

**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI
AKCIJSKI PLAN**

**za postupak izrade Provedbenog programa Općine
Velika Trnovitica za razdoblje 2021.-2025. godine**

listopad 2021.

Sadržaj

| | |
|--|---|
| 1. Uvod | 3 |
| 2. Ciljevi i ciljne skupine | 3 |
| 2.1 Opći cilj Komunikacijske strategije | 4 |
| 2.2 Specifični ciljevi Komunikacijske strategije | 4 |
| 2.3 Temeljna načela Komunikacijske strategije..... | 4 |
| 2.4 Rezultati specifičnih ciljeva..... | 5 |
| 2.5 Ciljne skupine Komunikacijske strategije | 5 |
| 3. Proračun..... | 6 |
| 4. Komunikacijski kanali, mjere i aktivnosti..... | 6 |
| 4.1 Komunikacijski kanali povezani s Provedbenim programom | 6 |
| 4.2 Mjere i aktivnosti | 7 |
| 5. Praćenje i vrednovanje | 8 |
| 6. 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 Velika Trnovitica izradila je Komunikacijsku strategiju i komunikacijski akcijski plan s ciljem približavanja tematike koju donosi novi kratkoročni strateški akt Općine Velika Trnovitica, odnosno Provedbeni program Općine Velika Trnovitica za razdoblje 2021.-2025. godine.

Komunikacijska strategija u postupku izrade Provedbenog programa Općine Velika Trnovitica za razdoblje 2021.-2025. 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, Lokalna razvojna agencija – Poduzetnički centar Garešnica d.o.o., koji sve aktivnosti provodi u suradnji s radnom skupinom (*Odluka o imenovanju radne skupine za provođenje postupka izrade Provedbenog programa Općine Velika Trnovitica za razdoblje 2021. - 2025. godine, KLASA: 300-01/21-01/02, URBROJ: 2123/06-02-21-2*). Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan bit će navedeni u prilogu finalnog strateškog akta.

2. Ciljevi i ciljne skupine

Provedbeni program Općine Velika Trnovitica za razdoblje 2021.-2025. godine može se definirati kao kratkoročan akt strateškog planiranja kojim se nastoje unaprijediti, razviti

i poboljšati život, životni uvjeti i blagostanje na teritoriju Općine Velika Trnovitica. Kako bi se uspješno, jasno i pravovremeno svim dionicima, a posebice široj javnosti, predstavili temelji, teme i ciljevi toga programa, izrađuje se upravo ova Komunikacijska strategija koja utvrđuje mjere i alate koji trebaju pridonijeti informiranju javnosti o značaju i ulozi Provedbenog programa, kao i o postupku njegove izrade. Prije svega, utvrđuje se opći cilj strategije, koji predstavlja osnovni cilj koji se treba postići njezinom provedbom. Nadalje, opći cilj dodatno se razrađuje kroz artikulaciju specifičnih ciljeva koji putem jasno utvrđenih komunikacijskih alata, mjera i kanala pridonose uspješnoj komunikaciji sa zainteresiranom javnosti i ciljnim skupinama. Kroz samu provedbu strategije namjerava se pridonijeti potpunoj transparentnosti izrade Provedbenog programa, kao i transparentnosti postizanja i održavanja zadanih ciljeva. Naravno, ne smije se zaboraviti ni kako je jedan od ključnih elemenata ove strategije i želja da se kod svih dionika procesa, bili oni izravno uključeni u sam proces izrade ili samo predstavljaju krajnje korisnike, pobudi i razvije svijest o značaju kontinuiranog djelovanja Općine kao primarnog poticatelja i nositelja razvoja.

2.1 Opći cilj Komunikacijske strategije

Opći cilj Komunikacijske strategije promicanje je važnosti i razumijevanja strateške i razvojne politike ravnopravnoga regionalnog razvoja i boljeg razumijevanja značaja Provedbenog programa Općine Velika Trnovitica za razdoblje 2021.-2025 na način da se šira javnost i korisnici informiraju i uključe u proces izrade, donošenja i izvršenja Provedbenog programa.

2.2 Specifični ciljevi Komunikacijske strategije

Kako bi se navedeni opći cilj strategije mogao uspješno postići, definirani su i dodatni specifični ciljevi koji trebaju biti ostvareni provedbom i izvršenjem strategije, i to slijedom:

1. Započinjanje, omogućavanje i poticanje učinkovite, transparentne i nedvosmislene komunikacije svih dionika procesa izrade Provedbenog programa;
2. Pozitivno i poticajno utjecati na javnu svijest o ulozi i značaju Provedbenog programa u daljnjem razvoju poslovne i teritorijalne konkurentnosti Općine putem profiliranja Općine kao glavnog nositelja razvoja;
3. Informiranje javnosti o dostupnim, mogućim i potencijalnim izvorima financiranja projekata, s posebnim naglaskom stavljenim na načine i oblike financiranja putem EU fondova.

2.3 Temeljna načela Komunikacijske strategije

1. Informacije moraju biti prezentirane na jasan i transparentan način, i to pravovremeno;
2. Poruke koje se odašilju putem aktivnosti moraju biti usmjerene ciljnim skupinama;

3. Aktivnosti su međusobno komplementarne što omogućuje odašiljanje cjelovitih poruka;
4. Informacije se konstantno prate i po potrebi ažuriraju;
5. Pri interakciji s ciljnim skupinama u obzir moraju biti uzete sve moguće prepreke i specifičnosti kako bi se osigurala maksimalna i potpuna participacija.

2.4 Rezultati specifičnih ciljeva

1. Dosegnuta učinkovita i zadovoljavajuća razina konstruktivne komunikacije svih dionika
2. Prepoznata uloga Općine Velika Trnovitica kao poticatelja razvoja te javnost upoznata o mogućnostima daljnjeg razvitka
3. Javnost informirana o mogućim izvorima daljnjeg financiranja.

2.5 Ciljne skupine Komunikacijske strategije

Kako bi se ispunili svi ciljevi zadani ovom strategijom, potrebno je definirati ciljne skupine kojima će se preko komunikacijskih kanala, alata i aktivnosti prenositi ključne poruke te predstavljati sve pojedine faze i koraci u izradi, donošenju i izvršenju Provedbenog programa. U svrhu ove strategije, ciljne se skupine definiraju kao *skup dionika koji imaju izražen interes i igraju aktivnu ulogu u ostvarivanju prioriteta i dostizanju ciljeva postavljenih Provedbenim programom Općine Velika Trnovitica*. Obzirom da su ciljne skupine nositelji, a ujedno i krajnji korisnici, stavki Programa, što ih ujedno čini i nositeljima daljnjeg razvitka Općine, njima je potrebno neposredno i redovito upućivati komunikacijske aktivnosti i pružati informacije preko svih dostupnih kanala. Naravno, sve takve aktivnosti moraju biti nedvosmislene i razumljive te utemeljene na načelima transparentnosti i suradnje. Budući da su ciljne skupine raznolike strukture i različitih potreba, pa samim time i imaju različite uloge u cjelokupnom procesu, potrebno je odrediti jasnu distinkciju na interne i eksterne ciljne skupine.

1. Interne ciljne skupine – one su glavni nositelj procesa pripreme nacрта i konačne verzije Provedbenog programa te imaju lakši pristup svim informacijama jer su aktivno uključene u sve faze programa. U njih slijedom ubrajamo sastavljenu radnu skupinu, javne ustanove, javnopravna tijela i trgovačka društva koja su u većinskom vlasništvu Općine. Radno tijelo obavlja najveći dio posla u izradi nacрта i konačne verzije programa jer raspolaže sa svim informacijama koje koristi pri prilagođavanju dokumenata u najkvalitetniji oblik, a ujedno je i odgovorna prema javnosti aktivno i pravovremeno prosljeđivati točne, potpune i nedvosmislene informacije na zahtjev putem svih raspoloživih kanala. Upravni odjel Općine, kao i ostale interne ciljne skupine, služe kao glas stručnjaka u procesu izrade, ali ujedno i kao potencijalni krajnji korisnici izvora financiranja.
2. Eksterne ciljne skupine – riječ je o svim skupinama i dionicima koji pristup informacijama ostvaruju posredno, putem komunikacijskih kanala kojima prema njima komuniciraju interne skupine. U njih se ubrajaju privatni/poslovni sektor

Općine i okolice, organizacije civilnog društva, udruge, mediji, stanovništvo i naposljetku šira zajednica. Kako je riječ o dionicima koji se obavezno uključuju u proces oblikovanja Provedbenog programa u svrhu ostvarivanja zacrtanih ciljeva, ključno je osigurati transparentnost postupka putem prikupljanja mišljenja putem javnog savjetovanja i organiziranja jasnih komunikacijskih kanala. Od iznimne je važnosti i uloga medija u procesu, budući da su oni pokretač javne rasprave o programu te služe kao spojnica između internih ciljnih skupina, a posebno radne skupine, i zainteresirane javnosti.

3. Proračun

Sredstva za provedbu komunikacijskih aktivnosti osigurat će se iz proračuna Općine Velika Trnovitica. Najveći dio aktivnosti neće zahtijevati posebne financijske izdatke, jer će se koristiti vlastiti komunikacijski alati i mediji te besplatni nacionalni portal (www.hrvatska2030.hr), a 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 Velika Trnovitica će prilikom komuniciranja aktivnosti i informacija prema javnosti koristiti jasne, transparentne i nedvosmislene kanale, oslanjajući se pritom na proaktivan pristup medijima koristeći raznolike alate komunikacije prema ciljnim skupinama. Preduvjet prihvaćanju ovakvoga pristupa je precizno definiranje svih komunikacijskih kanala koji će kroz intenzivno korištenje prenijeti namjeravane poruke do najvećeg broja dionika u najširem mogućem zahvatu. Stoga, ova strategija prepoznaje neke ključne kanale (elektronička pošta, službene internetske stranice, ostali digitalni kanali i tradicionalni komunikacijski kanali) koji se detaljnije razrađuju u nastavku strategije.

4.1 Komunikacijski kanali povezani s Provedbenim programom

1. **Elektronička pošta** – koristit će se kako bi se redovito službeno komuniciralo između svih dionika uključenih u proces izrade Provedbenog programa. Putem određivanja kontakt osobe stvorit će se jedinstvena središnja točka koja će nadgledati ovaj oblik komunikacije sa svim ciljnim skupinama te će se sastaviti *mailing* lista ključnih aktera kojima će se redovito prosljeđivati najvažnije informacije.
2. **Službene internetske stranice** – ovaj kanal će se koristiti kako bi se ciljne skupine i šira javnost pravovremeno obavijestile o planiranim i provedenim aktivnostima i sastancima, kao i svim vijestima proizašlim iz kontinuiranog rada na izradi Provedbenog programa Općine za razdoblje 2021. – 2025. Uz to, na službenim će se stranicama moći u digitalnom formatu pregledati i preuzeti svi ključni dokumenti koji se odnose na postupak izrade Provedbenog programa, poput Odluke o pokretanju postupka izrade, Komunikacijske strategije, Strategije

savjetovanja, a konačno i samog Provedbenog programa Općine Velika Trnovitica za razdoblje 2021. – 2025. Osim službene stranice, javnost će se moći informirati i preko objava na raznim lokalnim, regionalnim i nacionalnim portalima te preko novootvorenoga portala www.hrvatska.2030.hr na kojemu će se pratiti sve aktivnosti i realizirani projekti.

3. **Ostali digitalni kanali** – ovaj kanal se nameće kao ključno sredstvo svakodnevne komunikacije s građanima, a posebice s mlađom populacijom, u digitaliziranom svijetu kojim dominiraju društvene mreže. Općina Velika Trnovitica će stoga nastaviti koristiti Facebook kao ključno sredstvo komunikacije s građanima, kojim će se redovito objavljevati informacije i vijesti vezane uz Provedbeni program u obliku poveznica na medijske članke ili objave na gore navedenim službenim stranicama Općine.
4. **Tradicionalni komunikacijski kanali** – riječ je o kanalima koji se prije svega usko vezuju uz medije (novinski članci u tisku i na portalu, radio) u svrhu prenošenja željene poruke i informacija prema ciljnim skupinama koje možda nisu u mogućnosti koristiti prethodne kanale koji se oslanjaju na korištenje kompjutera i Interneta. Putem oglašavanja na radiju i TV-u osigurat će se dostupnost informacija u svakome domu na ciljanom području, dok će se aktivnosti redovito pratiti i putem novinskih članaka čime će se pridonijeti dopiranju informacija do svih aktera koji nisu neposredno uključeni u proces izrade Provedbenog programa.

4.2 Mjere i aktivnosti

Kako bi se uspješno ostvarili postavljeni ciljevi ove strategije ključno je precizno odrediti mjere i aktivnosti komuniciranja koje će se dalje usklađivati ovisno o fazi izrade i realizacije Provedbenog programa. Planirane mjere i aktivnosti bit će usko povezane uz dvije temeljne komunikacijske faze. Prva faza se temelji na postavljanju okvira i usklađivanju započete komunikacije među dionicima procesa izrade, uz kontinuirano informiranje javnosti. Druga faza pak kreće nakon izrade Provedbenog programa, a bazirat će se na informiranju javnosti o postignutim ciljevima i ostalim rezultatima proizašlima iz cijeloga procesa. Za uspješnu provedbu navedenih faza bitno je odrediti jasne odrednice putem kojih će se ciljevi, aktivnosti i mjere moći kvalitetno vrednovati i po potrebi mijenjati, što posljedično dovodi do uspješnih finalnih rezultata koji su na korist čitavoj zajednici.

Identificirane komunikacijske mjere koje će pomoći u realiziranju takvoga raspjeta uključuju informiranje javnosti o početku izrade Provedbenog programa i uspostavu jedinstvene kontakt točke za komuniciranje i prijenos informacija kao temelj daljnjih mjera. Određena kontakt točka će postavljati dokumentaciju na internetske stranice Općine, koordinirati dionike pri internoj komunikaciji i sastancima te konačno raditi na medijskoj vidljivosti Provedbenog programa.

Preduvjet provođenju svih mjera jasno je određenje komunikacijskih alata koji stvaraju poticajan okvir za pružanje informacija u javnost te stoga ovom strategijom se

identificiraju četiri takva alata koji će se koristiti tokom cijelog procesa: elektronička pošta, službene internetske stranice, ostali digitalni kanali i mediji.

1. Elektronička pošta – namijenjena prvenstveno internim skupinama u svrhu lakšeg dogovora unutar radne skupine i ostalih tijela uključenih u izradu te službene dostave i primitaka svih informacija i podataka, ali ujedno i eksternim skupinama koje će se na taj način obavještavati o planiranim događajima. Provođit će se kontinuirano po potrebi, ovisno o tijeku napretka s Provedbenim programom, a financirati će se iz proračuna Općine, a mjerit će se kroz broj poslanih poruka elektroničke pošte.
2. Službene internetske stranice – namijenjene su najširem mogućem skupu dionika i ciljnih skupina, a služe prije svega kako bi se dionici upoznali sa svim fazama i koracima u postupku izrade, donošenja i izvršenja Provedbenog programa. Provođit će se kontinuirano kroz cijeli proces, a mjerit će se brojem objava i posjeta službenim stranicama Općine te objavama na portalima.
3. Ostali digitalni kanali – ovaj alat je namijenjen široj javnosti u svrhu prenošenja svih novosti vezanih uz proces izrade, donošenja i izvršenja Provedbenog programa. Temelji se na neprekidnom korištenju društvenih mreža, pa će stoga biti mjerljiv putem broja objava i pregleda objava na društvenim mrežama.
4. Mediji – riječ je o najvažnijem kanalu za informiranje šire javnosti kojim će se podizati svijest o doseg i značaju Provedbenog programa sukladno fazama i utvrđenim potrebama, s intenzivnijim korištenjem prilikom usvajanja dokumenta. Provođit će se kontinuirano, ali uz intenzivnije korištenje za vrijeme određenih faza procesa, a mjerit će se preko broja ostvarenih minuta na radiju i TV-u te preko broja objava u tisku i na portalima.

5. Praćenje i vrednovanje

Za upravljanje aktivnostima praćenja i vrednovanja komunikacijske strategije bit će zadužena pročelnica jedinstvenog upravnog odjela Općine Velika Trnovitica. Navedena djelatnica ocjenjivat će i evaluirati proces implementacije Komunikacijske strategije i Akcijskog plana, koristeći se jasnim i mjerljivim pokazateljima. Prema potrebi će se taj pristup prilagođavati, sukladno specifičnim potrebama ciljnih skupina ili zbog eksternih razloga van kontrole Odjela.

| Komunikacijski alat | Ciljne skupine | Indikativni vremenski okvir korištenja | Izvor financiranja | Pokazatelji |
|---------------------------------------|--|--|--------------------|----------------------|
| Informiranje putem elektroničke pošte | Javne ustanove i javnopravna tijela, radna skupina (interno), šira javnost, poslovni subjekti, mediji, ostali potencijalni korisnici | Kontinuirano po potrebi | 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 ostalih digitalnih kanala | Primarno šira javnost, ali i ostali po potrebi | Kontinuirano po potrebi | Proračun Općine | Broj objava Broj posjeta/pregleda |
| Informiranje putem medija | Javne ustanove i javnopravna tijela, šira javnost, poslovni subjekti, mediji, ostali potencijalni korisnici | Po potrebi, posebice tijekom donošenja Provedbenog programa i tijekom značajnih etapa u procesu | Proračun Općine | Broj minuta na TV-u/radiju Broj objava u tisku Broj objava na portalima Broj održanih konferencija |

6. Akcijski plan

| Komunikacijski cilj | Ciljna skupina | Komunikacijske mjere i alati | Vremenska dimenzija | Provoditelj aktivnosti |
|---|--|---|---|--------------------------|
| Započinjanje, omogućavanje i poticanje učinkovite, transparentne i nedvosmislene komunikacije svih dionika procesa izrade Provedbenog programa | Javne ustanove Javnopravna tijela Šira javnost Mediji Potencijalni korisnici | Internetske stranice Općine Velika Trnovitica (https://www.velika-trnovitica.hr/) Adresa elektroničke pošte odabrane kontakt točke opcina-velika-trnovitica@bj.t-com.hr Stvaranje jasnog i prepoznatljivog vizualnog identiteta Provedbenog programa Organiziranje i održavanje radnih sastanaka radne skupine i ostalih aktera, javnih radionica i konferencija | Kontinuirano za vrijeme mandata 2021.-2025. | Općina Velika Trnovitica |
| Pozitivno i poticajno utjecati na javnu svijest o ulozi i značaju Provedbenog programa u daljnjem razvoju poslovne i teritorijalne konkurentnosti Općine putem profiliranja | Javne ustanove Javnopravna tijela Šira javnost Potencijalni korisnici Mediji | Informiranje putem tradicionalnih medijskih kanala (novine, TV, radio) Informiranje putem interneta Korištenje <i>newslettera</i> Objavljivanje na društvenim mrežama Općine Izrada promotivnog materijala | Kontinuirano za vrijeme mandata 2021.-2025. | Općina Velika Trnovitica |

| | | | | |
|---|---|--|---|--------------------------|
| Općine kao glavnog nositelja razvoja | Ostale eksterne skupine | | | |
| Informiranje javnosti o dostupnim, mogućim i potencijalnim izvorima financiranja projekata, s posebnim naglaskom stavljenim na načine i oblike financiranja putem EU fondova | Šira javnost Potencijalni korisnici Javne ustanove Javnopravna tijela Ostale zainteresirane skupine | Organiziranje info radionica o izvorima financiranja Izrada informativnog materijala o izvorima financiranja Publiciranje <i>newslettera</i> s informacijama o natječaju | Kontinuirano za vrijeme mandata 2021.-2025. | Općina Velika Trnovitica |