

**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I
KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN
STRATEGIJE RAZVOJA URBANOG PODRUČJA
VINKOVCI U RAZDOBLJU 2021.-2027.**

Veljača, 2022. godine

SADRŽAJ

| | |
|--|---|
| 1. Kontekst i uvod..... | 3 |
| 2. Komunikacijska strategija..... | 4 |
| 2.1. Komunikacijski ciljevi..... | 4 |
| 2.2. Komunikacijske mjere | 4 |
| 2.3. Komunikacijske aktivnosti | 5 |
| 2.4. Komunikacijski alati | 5 |
| 3. Ciljne skupine | 6 |
| 4. Praćenje i vrednovanje provedbe Komunikacijske strategije | 7 |
| 5. Komunikacijski akcijski plan..... | 9 |

1. Kontekst i uvod

Sukladno Uredbi o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinicu lokalne i područne (regionalne) samouprave (NN 89/18) Člankom 15. propisana je obveza izrade komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za akte strateškog planiranja, **radi odgovarajućeg informiranja, komunikacije i vidljivosti postupaka planiranja javnih politika**. Navedeni dokument donosi se u roku od 90 dana od dana stupanja na snagu Odluke o pokretanju postupka izrade strateškog akta, u ovom slučaju Strategije razvoja urbanog područja Vinkovci u razdoblju 2021.-2027.

Izradi Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana, koji uz Akcijski plan za provedbu strategije razvoja urbanog područja (SRUP) predstavljaju provedbene akte SRUP-a, pristupa se sukladno Smjernicama za uspostavu urbanih područja i izradu strategija razvoja urbanih područja koje su izrađene i donijete od strane Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije koje je nadležno tijelo za politiku urbanoga razvoja i koordinacijsku provedbu mehanizma integriranih teritorijalnih ulaganja u Republici Hrvatskoj.

Za izradu Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana odgovoran je grad središte urbanog područja koje nacrt predmetnih dokumenata podnosi na mišljenje Koordinacijskom vijeću koje mišljenje o konačnom nacrtu komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana donosi natpolovičnom većinom glasova, nakon čega se nacrt upućuje svim JLS-ovima u teritorijalnom obuhvatu ITU područja radi davanja mišljenja njihovih predstavničkih tijela, kao i na mišljenje partnerskom vijeću urbanog područja. Nakon pribavljenih mišljenja, Koordinacijsko vijeće upućuje konačni nacrt Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana predstavničkom tijelu grada središta urbanog područja radi donošenja predmetnih dokumenata.

Izmjenu i/ili dopunu Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana donosi predstavničko tijelo grada središta urbanog područja, u istom postupku i uz iste preduvjete po kojima se ti dokumenti donose.

Komunikacijska strategija je dokument kojim se određuju komunikacijski ciljevi koje Grad Vinkovci kao središte urbanog područja i nositelj izrade Strategije razvoja urbanog područja Vinkovci (SRUPVK) želi postići komunikacijom s javnošću po pitanju primjene mehanizma integriranih teritorijalnih ulaganja na području teritorijalnog obuhvata urbanog područja Vinkovci, koje obuhvaća 10 jedinica lokalne samouprave i grad središte – Grad Vinkovci, te definira ključne komunikacijske poruke, ciljne skupine i komunikacijske kanale kojima će nastojati ostvariti zadane ciljeve.

2. Komunikacijska strategija

Komunikacijski plan ističe potrebu pristupa informacijama svim zainteresiranim stranama. Vrlo je važno informirati i s napretkom upoznati opću javnost i dionike kojih se ovaj dokument tiče na bilo koji način. U skladu s tim komunikacija se nužno usmjerava na nekoliko razina, od strane nacionalne razine (osobito Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije kao nositelja politike regionalnog razvoja), urbanog područja Vinkovci, županijske do lokalne razine.

Komunikacija se odvija na dvije razine, kao interna tj. između dionika uključenih direktno u procese izrade, donošenja, provedbe, praćenja i vrednovanja SRUPVK te kao vanjska, tj. prema općoj javnosti.

2.1. Komunikacijski ciljevi

Opći cilj komunikacijske strategije je upoznavanje ključnih dionika sa značajem i elementima instrumenta integriranih teritorijalnih ulaganja te približavanje ciljeva i podizanje svijesti o važnosti i svrsi regionalnog planiranja i doprinosa Strategije urbanog područja Vinkovci održivom razvoju.

Specifični ciljevi Komunikacijske strategije su:

SC.1. Osiguranje učinkovite komunikacije i suradnje, te transparentnosti procesa i procedura svih dionika na izradi i provedbi SRUPVK;

SC.2. Podizanje razine znanja i kapaciteta ključnih dionika uključenih u izradu i provedbu SRUPVK

SC.3. Podizanje svijesti o značaju i potencijalu zajedničkog strateškog planiranja razvoja UPVK te ulozi i odgovornosti pojedinih dionika;

SC.4. Povećanje razine informiranosti i znanja o dostupnim izvorima financiranja aktivnosti, programa i projekata urbanog područja Vinkovci;

SC.5. Informiranje opće javnosti i usmjerena promocija učinaka izrade i provedbe SRUPVK

2.2. Komunikacijske mjere

Predviđene komunikacijske mjere definirane su u skladu s općim i specifičnim ciljevima komunikacije te su prilagođene identificiranim ciljnim skupinama na više razina.

Komunikacijske mjere su:

- 1. Izrada vizualnog identiteta SRUPVK – radi osiguravanja vidljivosti i prepoznatljivosti SRUPVK kroz sve komunikacijske aktivnosti*
- 2. Organizacija javnih događanja - predstavljanje nacrtu SRUPVK, okrugli stolovi i radni sastanci radi povezivanja i poticanja partnerstva dionika, predstavljanje konačnog dokumenta SRUPVK, konferencije za medije, info dani o mogućnostima financiranja razvojnih aktivnosti, programa, projekata i drugo s ciljem podizanja razine znanja*

3. *Uspostava središnje kontakt točke - u svrhu redovitog službenog komuniciranja svih dionika uključenih u pripremu, izradu i provedbu SRUPVK*
4. *Dostupnost informacija na Internetu – glavni izvor informacija svim ciljnim skupinama o značenju SRUPVK u svim fazama provedbe i učincima razvojnih aktivnosti, programa i projekata*
5. *Interna komunikacija i koordinacija dionika – s ciljem učinkovitosti procesa i rezultata izrade i provedbe SRUPVK, te kvalitete, brojnosti i sinergije ostvarenih rezultata*
6. *Informiranje putem promotivnih i informativno-edukativnih materijala – u svrhu povećanja vidljivosti i općeg informiranja opće javnosti (npr. letci, plakati, brošure)*
7. *Osiguranje medijske vidljivosti i promocije rezultata provedbe SRUPVK*

2.3. Komunikacijske aktivnosti

Komunikacijske aktivnosti će se u različitim fazama provedbe SUPVK odvijati različitim intenzitetom. Komunikacijske aktivnosti usmjeravaju se na što učinkovitiju provedbu, praćenje, vrednovanje i izvještavanje te na transparentno informiranje dionika i opće javnosti o razvojnim učincima i poticanja kreiranja novih aktivnosti, programa i projekata.

Provedba komunikacijskih mjera koja osigurava ispunjenje općih i specifičnih ciljeva strategije te se postiže implementacijom sljedećih aktivnosti:

- izrada i primjena vizualnog identiteta radi osiguranja vidljivosti i prepoznatljivosti unutar svih ciljnih skupina
- otvaranje službene adrese elektroničke pošte UPVK
- povećanje razine osviještenosti opće javnosti kroz organiziranje radionica/info-dana o važnosti, svrsi i doprinosu SRUPVK održivom razvoju urbanog područja Vinkovci,
- izrada i distribucija brošura i drugih edukacijsko-informativnih materijala,
- osiguravanje potpore i uključenosti opće javnosti putem javnih savjetovanja i drugih aktivnosti,
- izrada, strukturiranje i redovito ažuriranje stranice/pod-stranice urbanog područja Vinkovci,
- pravovremeno i strukturirano objavljivanje korisnih informacija na stranicama članova Vijeća,
- organiziranje informativnih događanja i sastanaka usmjerenih međusobnom upoznavanju i koordinaciji radi stvaranja mreže potencijalnih partnerstava na razvojnim aktivnostima, programima i projektima,
- organiziranje informativnih radionica i edukacija s ciljem jačanja komunikacijskih i provedbenih kapaciteta dionika,
- ažuriranje stranica na društvenim mrežama (Facebook, Instagram i dr.) u svrhu informiranja opće javnosti o događanjima te objavljivanja korisnih informacija,
- sudjelovanje u medijima kako bi se osigurala vidljivost za opću javnosti.

2.4. Komunikacijski alati

Komunikacijski alati su ključni za ispunjavanje ciljeva Komunikacijske strategije te su odabrani na način da doprinose općem i specifičnim ciljevima Komunikacijske strategije. Predviđene aktivnosti i pripadajući komunikacijski alati osiguravaju brzo, jasno i nedvosmisleno prenošenje ključnih informacija do ciljnih skupina, te se koriste koordinirano radi postizanja sinergijskih učinaka.

Komunikacijski alati koji će pridonijeti ostvarivanju ciljeva su:

- vizualni identitet UPVK,
- web stranica/pod-stranica UPVK,
- informativne objave na web stranicama članova Vijeća, partnera i ostalih dionika prema potrebi,
- specijalizirana adresa elektroničke pošte,
- konferencije za novinare
- letci, plakati, informativno-edukativni materijali,
- radionice, edukacije, radni sastanci, savjetovanja, seminari i info-dani,
- savjetovanja sa zainteresiranom javnošću i individualna savjetovanja s dionicima,
- objave u lokalnim medijima, reportaže o napretku provedbe SUPVK na lokalnim TV i radio postajama,
- Stranice na društvenim medijima (Facebook, Instagram i dr.).

Vremenska dimenzija upotrebe komunikacijskih alata detaljnije je razrađena u Komunikacijskom akcijskom planu. Popis komunikacijskih alata nije konačan, već ovisi o potrebama ciljnih skupina pa se tako prema potrebi lista alata smanjuje odnosno proširuje.

3. Ciljne skupine

Temelj učinkovite provedbe komunikacijskih aktivnosti potrebno je osigurati kroz participativno sudjelovanje ciljnih skupina i dionika u izradi i provedbi SRUPVK.

Ciljne skupine komunikacijskih aktivnosti segmentirane su u nekoliko kategorija obzirom na specifičnost njihovih interesa:

- Opća javnost
- Prenositelji informacija - mediji
- Javna poduzeća i institucije na lokalnoj, regionalnoj i državnoj razini, gospodarski subjekti, znanstvene zajednice, socijalni partneri, organizacije civilnog društva i dr.
- Privatna poduzeća
- Donositelji odluka – resorna ministarstva, institucije, stručne službe i uredi, JLS-ovi koji sudjeluju u procesu donošenja odluka
- Koordinacijsko vijeće
- Partnersko vijeće
- Udruga gradova u Republici Hrvatskoj, Udruga općina u Republici Hrvatskoj

Lista ciljnih skupina je indikativna i predstavlja temeljni okvir za planiranje specifičnih aktivnosti prema pojedinim skupinama te se može proširiti prema potrebi. Komunikacijski pristup prilagođava se svakoj ciljnoj skupini kako bi se na najučinkovitiji način prenijela željena informacija.

U komunikaciji s ciljnim skupinama primjenjuju se opća načela komunikacije definirana u Komunikacijskoj strategiji ESI fondova, a to su: točnost i pravovremenost informacija; učinkovita i transparentna komunikacija; provjerljivost izvora; jasno, jednostavno i lako razumljivo komuniciranje o procedurama; neutralnost, neovisnost i apolitičnost; pristup otvorene suradnje, dijaloga i uzajamnog poštovanja.

Najvažnije je da su predstavnici ciljane skupine neposredno uključeni, da prepoznaju koristi ITU instrumenta te da su koristi mjerljive i opipljive. Informiranost i umreženost dionika vrlo je važna, kontinuiranom suradnjom i komunikacijom dionika i ciljnih skupina omogućit će se izravan pristup svim relevantnim informacijama te time postaviti učinkovite temelje za pripremu projektnih prijedloga, kao i održivost istih nakon završetka.

4. Praćenje i vrednovanje provedbe Komunikacijske strategije

Redovito vrednovanje aktivnosti informiranja i komunikacije predstavlja osnovu za uspješnu i učinkovitu realizaciju komunikacijske strategije. Za koordiniranje aktivnosti praćenja i izvještavanja o provedbi SRUPVK na godišnjoj razini, nositelj je Grad Vinkovci te Partnersko vijeće urbanog područja Vinkovci. Praćenje i vrednovanje komunikacijske strategije bit će sastavni dio godišnjeg izvješća kojim Grad Vinkovci izvještava Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije o rezultatima provedbe SRUPVK. Uspješnost provedbe Komunikacijske strategije prati se putem indikatora za praćenje uspješnosti navedenih u *Tablica 1 Pokazatelji uspješnosti provedbe komunikacijskih aktivnosti*. Povratne informacije na temelju godišnje evaluacije omogućavaju prilagodbu komunikacijske strategije stvarnim potrebama ciljnih skupina kako bi se osigurali najučinkovitiji rezultati.

Tablica 1 Pokazatelji uspješnosti provedbe komunikacijskih aktivnosti

| Komunikacijske aktivnosti | Pokazatelji uspješnosti |
|---|--|
| Izrada i primjena vizualnog identiteta radi osiguranja vidljivosti i prepoznatljivosti unutar svih ciljnih skupina | <ul style="list-style-type: none"> • Izrađen logotip • Izrađeni drugi promotivni materijali na kojima se primjenjuje vizualni identitet UPVK |
| Otvaranje službene adrese elektroničke pošte UPVK | <ul style="list-style-type: none"> • Broj odgovorenih upita građana/dionika • Broj individualnih savjetovanja |
| Povećanje razine osviještenosti opće javnosti kroz organiziranje radionica/info-dana o važnosti, svrsi i doprinosu SRUPVK održivom razvoju urbanog područja Vinkovci | <ul style="list-style-type: none"> • Broj održanih konferencija/info dana • Broj posjetitelja/sudionika |
| Izrada i distribucija edukacijsko-informativnih materijala | <ul style="list-style-type: none"> • Broj izrađenih i distribuiranih letaka, plakata i ostalih informativno-edukativni materijala • Broj podijeljenih edukacijsko-informativnih materijala |
| Osiguravanje potpore i uključenosti opće javnosti putem javnih savjetovanja i drugih aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> • Broj javnih savjetovanja • Broj sudionika |
| Izrada i stranice/pod-stranice UPVK | <ul style="list-style-type: none"> • Izrađena stranica/pod-stranica |
| Pravodobno objavljivanje korisnih informacija na službenoj internetskoj stranici/pod-stranici i stranicama članova Vijeća | <ul style="list-style-type: none"> • Broj objava na stranici • Broj posjeta stranicama • Broj klikova na stranice • Vrijeme zadržavanja na stranici |
| Organiziranje informativnih događanja usmjerenih međusobnom upoznavanju i koordinaciji radi stvaranja mreže potencijalnih partnerstava na razvojnim aktivnostima, programima i projektima | <ul style="list-style-type: none"> • Broj sastanaka/radionica • Broj sudionika • Izrađena godišnja izvješća o provedbi |
| Organiziranje informativnih radionica i edukacija s ciljem jačanja komunikacijskih i provedbenih kapaciteta dionika | <ul style="list-style-type: none"> • Broj odrađenih informativnih radionica • Broj sudionika |
| Otvaranje i ažuriranje stranica na društvenim mrežama (Facebooku, Instagramu te kanal na servisu You Tube) u svrhu informiranja opće javnosti o događanjima te objavljivanje korisnih informacija | <ul style="list-style-type: none"> • Broj pratitelja stranica • Broj objava na stranicama • Broj klikova na objave |
| Osiguranje medijske vidljivosti | <ul style="list-style-type: none"> • Broj članaka u novinama i portalima • Broj reportaža na TV i radio emisijama |

5. Komunikacijski akcijski plan

Akcijski plan je prikaz provedbe svih komunikacijskih aktivnosti prema postavljenim ciljevima, ciljnim skupinama i vremenskom periodu izvršenja. Akcijski plan revidira se na godišnjoj razini kao i proračun predloženih aktivnosti.

Opći komunikacijski cilj

Opći cilj komunikacijske strategije je upoznavanje ključnih dionika sa značajem i elementima instrumenta integriranih teritorijalnih ulaganja te približavanje ciljeva i podizanje svijesti o važnosti i svrsi regionalnog planiranja i doprinosa Strategije razvoja urbanog područja Vinkovci održivom razvoju.

| Specifični komunikacijski cilj | Ciljna skupina | Komunikacijske aktivnosti i alati | Vremenska dimenzija | Aktivnost provodi |
|--|---|--|--|-------------------|
| <i>SC.1. Osiguranje učinkovite komunikacije i suradnje, te transparentnosti procesa i procedura svih dionika na izradi i provedbi SRUPVK</i> | Dionici | Otvaranje službene adrese elektroničke pošte UPVK | Na početku provedbe SRUPVK | Grad Vinkovci |
| | Donositelji odluka Kordinacijsko tijelo Partnersko vijeće Javna poduzeća i institucije Opća javnost | Izrada i primjena vizualnog identiteta | Na početku provedbe SRUPVK/prema potrebi | Grad Vinkovci |
| | | Organiziranje informativnih događanja i sastanaka | Kontinuirano | Grad Vinkovci |
| <i>SC.2. Podizanje razine znanja i kapaciteta ključnih dionika uključenih u izradu i provedbu SRUPVK</i> | Donositelji odluka Javna poduzeća institucije | Održavanje javnih savjetovanja i drugih javnih događanja | Prema potrebi | Grad Vinkovci |
| | Privatna poduzeća Partnersko vijeće Kordinacijsko tijelo | Organiziranje informativnih događanja i sastanaka | Minimalno dva puta godišnje | Grad Vinkovci |

| Specifični komunikacijski cilj | Ciljna skupina | Komunikacijske aktivnosti i alati | Vremenska dimenzija | Aktivnost provodi |
|--|--|--|--------------------------------|-------------------|
| <i>SC.3. Podizanje svijesti o značaju i potencijalu zajedničkog strateškog planiranja razvoja UPVK te ulozi i odgovornosti pojedinih dionika</i> | Dionici Javna poduzeća i Institucije Privatna poduzeća Opća javnost | Izrada i primjena vizualnog identiteta | Prema potrebi | Grad Vinkovci |
| | | Izrada, strukturiranje i redovito ažuriranje stranice/podstranice UPVK | Kontinuirano | Grad Vinkovci |
| | | Izrada i distribucija edukacijsko-informativnih materijala | Prema potrebi | Grad Vinkovci |
| | | Organiziranje informativnih radionica i edukacija za dionike | Minimalno dva puta godišnje | Grad Vinkovci |
| <i>SC.4. Povećanje razine informiranosti i znanja o dostupnim izvorima financiranja aktivnosti, programa i projekata urbanog područja Vinkovci</i> | Opća javnost Mediji Dionici Javna poduzeća i institucije Privatna poduzeća | Izrada i primjena vizualnog identiteta | Kontinuirano/ Prema potrebi | Grad Vinkovci |
| | | Otvaranje službene adrese elektroničke pošte UPVK | Na početku provedbe SRUPVK | Grad Vinkovci |
| | | Organiziranje radionica/info-dana o važnosti, svrsi i doprinosu SUPVK održivom razvoju urbanog područja Vinkovci | Minimalno jednom godišnje | Grad Vinkovci |
| | | Izrada i distribucija edukacijsko-informativnih materijala | Po najavi/ objavi poziva | Grad Vinkovci |
| | | Izrada, strukturiranje i redovito ažuriranje stranice/podstranice UPVK | Kontinuirano | Grad Vinkovci |
| | | Pravovremeno i strukturirano objavljivanje korisnih informacija na stranicama članova Vijeća | Kontinuirano | Grad Vinkovci |

| Specifični komunikacijski cilj | Ciljna skupina | Komunikacijske aktivnosti i alati | Vremenska dimenzija | Aktivnost provodi |
|--|-----------------------------------|--|-----------------------------|-------------------|
| | | Otvaranje i ažuriranje stranica na društvenim mrežama (Facebook i dr.) | Kontinuirano | Grad Vinkovci |
| <i>SC.5. Informiranje opće javnosti i usmjerena promocija učinaka izrade i provedbe SRUPVK</i> | Opća javnost Mediji Dionici | Izrada i primjena vizualnog identiteta | Kontinuirano | Grad Vinkovci |
| | | Organiziranje radionica/info-dana o važnosti, svrsi i doprinosu SRUPVK održivom razvoju UPVK | Minimalno jednom godišnje | Grad Vinkovci |
| | | Izrada i distribucija edukacijsko-informativnih materijala | Minimalno dva puta godišnje | Grad Vinkovci |
| | | Izrada, strukturiranje i redovito ažuriranje stranice/pod-stranice UPVK | Kontinuirano | Grad Vinkovci |
| | | Pravovremeno i strukturirano objavljivanje korisnih informacija na stranicama članova Vijeća | Kontinuirano | Grad Vinkovci |
| | | Otvaranje stranica na društvenim mrežama (Facebook i dr.) | Kontinuirano | Grad Vinkovci |
| | | Osiguranje medijske vidljivosti | Kontinuirano | Grad Vinkovci |