka
Informiranje putem službene internetske stranice	Javne ustanove i javnopravna tijela, šira javnost, poslovni subjekti, mediji, ostali potencijalni korisnici	Kontinuirano	Proračun Grada	Broj objava Broj posjeta
Informiranje putem medija	Javne ustanove i javnopravna tijela, šira javnost, poslovni subjekti, mediji, ostali potencijalni korisnici	Sukladno utvrđenim potrebama, a posebice prilikom donošenja provedbenog programa	Proračun Grada	Broj objava u tisku Broj minuta na radiju Broj objava na portalima

6. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

Komunikacijski cilj	Ciljna skupina	Komunikacijske mjere i alati	Vremenska dimenzija	Provoditelj aktivnosti
Uspostaviti, osigurati i poticati učinkovitu komunikaciju i suradnju svih dionika u procesu izrade Provedbenog programa	<ul style="list-style-type: none"> Javne ustanove Javnopravna tijela Mediji Šira javnost Potencijalni korisnici Ostale eksterne skupine 	<ul style="list-style-type: none"> Internetske stranice Grada Sveti Ivan Zelina (zelina.hr) Adresa elektroničke pošte odabrane kontakt točke (?) Organizacija javnih radionica i konferencija te radnih sastanaka radne skupine i ostalih aktera Kreiranje jasne vizualne prepoznatljivosti Provedbenog programa Grada Sveti Ivan Zelina 2021.-2025. u javnosti i medijima 	Kontinuirano 2021.-2025.	Grad Sveti Ivan Zelina
Pozitivno utjecati na svijest javnosti o ulozi i značaju Provedbenog programa za daljnji razvitak i jačanje konkurentnosti Grada, kao i dovesti do prepoznavanja uloge Grada za razvoj	<ul style="list-style-type: none"> Javne ustanove Javnopravna tijela Mediji Potencijalni korisnici Šira javnost Ostale eksterne skupine 	<ul style="list-style-type: none"> Objavljivanje informacija putem klasičnih medijskih kanala (TV, novine, radio) Objavljivanje informacija putem interneta Korištenje <i>newslettera</i> 	Kontinuirano 2021.-2025.	Grad Sveti Ivan Zelina
Informirati javnost o mogućim izvorima financiranja, s posebnim naglaskom na mogućnosti financiranja putem europskih Fondova	<ul style="list-style-type: none"> Šira javnost Potencijalni korisnici Ostale eksterne skupine Javne ustanove Javnopravna tijela 	<ul style="list-style-type: none"> Organizacija informativnih radionica o izvorima financiranja Publiciranje <i>newslettera</i> s informacijama o natječajima Objavljivanje informacija u medijima 	Kontinuirano 2021.-2025.	Grad Sveti Ivan Zelina