

Na temelju Smjernica za uspostavu urbanih područja i izradu strategija razvoja urbanih područja za financijsko razdoblje 2021.-2027. od 12. srpnja 2021. godine (Verzija 2.0), članka 15. Uredbe o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave („Narodne novine“ br. 89/18) i članka 29. Statuta Grada Virovitice („Službeni vjesnik“ br. 1/21), Gradsko vijeće Grada Virovitice na 8. sjednici održanoj 22. veljače 2022. godine, donosi

ODLUKU

o usvajanju Komunikacijske strategije i Komunikacijskog akcijskog plana Strategije razvoja Urbanog područja Virovitica za financijsko razdoblje 2021. - 2027. godine

Članak 1.

Usvaja se Komunikacijska strategija i Komunikacijski akcijski plan Strategije razvoja Urbanog područja Virovitica za financijsko razdoblje 2021. - 2027. godine izrađena od strane Razvojne agencije VTA.

Članak 2.

U Komunikacijskoj strategiji i Komunikacijskom akcijskom planu Strategije razvoja Urbanog područja Virovitica za financijsko razdoblje 2021. - 2027. godine definirani su komunikacijski ciljevi, poruke, ciljne skupine i komunikacijski kanali koji će se koristiti radi vidljivosti planiranih javnih politika.

Članak 3.

Komunikacijska strategija i Komunikacijski akcijski plan Strategije razvoja Urbanog područja Virovitica za financijsko razdoblje 2021. - 2027. godine, nalaze se u prilogu i čine sastavni dio ove Odluke.

Članak 4.

Ova Odluka objavit će se u „Službenom vjesniku Grada Virovitice“.

KLASA: 901-01/22-02/01

URBROJ: 2189-1-08-01/02-22-3

U Virovitici, 22. veljače 2022. godine

GRADSKO VIJEĆE GRADA VIROVITICE



GRAD VIROVITICA

Trg kralja Zvonimira 1, 33000 Virovitica, Tel: 033/725-980 Fax: 033/722-522, web: www.virovitica.hr, e-mail: grad@virovitica.hr



**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI
AKCIJSKI PLAN**

za Strategiju razvoja urbanog područja Grada Virovitica za
razdoblje 2021.-2027.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Analiza stanja	2
3. Ciljevi i rezultati.....	2
3.1. Opći i specifični ciljevi.....	3
3.2. Ciljne skupine	3
3.3. Potencijalni komunikacijski problemi i rizici.....	4
3.4. Temeljna načela	4
3.5. Rezultati specifičnih ciljeva.....	6
4. Komunikacijski mediji i kanali	7
4.1. Proračun.....	7
4.2. Ključne poruke	8
5. Praćenje i vrednovanje	9
6. Komunikacijski akcijski plan	11

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 Virovitica izradio je Komunikacijsku strategiju i komunikacijski akcijski plan s ciljem približavanja tematike koju donosi Strategija razvoja urbanog područja Grada Virovitica za razdoblje 2021.-2027. godine.

Komunikacijska strategija u skladu je sa Smjernicama za uspostavu urbanih područja i izradu strategija razvoja urbanih područja za razdoblje 2021.-2027. koje je donijelo Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije u srpnju 2021. godine. 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.

Svrha Komunikacijske strategije je podizanje svijesti i informiranje javnosti o ulozi i značaju Strategije razvoja Grada Virovitica za razvitak cijelog urbanog područja. Dokument se i u izradi i u provedbi vodi prema načelima, učinkovitosti, transparentnosti, razumljivosti i djelotvornosti, a izrađivač Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana je Razvojna agencija VTA koji sve aktivnosti provodi u suradnji sa radnom skupinom.

2. Analiza stanja

Komunikacijska SWOT analiza

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">- inovativnost- motivirani ljudski potencijali- potpora dionika kroz integraciju- sposobnost prilagođavanja ciljanoj skupini	<ul style="list-style-type: none">- nedovoljno odabrani promotivni kanali- nedostatak komunikacijske suradnje- nepovjerenje prema novom- nesrazmjer uloženog truda i vidljivosti rezultata
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none">- prepoznatljivost urbanog područja Grada Virovitice- povoljan geografski položaj- planirana izgradnja prometne infrastrukture- mogućnost financiranja iz EU fondova	<ul style="list-style-type: none">- nedostatak obrazovnog kadra- medijska neprepoznatljivost- otežana birokracija- prepreke u komunikacijskom kanalu

3. Ciljevi i rezultati

Strategija razvoja urbanog područja Grada Virovitice za razdoblje 2021.-2027. godine može se definirati kao akt strateškog planiranja kojim se nastoje unaprijediti, razviti i poboljšati život, životni uvjeti i blagostanje na teritoriju urbanog područja Grada Virovitice.

U svrhu lakšeg komuniciranja tematike i ciljeva Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice prema svim dionicima, korisnicima, široj javnosti te medijima izrađuje se upravo ova Komunikacijska strategija. Unutar strategije se definira opći cilj koji se dalje specificira i razrađuje kroz nekoliko specifičnih ciljeva koji koriste unaprijed određene komunikacijske kanale namijenjene provođenju uspješne komunikacije s ciljnim skupinama. Kroz samu provedbu Komunikacijske strategije namjerava se pridonijeti transparentnosti izrade same Strategije, kao i transparentnosti postizanja i ostvarivanja zadanih ciljeva. Uz to, jednako bitan

aspekt ove strategije je i nastojanje da se kod svih dionika procesa pobudi i razvije svijest o važnosti kontinuiranog djelovanja Grada kao glavnog pokretača i nositelja razvoja.

3.1. Opći i specifični ciljevi

Opći cilj Komunikacijske strategije je priopćiti informacije, podići svijest i razumijevanje o važnosti Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice i njejoj ulozi u razvoju urbanog područja te omogućiti identificiranim ciljnim skupinama razumijevanje ciljeva i svrhe Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice.

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:

Cilj 1 - povećati kvalitetu života stanovnika urbanog područja Grada Virovitice,

Cilj 2 - stvoriti pozitivno okruženje za razvoj gospodarstva,

Cilj 3 - uspostaviti čisto, energetske učinkovito i povezano urbano okruženje

Za ostvarivanje ciljeva Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice i svrhe Komunikacijske strategije potrebno je dostići sljedeće **posebne ciljeve**:

Cilj 1 - informirati javnost o ulozi Strategije u ostvarivanju ciljeva razvoja urbanog područja Grada Virovitice;

Cilj 2 - informirati dionike i potencijalne korisnike o ITU mehanizmu;

Cilj 3 - osigurati stalnu transparentnost provedbe Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice,

Cilj 4 - usklađivati sve komunikacijske aktivnosti koje provode partnerske institucije obuhvaćene Strategijom razvoja urbanog područja Grada Virovitica.

3.2. Ciljne skupine

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 Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice.

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 Strategijom razvoja urbanog područja Grada Virovitice.*

Obzirom da su ciljne skupine nositelji, a ujedno i krajnji korisnici, stavki Strategije, što ih ujedno čini i nositeljima daljnjeg razvitka Grada, 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.

Ostvarivanje svrhe Komunikacijske strategije definiraju se sljedeće ciljane skupine:

- članovi upravljačkih tijela,
- partneri u izradi Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice,
- dionici javnog, poslovnog, civilnog i akademskog sektora,
- mediji,
- svi građani urbanog području (šira zajednica).

3.3. Potencijalni komunikacijski problemi i rizici

Potencijalni rizici koji bi mogli ugroziti ili usporiti dostizanje ciljeva:

- neželjeno usporavanje protoka informacija tijekom trajanja pandemije,
- pogrešno formulirane i tempirane poruke,
- nedovoljan interes medija.

3.4. Temeljna načela

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.

Osiguravanje načela partnerstva

Komunikacijska strategija odražava i partnerstvo uspostavljeno prilikom izrade Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice. S obzirom na to da se komunikacija o projektima i aktivnostima na razini urbanih područja nastavlja, koristit će se svi potrebni komunikacijski kanali i alati kako bi se osigurala potpuna informiranost svih uključenih strana o daljnjem napretku, što će pomoći međusobnoj koheziji i održavanju partnerskih odnosa.

Pristup informacijama

U skladu s važećim zakonodavstvom Komunikacijska strategija ističe potrebu osiguranja jednakog pristupa informacijama. Invaliditet, etničko podrijetlo, spolne i dobne razlike bit će uzete u obzir pri oblikovanju komunikacijskog pristupa. Slijedom navedenog, neće postojati samo jedan komunikacijski modul, odnosno pristup. Svi materijali bit će dostupni u prikladnim formatima, te će pravo na informaciju biti zajamčeno svima kroz upotrebu lako dostupnih i prilagodljivih oblika distribucije informacija (internet, društvene mreže).

Javnost

Od iznimne je važnosti upoznati javnost sa Strategijom razvoja urbanog područja Grada Virovitice, njenim ciljevima i načinom provedbe i praćenja. Ova interesna skupina bit će upoznata sa Strategijom putem internetskih stranica Grada Virovitice i svih urbanih područja. Stanovnici ovoga područja moći će putem web stranica upućivati svoja pitanja, komentare i prijedloge. Lokalni i regionalni mediji će također imati značajnu ulogu u prijenosu informacija ciljnoj skupini, posebice kroz objavu u nacionalnom, regionalnom i lokalnom tisku te putem emisija i promidžbi na radiju i televiziji kako bi se podigla svijest o značaju i učincima provedbe Strategije.

Mediji

Rad s medijima će biti uređen tako da osigura širenje informacija o Strategiji i dopiranje do različitih ciljnih skupina. Lokalni mediji će također služiti i kao komunikacijski kanali za prijenos informacija, ne samo široj javnosti, nego i potencijalnim korisnicima. Stoga je nužno da komunikacija s medijima bude redovita i suradnički orijentirana. Uključivat će izradu

priopćenja za novinare i obavijesti za novinare kako bi isti mogli pravovremeno dalje plasirati informacije relevantne za provedbu Strategije.

3.5. Rezultati specifičnih ciljeva

1. Povećana kvaliteta života stanovnika urbane područja,
2. Stvoreno pozitivno okruženje za razvoj gospodarstva, i
3. Uspostavljeno čisto, energetske učinkovito i povezano urbano okruženje

4. Komunikacijski mediji i kanali

Grad Virovitica 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. S ciljem podizanja svijesti o značaju Strategije te prikupljanja relevantnih informacija koristit će se sljedeći komunikacijski alati:

1. Elektronička služba – učinkovit alat za komunikaciju između interne i eksterne radne skupine.

2. Službene internetske stranice – alat će se kontinuirano koristiti kako bi se pružile ažurirane informacije te ciljne skupine (šira javnost, mediji, krajnji korisnici, ali i javne ustanove i tijela)

3. Ostali digitalni kanali – ovaj alat, društvene mreže koristit će se kako bi se šira javnost upoznala sa svim novostima glede provedbe razvojnih projekata definiranih Strategijom razvoja urbanog područja Grada Virovitice.

4. Mediji - ključan alat za informiranje šire javnosti kojim će se podizati svijest o značaju i utjecaju Strategije razvoja na urbanom području grada, ali i šire, sukladno utvrđenim potrebama, a posebice prilikom provedbe predviđenih projekata grada.

4.1. Proračun

Sredstva za provedbu komunikacijskih aktivnosti osigurat će se iz proračuna Grada Virovitice. Najveći dio aktivnosti neće zahtijevati posebne financijske izdatke, jer će se koristiti vlastiti komunikacijski kanali i mediji. Ključni provedbeni kapacitet za realizaciju komunikacijskih aktivnosti biti će zaposlenici Grada Virovitice koji će biti zaduženi za pripremu materijala za objavu.

4.2. Ključne poruke

Komunikacijske poruke prilagođavaju se komunikacijskim aktivnostima, ciljnim skupinama i formatima kojima se komuniciraju. Poželjno je da čim veći broj dionika komunicira slične ili iste ključne poruke kako bi ključne javnosti dobile ujednačenu priču.

Ključne poruke tijekom provođenja komunikacijskih aktivnosti:

- poruka je uspješno odaslana ciljanoj skupini (što, kome)
- poruka je distribuirana planiranim komunikacijskim kanalom (sredstvo)
- poruka je uspješno odaslana ciljanoj skupini na vrijeme (vrijeme)
- poruka je postigla željeni učinak
- poruka je proizvela pozitivnu reakciju kod ciljanih skupina

5. Praćenje i vrednovanje

Za praćenje i vrednovanje svih aktivnosti Komunikacijske strategije odredit će se odgovorna osoba Grada Virovitice. Odgovorna osoba bavit će se evaluacijom procesa implementacije i ostvarenih ciljeva. 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	Pokazatelji uspješnosti
Informiranje putem elektroničke pošte	Radna tijela, dionici javnog, poslovnog, civilnog i akademskog sektora, mediji, šira zajednica	Kontinuirano po potrebi	Broj poslanih poruka
Informiranje putem službenih stranica	Radna tijela, dionici javnog, poslovnog, civilnog i akademskog sektora, mediji, šira zajednica	Kontinuirano	Broj objava Broj posjeta
Informiranje putem ostalih digitalnih kanala	Radna tijela, dionici javnog, poslovnog, civilnog i akademskog sektora, mediji, šira zajednica	Kontinuirano po potrebi	Broj objava Broj posjeta/pregleda Razina <i>engagementa</i>
Informiranje putem medija	Radna tijela, dionici javnog, poslovnog, civilnog i akademskog sektora, mediji, šira zajednica	Po potrebi, posebice tijekom donošenja Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice	Broj minuta na TV-u/radiju Broj objava u tisku Broj objava na portalima Broj održanih konferencija

Komunikacijskom strategijom želi se pridonijeti lakšem postizanju ciljeva Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice, transparentnosti provođenja i mjerenja učinaka Strategije kao i svih alata koji se koriste pri informiranju javnosti, pomoći njenim nositeljima te korisnicima da budu svjesni svoje uloge u planiranju razvoja urbanog područja. Dodatno, doprinosi koordiniranom djelovanju i participaciji cjelokupne javnosti. Sustavom koordinirane komunikacije postići će se razumijevanje u provedbi aktivnosti s planiranim ciljevima koji se žele postići. Predloženi su alati izvještavanja i mjerenja učinaka putem kojim se može učinkovito upravljati procesima. Na taj način će se komunicirati ciljevi i ostvariti rezultati koji su planirani u Strategiji razvoja urbanog područja Grada Virovitice za razdoblje 2021.-2027. godine.

6. Komunikacijski akcijski plan

Opći komunikacijski cilj	Specifični komunikacijski ciljevi	Ciljna skupina	Komunikacijski kanali i mediji	Vremenska dimenzija	Provoditelj aktivnosti	Rezultati
Priopćiti informacije, podići svijest i razumijevanje o važnosti Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice i njejoj ulozi u razvoju urbanog područja te omogućiti identificiranim ciljnim skupinama razumijevanje ciljeva i svrhe Strategije razvoja urbanog područja Grada Virovitice.	Povećati kvalitetu života stanovnika urbanog područja Grada Virovitice	Radna tijela, dionici javnog, poslovnog, civilnog i akademskog sektora, mediji, šira zajednica	Elektronička pošta Informiranje putem službene Internetske stranice Informiranje putem ostalih digitalnih kanala Informiranje putem medija	Kontinuirano 2021.-2027.	Grad Virovitica	Povećan životni standard na urbanom području grada Virovitice
	Stvoriti pozitivno okruženje za razvoj gospodarstva	Radna tijela, dionici javnog, poslovnog, civilnog i akademskog sektora, mediji, šira zajednica	Elektronička pošta Informiranje putem službene Internetske stranice Informiranje putem ostalih digitalnih kanala Informiranje putem medija	Kontinuirano 2021.-2027.	Grad Virovitica	Povećana zainteresiranost potencijalnih poduzetnika za ulaganja na urbanom području grada Virovitice
	Uspostaviti čisto, energetske učinkovito i povezano urbano okruženje	Radna tijela, dionici javnog, poslovnog, civilnog i akademskog sektora, mediji, šira zajednica	Elektronička pošta Informiranje putem službene Internetske stranice Informiranje putem ostalih digitalnih kanala Informiranje putem medija	Kontinuirano 2021.-2027.	Grad Virovitica	Uspostavljena međusektorska suradnja u svim oblicima gospodarskog i društvenog djelovanja