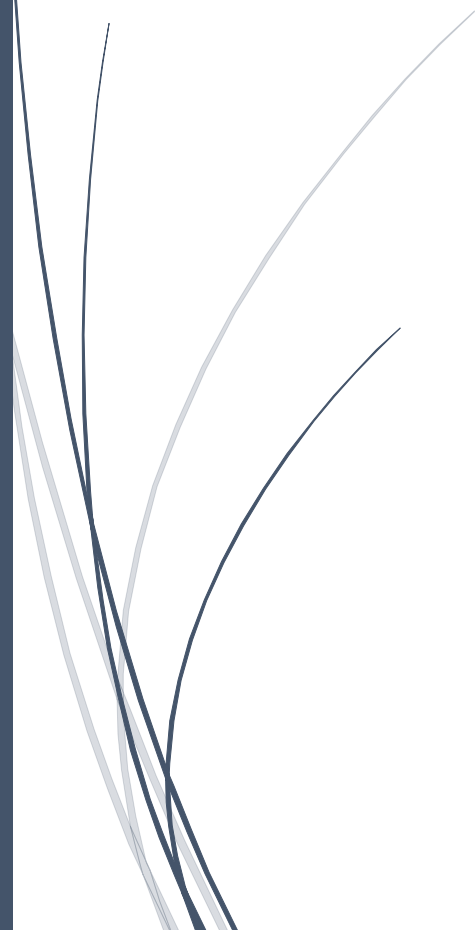


U Općini Veliko Trojstvo,
rujan 2021. godine

KOMUNIKACIJSKA
STRATEGIJA I
KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI
PLAN za postupak izrade
Provedbenog programa
Općine Veliko Trojstvo za
razdoblje 2021-2025. godine



Sadržaj

1. Uvod	2
2. Ciljevi i ciljne skupine.....	3
2.1 Opći cilj Komunikacijske strategije	3
2.2 Specifični ciljevi Komunikacijske strategije	3
2.3 Temeljna načela Komunikacijske strategije	4
2.4 Rezultati specifičnih ciljeva.....	4
2.5 Ciljne skupine Komunikacijske strategije	4
3. Proračun	5
4. Komunikacijski kanali, mjere i aktivnosti.....	5
4.1 Komunikacijski kanali povezani s Provedbenim programom	5
4.2 Mjere i aktivnosti.....	6
4. Praćenje i vrednovanje	8
5. Komunikacijski akcijski plan.....	9

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), Općina Veliko Trojstvo izradila je Komunikacijsku strategiju i komunikacijski akcijski plan s ciljem približavanja tematike koju donosi novi kratkoročni strateški akt Općine Veliko Trojstvo, odnosno Provedbeni program Općine Veliko Trojstvo za razdoblje 2021.-2025. godine.

Komunikacijska strategija u postupku izrade Provedbenog programa Općine Veliko Trojstvo za razdoblje 2021.-2025. godine u skladu je s Priručnikom o strateškom planiranju, poglavljem III, točkom 9, pod-točkom 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 dokument je kojim se određuju komunikacijski ciljevi koje nositelj izrade akta strateškog planiranja želi postići komunikacijom s javnošću i definiraju ciljne skupine i komunikacijski kanali kako bi se razumio okvir unutar kojega će strategija biti osmišljena, napravljena, usvojena i provedena. 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 se i u izradi i u provedbi vodi prema načelima, učinkovitosti, transparentnosti, razumljivosti i djelotvornosti, a izrađivač Komunikacijske strategije i komunikacijskog plana je vanjski stručnjak, tvrtka Logička matrica d.o.o., koji sve aktivnosti provodi u suradnji s Radnim tijelom (*Odluka o imenovanju Radnog tijela za provođenje postupka izrade Provedbenog programa Općine Veliko Trojstvo za razdoblje 2021-2025.; KLASA: 022-01/21-01/14; URBROJ: 2178/22-01-21-2*).

Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan bit će navedeni u prilogu finalnog strateškog akta.

2. Ciljevi i ciljne skupine

Provedbeni program Općine Veliko Trojstvo za razdoblje 2021.-2025. godine ovom je strategijom te nadležnim Priručnikom o strateškom planiranju definiran kao kratkoročni akt strateškog planiranja kojim se nastoji osigurati provedba mjera, aktivnosti i projekata povezanih s proračunom Općine Veliko Trojstvo u svrhu poboljšanja i daljnjeg razvitka životnih uvjeta na području Općine. Kako bi se zainteresiranoj javnosti na jasan i transparentan način predstavile sve teme, prioritete i ciljevi Provedbenog programa, izrađena je Komunikacijska strategija koja definira oblik i okvir komuniciranja putem komunikacijskih kanala, alata i mjera. Kako bi se njezina uspješnost mogla jasno mjeriti, unutar strategije se definira opći cilj, koji predstavlja primarni rezultat koji se provedbom strategije želi postići te specifični ciljevi koji pobliže i preciznije razrađuju spomenuti opći cilj, identificirajući određene sfere na koje je potrebno intenzivnije djelovati. Komunikacija tih ciljeva prema javnosti odvija se preko komunikacijskih kanala čime se šira javnost uključuje u cijeli proces te se osigurava podizanje javne svijesti o važnosti Provedbenog programa i Općine kao nositelja tog strateškog akta na zadovoljavajuću razinu.

2.1 Opći cilj Komunikacijske strategije

Opći cilj Komunikacijske strategije informiranje je šire javnosti i potencijalnih korisnika o važnosti i mogućnostima koje proizlaze iz strateške i razvojne politike ravnomjernoga regionalnog razvoja te Provedbenog programa Općine Veliko Trojstvo za razdoblje 2021.-2025. godine kao reprezentativnoga strateškog akta razvojne politike za područje Općine, putem uključivanja svih aktera u sve planirane procese.

2.2 Specifični ciljevi Komunikacijske strategije

Specifični ciljevi Komunikacijske strategije predstavljaju okosnicu sadržaja i procesa koji su vezani uz Provedbeni program. Precizno su raspisani i jasno definirani te pružaju dodatni uvid u ciljeve koji se nastoje postići provedbom ove strategije, a i definiraju aktivnosti na koje će se strategija orijentirati. Identificirana su tri ključna cilja, a oni redom glase:

1. Usmjerenost na učinkovitu komunikaciju svih dionika koji sudjeluju u izradi i provedbi aktivnosti Provedbenog programa Općine Veliko Trojstvo.
2. Razvijanje javne svijesti građana o važnosti Provedbenog programa kao temeljne strateške odrednice i okvira daljnjeg razvoja Općine i svih stanovnika.
3. Informiranje javnosti o svim postojećim i planiranim izvorima financiranja projekata i aktivnosti, s naglaskom na mogućnosti financiranja preko europskih Fondova.

2.3 Temeljna načela Komunikacijske strategije

Komunikacijsku strategiju određuje pet temeljnih načela koja upućuju provoditelje na smjer kojim se svi procesi informiranja i komuniciranja moraju voditi, a oni slijedom glase:

1. Informacije će biti prezentirane na razumljiv i transparentan način
2. Informacije će se kontinuirano ažurirati i pratiti
3. Aktivnostima će se komunicirati poruke precizno usmjerene ciljnim skupinama
4. Sve planirane aktivnosti bit će međusobno usklađene kako bi se odaslale cjelovite poruke
5. Pri interakciji s ciljnim skupinama modificirat će se pristupi i poruke kako bi se osigurala potpuna participacija dionika, sukladno specifičnostima ili eksternim prilikama.

2.4 Rezultati specifičnih ciljeva

Pri provođenju aktivnosti utemeljenih na navedenim načelima postići će se rezultati koji odgovaraju svakome pojedinome specifičnom cilju i to na slijedeći način:

1. Ostvarena i održana zadovoljavajuća razina komunikacije svih dionika izrade Provedbenog programa
2. Razvijena javna svijest aktera o važnosti Provedbenog programa i Općine kao nositelja razvoja
3. Javnost informirana o svim mogućim izvorima financiranja

2.5 Ciljne skupine Komunikacijske strategije

Nakon prepoznavanja ciljeva i rezultata koji se namjeravaju postići ovom Komunikacijskom strategijom, potrebno je definirati i ciljne skupine kojima će se putem komunikacijskih kanala i alata prenositi sve ključne poruke i informacije koje nastaju u procesima provedbe strateškog akta Provedbenog programa. Komunikacijskom strategijom su ciljne skupine definirane kao *skupovi dionika koji imaju aktivnu ulogu i izraženi interes u ostvarivanju ciljeva i rezultata iznesenih u Provedbenom programu Općine Veliko Trojstvo za razdoblje 2021.-2025.godine*. Riječ je prvenstveno o nizu skupina koje imaju različite interese i posjeduju međusobno drukčije organizacijske kapacitete i status te je ključno da se, koristeći načelima uključenosti i transparentnosti, njima pravilno i pravovremeno odašilju sve relevantne informacije, koristeći se brojnim komunikacijskim kanalima. U svrhu pojednostavljenja, ovom strategijom se definiraju dvije glavne grupe ciljnih skupina: interne i eksterne skupine.

1. Interne ciljne skupine – su sve skupine koje uživaju status inicijatora i nositelja izrade nacrtu i konačne verzije Provedbenog programa. Zbog pozicije koju obnašaju imaju bolji i

jednostavniji pristup informacijama te su često izvor informacija koje se moraju komunicirati prema široj javnosti. U ove skupine ubrajaju se Radno tijelo, javne ustanove i javnopravna tijela te trgovačka društva u većinskom vlasništvu Općine. Među njima se ističe Radno tijelo koje inicira i provodi sve procese vezane uz stvaranje Provedbenog programa te je odgovorno komunicirati s najširoom javnošću u svakoj etapi. Ostale interne skupine obnašaju dvojaku funkciju budući da služe i kao stručni savjetnici u područjima u kojima su profilirani i kao krajnji korisnici mjera i programa koji proizlaze iz strateškog akta.

2. Eksterne ciljne skupine – su sve skupine koje pristup informacijama ostvaruju posredno, preko komunikacijskih kanala definiranih Komunikacijskom strategijom te ovise o internim skupinama za pravovremeno informiranje. One uključuju poslovni/privatni sektor Općine, udruge i organizacije civilnog društva, medije, stanovništvo te širu zainteresiranu javnost. Njihov glavni doprinos koji daju procesu je pružanje savjeta, kritika i mišljenja na dokumente u fazi javnog savjetovanja, pri čemu važnu ulogu igraju mediji koji omogućavaju dostupnost objave informacija za nesmetan javni dijalog.

3. Proračun

Sredstva za provedbu komunikacijskih aktivnosti osigurat će se iz proračuna Općine Veliko Trojstvo. 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 Općine koji će biti zaduženi za pripremu materijala za objavu.

4. Komunikacijski kanali, mjere i aktivnosti

Općina Veliko Trojstvo će za potrebe provođenja Komunikacijske strategije koristiti unaprijed definirane i uspostavljene komunikacijske alate i kanale kako bi se jednim sveobuhvatnim i promišljenim pristupom kontinuirano upućivale namjeravane poruke. Detaljan prikaz kanala i aktivnosti koje će biti provedene nalazi se u nastavku strategije.

4.1 Komunikacijski kanali povezani s Provedbenim programom

1. Elektronička pošta – ovaj kanal koristit će se za redovitu službenu komunikaciju svih aktera, s posebnim naglaskom na komunikaciju unutar radne skupine. Pri uspostavi kanala bit će

potrebno odrediti jednu osobu koja će sastavljati i održavati *mailing* liste s adresama ključnih aktera te prosljeđivati službene pozive i informacije.

2. Službene internetske stranice – kanal će se koristiti ciljano u komunikaciji i informiranju šire javnosti za potrebe pružanja informacija o održanim i planiranim aktivnostima. Sve aktivnosti informiranja bit će objavljene na službenoj internetskoj stranici Općine (<http://www.velikotrojstvo.hr/>), gdje će se u digitalnome formatu pohraniti svi relevantni dokumenti koji nastaju u procesu te omogućiti njihovo preuzimanje i pregled. Također, svi će dokumenti biti dostupni i na nacionalnome portalu www.hrvatska.2030.hr.
3. Tradicionalni komunikacijski kanali – kanali podrazumijevaju tradicionalne oblike medija (TV, radio, novine) kojima će se svim slojevima stanovništva na pristupačan način prenositi poruke i informacije. Preciznije, riječ je o člancima u tisku i na portalima te oglašavanju na TV-u i radiju, čime se ujedno doprinosi i medijskoj vidljivosti Provedbenog programa. Mediji putem kojih će se oglašavati sve aktivnosti Provedbenog programa Općine Veliko Trojstvo za razdoblje 2021-2025. godine su sljedeći: novine Bjelovarski list te radio Alfa.

4.2 Mjere i aktivnosti

Da bi se ciljevi postavljeni ovom strategijom uspješno ostvarili, važan je korak precizno određenje mjera i aktivnosti komuniciranja koje će se odvijati u dvije jasno definirane komunikacijske faze. Prva faza služi uspostavi okvira i temelja komunikacije svih dionika čime se omogućuje pružanje kvalitetnih informacija javnosti. Na nju se nadograđuje druga komunikacijska faza koja počinje po izradi Provedbenog programa, a tijekom nje će se komunikacijske aktivnosti fokusirati prije svega na izvještavanju javnosti o postignutim rezultatima. Kao preduvjet provođenja tih faza trebat će se odrediti načini vrednovanja i mjerenja rezultata provedenih aktivnosti kako bi se jasno javnosti prikazalo na koji su način i u kojem obujmu ispunjeni opći i specifični ciljevi strategije. Neke od identificiranih komunikacijskih mjera koje će pridonijeti uspješnoj provedbi uspostava su središnje kontakt točke zadužene za koordinaciju aktera, rad na medijskoj vidljivosti programa te informiranje javnosti. Sve navedene mjere provodit će se preko komunikacijskih kanala, koji su navedeni u nastavku.

1. Elektronička pošta – koriste je uglavnom interne skupine, a posebice je intenzivno koristi Radno tijelo. Ovim se kanalom služi u svrhu koordinacije aktera u procesu izrade Provedbenog programa, kao i upoznavanju korisnika sa svim fazama postupka. Za ovaj kanal kao mjerljivi pokazatelj određen je broj poslanih poruka elektroničke pošte, a provodit će ga se kontinuirano i po potrebi, putem financiranja iz općinskog proračuna.

2. Službene internetske stranice – kanal služi ostvarivanju pristupa dokumentaciji i informacijama na jednome mjestu u svrhu lakšeg snalaženja dionika u komunikacijskom postupku. Mjerit će se putem broja objava i posjeta službenim stranicama, a koristit će se kontinuirano. Financirat će se iz proračuna Općine.
3. Mediji – oni su najvažniji način prenošenja informacija prema javnosti i potencijalnim korisnicima, a koriste se s namjerom osvještavanja dionika o značaju i mogućnostima Provedbenog programa. Korištenje ovim alatima financira se iz općinskog proračuna, a koristit će se kontinuirano kroz sve faze provedbe Programa. Riječ je o kanalu koji je lako mjerljiv putem broja organiziranih tiskovnih konferencija, zakupljenih minuta na TV-u i radiju te brojem objavljenih članaka.

4. Praćenje i vrednovanje

Za praćenje i vrednovanje svih aktivnosti Komunikacijske strategije odredit će se odgovorna osoba Općine Veliko Trojstvo, sukladno odluci načelnika. Odgovorna osoba bavit će se evaluacijom procesa implementacije i ostvarenih ciljeva Provedbenog programa, ali ujedno i ostalih donesenih dokumenata, koristeći se gore navedenim mjerljivim pokazateljima. Proces evaluacije će pri ocjenjivanju rezultata u obzir uzeti specifičnosti zahtjeva i statusa određenih ciljnih skupina, kako bi konačni rezultat bio reprezentativan za sve dionike.

Komunikacijski alat	Ciljne skupine	Indikativni vremenski okvir korištenja	Izvor financiranja	Pokazatelji
Informiranje putem elektroničke pošte	Primarno interne skupine, a posebice Radno tijelo, eksterne skupine po potrebi	Kontinuirano, po potrebi intenzivnije	Proračun Općine	Broj poslanih poruka
Informiranje putem službenih stranica	Javne ustanove i javnopravna tijela, šira javnost, poslovni subjekti, mediji, ostali potencijalni korisnici	Kontinuirano	Proračun Općine	Broj objava Broj posjeta
Informiranje putem medija	Primarno šira javnost i eksterne skupine	Kontinuirano, po potrebi intenzivnije	Proračun Općine	Broj minuta na TV-u/radiju Broj objava na tisku i portalima Broj održanih konferencija

5. Komunikacijski akcijski plan

Komunikacijski cilj	Ciljna skupina	Komunikacijske mjere i alati	Vremenska dimenzija	Provoditelj aktivnosti
Usmjerenost na učinkovitu komunikaciju svih dionika koji sudjeluju u izradi i provedbi aktivnosti Provedbenog programa Općine Veliko Trojstvo.	Radno tijelo, sektorski dionici, poljoprivrednici, poduzetnici, stanovništvo, šira zajednica, mediji	<ul style="list-style-type: none"> • Elektronička pošta • Informiranje putem službene internetske stranice • Informiranje putem ostalih digitalnih kanala • Informiranje putem medija 	Kontinuirano 2021.-2025.	Općina Veliko Trojstvo
Razvijanje javne svijesti građana o važnosti Provedbenog programa kao temeljne strateške odrednice i okvira daljnjeg razvoja Općine i svih stanovnika.	Radno tijelo, sektorski dionici, poljoprivrednici, poduzetnici, stanovništvo, šira zajednica, mediji	<ul style="list-style-type: none"> • Elektronička pošta • Informiranje putem službene internetske stranice • Informiranje putem ostalih digitalnih kanala • Informiranje putem medija 	Kontinuirano 2021.-2025.	Općina Veliko Trojstvo
Informiranje javnosti o svim postojećim i planiranim izvorima financiranja projekata i aktivnosti, s naglaskom na mogućnosti financiranja preko europskih Fondova.	Radno tijelo, sektorski dionici, poljoprivrednici, poduzetnici, stanovništvo, šira zajednica, mediji	<ul style="list-style-type: none"> • Elektronička pošta • Informiranje putem službene internetske stranice • Informiranje putem ostalih digitalnih kanala • Informiranje putem medija 	Kontinuirano 2021.-2025.	Općina Veliko Trojstvo