



KOMUNIKACIJSKA
STRATEGIJA
ŽUPANIJSKE RAZVOJNE
STRATEGIJE
SISAČKO-MOSLAVAČKE
ŽUPANIJE 2017. - 2020.

SI-MO-RA d.o.o.

Sisak, travanj 2017.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	3
2. CILJEVI	3
Opći ciljevi	4
Specifični ciljevi	4
3. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI	4
4. CILJNE SKUPINE	5
Javnost 5	
Mediji 5	
Šira zajednica i potencijalni korisnici	6
Partneri u provedbi Županijske razvojne strategije	6
5. KOMUNIKACIJSKI ALATI	7
6. PRAĆENJE REZULTATA I EVALUACIJA	8

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA ŽUPANIJSKE RAZVOJNE STRATEGIJE
SISAČKO-MOSLAVAČKE ŽUPANIJE
2017. - 2020.

1. UVOD

Sisačko-moslavačka županija je pristupila izradi Županijske razvojne strategije za razdoblje 2017. - 2020. godine te time postavila strateški okvir za postizanje održivog društveno-gospodarskog razvoja. Županijska razvojna strategija temeljena je na Strategiji regionalnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje do kraja 2020. koja prepoznaje važnost ujednačenog razvoja svih regija Republike Hrvatske (RH). Komunikacija predstavlja važan strateški alat za upravljanje i provedbu Županijske razvojne strategije koji služi da bi se ostvarili određeni rezultati i postigle pozitivne promjene. Komunikacijska strategija koja se opisuje u ovom dokumentu, sastavni je dio Županijske razvojne strategije Sisačko-moslavačke županije (ŽRS-a SMŽ-a).

Svrha Komunikacijske strategije je podizanje svijesti i informiranje javnosti o ulozi i značaju ŽRS SMŽ za razvoj županije i jedinica lokalne samouprave s područja županije. Strategijom se žele priopćiti informacije, podići svijest i razumijevanje o njenoj važnosti te omogućiti identificiranim ciljnim skupinama razumijevanje ciljeva i svrhe Razvojne strategije Sisačko-moslavačke županije.

U svrhu kvalitetnije i transparentnije provedbe ŽRS izrađena je i ova Komunikacijska strategija također za razdoblje 2017. - 2020. Mjerama i aktivnostima Komunikacijske strategije nastoji se ostvariti cilj informiranja javnosti i interesnih grupa te podizanja svijesti o njenoj ulozi i značaju.

2. CILJEVI

Komunikacijska strategija treba postaviti jasan okvir s definiranim konkretnim alatima koji će pridonijeti upoznavanju javnosti s mogućnostima financiranja aktivnosti, programa i projekata kako s nacionalne osnove tako i iz europskih strukturnih i investicijskih fondova te ostalih izvora financiranja.

Komunikacijska strategija treba prenijeti poruku svim dionicima regionalnog razvoja o njihovoj poziciji i ulozi u poticanju i realizaciji uravnoteženog regionalnog razvoja.

Ciljeve komunikacijske strategije dijelimo na opće i specifične.

2.1. OPĆI CILJEVI

Opći ciljevi provedbe Komunikacijske strategije Županijske razvojne strategije Sisačko-moslavačke županije moraju biti usklađeni s ciljevima Komunikacijske strategije za upravljanje i provedbu regionalne razvojne politike Republike Hrvatske:

1. Informiranje i podizanje svijesti o važnosti i svrhama Županijskih razvojnih strategija na nacionalnoj i regionalnoj razini
2. Upoznavanje ciljnih skupina sa značajem i elementima ŽRS na prostoru Sisačko-moslavačke županije

2.2. SPECIFIČNI CILJEVI

Četiri su specifična cilja Komunikacijske strategije:

1. Cilj: Informirati javnost o ulozi Županijske razvojne strategije u ostvarivanju ciljeva ravnomjernog regionalnog razvoja i podizanja konkurentnosti hrvatskih regija
2. Cilj: Informirati dionike i potencijalne korisnike na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini o dostupnim mogućnostima financiranja razvojnih projekata
3. Cilj: Osigurati stalnu transparentnost provedbe Županijske razvojne strategije Sisačko-moslavačke županije
4. Cilj: Uskladiti sve komunikacijske aktivnosti koje provode partnerske institucije obuhvaćene Županijskom razvojnom strategijom

3. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI

Ciljevi Komunikacijske strategije realizirat će se provedbom definiranih komunikacijskih aktivnosti. Sve aktivnosti koje će se poduzimati u okviru Komunikacijske strategije rukovodit će se sljedećim načelima:

- Informacije će biti prezentirane u jasnom, pristupačnom i razumljivom obliku
- Aktivnosti će se temeljiti na usmjeravanju svih relevantnih poruka ciljanim skupinama
- Ciljane skupine bit će uzete u obzir već prilikom razvijanja i korištenja komunikacijskih alata
- Sve će aktivnosti biti komplementarne i konzistentne te će težiti uspostavljanju komplementarnih komunikacijskih alata i odašiljanju cjelovite poruke
- Uspostavit će se sustav praćenja i ažuriranja informacija kako bi iste bile u tijeku s vremenom i potencijalnim promjenama situacije.

Krajnji cilj Komunikacijske strategije jest priopćiti informacije, podići svijest i razumijevanje o važnosti provođenja politike regionalnog razvoja u Republici Hrvatskoj te omogućiti identificiranim ciljnim skupinama razumijevanje ciljeva i svrhe Županijske razvojne strategije.

Komunikacijski plan nastoji osigurati jednaki pristup informacijama svim zainteresiranim stranama.

4. CILJNE SKUPINE

Određivanje ciljnih skupina važno je kako bi se ostvario maksimalan doseg ključnih poruka koje želimo komunicirati i radi ostvarenja komunikacijskih ciljeva ove Županijske razvojne strategije. Ciljna skupina je definirana kao skup sudionika koji imaju aktivnu ulogu u ostvarenju ciljeva, prioriteta i mjera razvoja Sisačko-moslavačke županije, ali i regionalnog razvoja Republike Hrvatske. Ovo poglavlje pokušava grupirati potencijalne ciljne skupine u kategorije te dati kratke analize potreba grupe, informacije koje se žele prenijeti i očekivane metode komunikacije. Komunikacija je ključ za postizanje predviđenih promjena, a kako bi mjere i aktivnosti informiranja i komunikacije bile što učinkovitije, moraju biti usmjerene i prilagođene različitim ciljnim skupinama.

4.1. JAVNOST

Od iznimne je važnosti upoznati javnost sa Županijskom razvojnom strategijom Sisačko-moslavačke županije, njezinom vizijom, ciljevima, prioritetima te dodanom vrijednošću koja će se ostvariti realizacijom predviđenih mjera. Ova interesna skupina bit će upoznata sa Strategijom putem internetskih stranica Sisačko-moslavačke županije (www.smz.hr) i Razvojne agencije Sisačko-moslavačke županije (www.simora.hr). Ujedno, svi zainteresirani moći će preko internetskih stranica upućivati svoja pitanja, komentirati i davati prijedloge koji će se tada prosljeđivati odgovornim osobama.

U prijenosu informacija ciljnoj skupini mediji će također imati značajnu ulogu, posebno kroz objavu u regionalnom i lokalnom tisku te putem emisija i promidžbi na radiju i televiziji.

4.2. MEDIJI

Mediji kao jedan od najvažnijih alata komunikacije predstavljaju partnera koji će širu javnost kao i ostale zainteresirane skupine informirati o radu i napretku. Rad s medijima će biti uređen tako da se osigura širenje informacija o Županijskoj razvojnoj strategiji Sisačko-moslavačke županije. Mediji će također služiti i kao komunikacijski kanali za prijenos informacija i to kako široj javnosti tako i potencijalnim korisnicima. Stoga je neophodno da komunikacija s medijima bude proaktivna te će uključivati izradu priopćenja za novinare, brošure, letke i obavijesti za novinare sve u svrhu pravovremenog pružanja traženih informacija novinarima. Priopćenje za medije je najjednostavniji

komunikacijski alat u situacijama kada je potrebno brzo i učinkovito reagirati na određenu problematiku. Tim za odnose s javnošću unutar Sisačko-moslavačke županije osigurat će pravovremeno pružanje informacija. Komunikacija putem medija odvijat će se na lokalnoj, županijskoj, regionalnoj i državnoj razini.

4.3. ŠIRA ZAJEDNICA I POTENCIJALNI KORISNICI

Osim institucija izravno uključenih u upravljanje i provedbu Županijske razvojne strategije Sisačko-moslavačke županije, potrebno je s njom upoznati i širu zajednicu. Šira zajednica uključuje:

- Privatni sektor i poslovne organizacije
- Sindikate
- Znanstveni i istraživački sektor
- Nevladin sektor.

Ovo su najznačajne ciljne skupine čiji članovi mogu imati značajnu ulogu kod određivanja uspjeha provođenja Županijske razvojne strategije. S obzirom na različitosti članova skupine, bilo bi nemoguće primijeniti jednu metodu komunikacije, stoga je potrebno identificirati sve podgrupe unutar ciljne skupine te za svaku podgrupu razviti odgovarajuću metodu komunikacije.

4.4. PARTNERI U PROVEDBI ŽUPANIJSKE RAZVOJNE STRATEGIJE

Ova kategorija obuhvaća institucije uključene u upravljanje i provedbu Županijske razvojne strategije:

- Sisačko-moslavačka županija kao nositelj politike razvoja
- Razvojna agencija SI-MO-RA kao koordinator i realizator izrade i provedbe ŽRS
- Partnersko vijeće i Tematske radne skupine kao aktivni suučesnici na kreiranju planova i strategije zbog definiranja zajedničkih prioriteta na području Županije i predlaganja razvojnih politika i projekata na razini Županije

• Sva ostala tijela županijske i lokalne uprave i ustanove koja svojim djelovanjem pridonose ostvarivanju ciljeva politike županijskog razvoja i kojih se tiče rad i djelovanje Županijske razvojne strategije – jedinice lokalne samouprave

- Gradovi i općine na području Sisačko-moslavačke županije
- Agencija za regionalni razvoj Republike Hrvatske
- Partnersko vijeće Regije Kontinentalna Hrvatska
- Druga tijela državne uprave i javna tijela koja svojim djelovanjem pridonose ostvarivanju ciljeva politike regionalnog razvoja

Partneri u provedbi Županijske razvojne strategije zahtijevat će jasne informacije kako bi im se omogućila aktivna uloga u njejoj provedbi. Navedena potpora bit će im pružena kroz različite metode

i komunikacijske kanale. Internetska stranica Razvojne agencije Sisačko-moslavačke županije SI-MO-RA olakšava dobivanje potrebnih informacija, a predviđeno je i da će za ciljnu skupinu Agencija organizirati i događanja kako bi se unaprijedila provedba Županijske razvojne strategije.

5. KOMUNIKACIJSKI ALATI

Komunikacijske aktivnosti provodit će se planski, korištenjem sljedećih alata:

a) **Vizualni identitet** – specifičnim vizualnim identitetom postići će se prepoznatljivost i vidljivost Strategije kroz sve komunikacijske aktivnosti

b) **Službena internetska stranica Sisačko-moslavačke županije** www.smz.hr - predstavlja glavni izvor informacija za sve dionike kao i zainteresiranu javnost. Službena internetska stranica će poslužiti kao platforma informiranja kako o strateškim ciljevima i regionalnim razvojnim prioritetima, tako i o učincima provedbe politike regionalnog razvoja. U sklopu službene internetske stranice Razvojne agencije SI-MO-RA-e te Sisačko-moslavačke županije redovito će se obavještavati i informirati sve vezano za provođenje i izradu Županijske razvojne strategije.

Sve informacije trebaju biti razumljive široj javnosti, ali isto tako može poslužiti i službena dokumentacija koja treba biti i javno objavljena. Osim na službenoj stranici Sisačko-moslavačke županije, sve informacije trebaju biti objavljene i na službenoj internetskoj stranici Razvojne agencije SI-MO-RA-e www.simora.hr.

c) **Medijska vidljivost** - priopćenja za medije, radio i TV promidžba. Ovaj alat omogućuje protok informacija do najšire publike te stoga predstavlja ključan alat za realizaciju prvog općeg cilja Komunikacijske strategije. Mediji će imati značajnu ulogu u prijenosu informacija.

Priopćenja za javnost

Priopćenje za medije najvažniji je alat obavještavanja o novostima i aktivnostima vezanim uz provedbu Županijske razvojne strategije. Sukladno vrijednosti i zanimljivosti određenih novosti i aktivnosti, priopćenja za javnost šalju se u slučaju provedbe Županijske razvojne strategije:

- Lokalnim medijima (usko lokalno vezane informacije)
- Županijskim medijima (informacije od važnosti za širu županijsku javnost)
- Regionalnim i nacionalnim medijskim redakcijama (informacije od važnosti i zanimljivosti za šire ciljanu javnost)

Lokalnim medijima šalju se priopćenja vezana uz sve promjene na lokalnoj, gradskoj i županijskoj razini, dok se za objavu u nacionalnim medijima šalju priopćenja od općeg značaja.

Slanje priopćenja za medije vremenski se ne može u potpunosti odrediti već se priopćenje priprema s obzirom na aktualnosti koje se odrede kao bitno za objavu. Priopćenje šalju Razvojna agencija SI-MO-RA ili Sisačko-moslavačka županija.

Konferencije za novinare

Konferencije za novinare namijenjene su predstavnicima tiskanih medija, radija i televizije. Njihova glavna funkcija je pružanje informacija o Županijskoj razvojnoj strategiji. Konferencije se organiziraju prema principu važnosti informacija, odnosno kada se nekoj informaciji ili događaju želi dati veću važnost.

- d) **Informativni materijali** - publikacijom brošura, letaka, plakata nastojat će se širu javnost upoznati sa strateškim usmjerenjem politike regionalnog razvoja.

Informativno-promotivni materijali se u svrhu povećanja vidljivosti i općeg informiranja najčešće koriste produkcijom različitih brošura, letaka, plakata i sl. Oni služe kako bi pružili osnovne informacije o ŽRS-u, ali i predstavili sve aktivnosti vezane uz djelovanje Razvojne agencije SI-MO-RA kao regionalnog koordinatora.

Promotivni materijali koji bi se koristili u svrhu povećavanja vidljivosti Županijske razvojne strategije Sisačko-moslavačke županije: letci, plakati, brošure.

- e) **Elektronička pošta** – služit će u svrhu redovitog službenog komuniciranja svih dionika uključenih u provedbu Strategije.
- f) **Društvene mreže** – zbog sve veće rasprostranjenosti, koristit će se Facebook stranica Razvojne agencije SI-MO-RA koja će također biti važna platforma informiranja o aktivnostima vezanim uz rad Županijske razvojne strategije. Danas društvene mreže predstavljaju platformu koja funkcionira gotovo jednako kao medijska scena – svaki istup se pažljivo analizira i prenosi i zato ih treba voditi pažljivo, strateški i temeljito. Upravo zbog toga, društvene mreže predstavljaju bitan komunikacijski kanal kojim će se širiti sve bitne informacije o Županijskoj razvojnoj strategiji te prezentiranju iste. Koristeći Facebook, informacije o Županijskoj razvojnoj strategiji lakše će doći i do mladih koji će tako bolje shvatiti način na koji se ona bavi njihovim problemima te ih kvalitetnije uključiti u njezinu provedbu.

6. PRAĆENJE REZULTATA I EVALUACIJA

Kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri su definirane komunikacijske aktivnosti provedene, a postavljeni komunikacijski ciljevi realizirani, potrebno je pratiti rezultate provedbe Komunikacijske strategije na godišnjoj razini. Praćenje rezultata i evaluacija radit će se svake godine za prethodnu godinu.

Aktivnosti	Opis aktivnosti	Budžet i vremenski period	Rezultati
Naziv aktivnosti npr. Priopćenje za javnost	Detalji i opis aktivnosti (npr. ako se radi o priopćenju, broj poslanih, na koliko adresa, tema,...)	Budžet utrošen u aktivnost te datum kada se odvija	Broj objavljenih priopćenja,...

Za procjenu uspješnosti provedbe Komunikacijske strategije pratit će se:

- broj objava o strateškom planiranju
- broj izrađenih promotivnih materijala
- broj sudionika na organiziranim događajima vezanim za Županijsku razvojnu strategiju.