



KOMUNIKACIJSKA
STRATEGIJA
PLANA RAZVOJA
SISAČKO-MOSLAVAČKE
ŽUPANIJE ZA RAZDOBLJE DO 2027.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	3
2. CILJEVI	3
2.1. Opći ciljevi	3
2.2. Specifični ciljevi	4
3. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI	4
4. CILJNE SKUPINE	5
4.1. Javnost.....	5
4.2. Mediji	5
4.3. Šira zajednica i potencijalni korisnici	6
4.4. Partneri u provedbi PLANA RAZVOJA	6
5. KOMUNIKACIJSKI ALATI	6
6. PRAĆENJE REZULTATA I EVALUACIJA	8

**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA PLANA RAZVOJA
SISAČKO-MOSLAVAČKE ŽUPANIJE
DO 2027. GODINE**

1. UVOD

Sisačko-moslavačka županija pristupila je izradi Plana razvoja za razdoblje do 2027. godine te time postavila strateški okvir za postizanje održivog društvenog i gospodarskog razvoja. Plan razvoja SMŽ temelji se na Nacionalnoj razvojnoj strategiji Republike Hrvatske do 2030. godine koja prepoznaje važnost ujednačenog razvoja svih regija Republike Hrvatske.

Komunikacija predstavlja važan strateški alat za upravljanje i provedbu Plana razvoja koji služi da bi se ostvarili određeni rezultati i postigle pozitivne promjene. Komunikacijska strategija koja se opisuje u ovom dokumentu, sastavni je dio Plana razvoja Sisačko-moslavačke županije (PR SMŽ).

Svrha Komunikacijske strategije je podizanje svijesti i informiranje javnosti o ulozi i značaju PR 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 plana razvoja Sisačko-moslavačke županije.

U svrhu kvalitetnije i transparentnije provedbe PR, izrađena je i ova Komunikacijska strategija, također za razdoblje do 2027. godine. 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 Plana razvoja Sisačko-moslavačke županije moraju biti usklađeni s ciljevima Komunikacijske strategije za upravljanje i provedbu regionalne razvojne politike Republike Hrvatske. Oni su:

1. informiranje i podizanje svijesti o važnosti i svrhama planova razvoja regionalnoj razini
2. upoznavanje ciljnih skupina sa značajem i elementima plana razvoja.

2.2. SPECIFIČNI CILJEVI

Četiri su specifična cilja Komunikacijske strategije:

1. informiranje javnosti o ulozi Plana razvoja u ostvarivanju ciljeva ravnomjernog regionalnog razvoja i podizanja konkurentnosti hrvatskih regija
2. informiranje dionika i potencijalnih korisnika na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini o dostupnim mogućnostima financiranja razvojnih projekata
3. osiguravanje stalne transparentnosti provedbe Plana razvoja Sisačko-moslavačke županije
4. usklađivanje svih komunikacijskih aktivnosti koje provode partnerske institucije obuhvaćene Planom razvoja.

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 prema sljedećim načelima:

- informacije će biti prezentirane u jasnom, pristupačnom i razumljivom obliku
- aktivnosti će se temeljiti na usmjeravanju svih relevantnih poruka ciljanim skupinama
- ciljne 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
- uspostaviti će se sustav praćenja i ažuriranja informacija kako bi iste bile u tijeku s vremenom i potencijalnim promjenama situacije.

Krajnji ciljevi Komunikacijske strategije su: priopćiti informacije, podići svijest i razumijevanje o važnosti provođenja politike regionalnog razvoja u Republici Hrvatskoj te omogućiti identificiranim ciljnim skupinama razumijevanje ciljeva i svrhe Plana razvoja.

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 se žele komunicirati te radi ostvarenja komunikacijskih ciljeva ovog Plana razvoja. Ciljna skupina definirana je 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. Upravo je komunikacija ključ za postizanje predviđenih promjena, a kako bi mjere i aktivnosti informiranja i komunikacije bile što učinkovitije, promjene moraju biti usmjerene i prilagođene različitim ciljnim skupinama.

4.1. JAVNOST

Od iznimne je važnosti upoznati javnost s Planom razvoja Sisačko-moslavačke županije, njegovom vizijom, posebnim ciljevima i mjerama te dodanom vrijednošću koja će se ostvariti realizacijom predviđenih mjera. Ova interesna skupina bit će upoznata s Planom razvoja putem internetskih stranica Sisačko-moslavačke županije (www.smz.hr) i Regionalnog koordinатора Sisačko-moslavačke županije (www.rk-smz.hr). Ujedno, svi zainteresirani moći će putem internetskih stranica upućivati svoja pitanja, komentirati i davati prijedloge koji će se prosljeđivati odgovornim osobama.

U prijenosu informacija ciljnoj skupini mediji će također imati značajnu ulogu, a posebno kroz objavu na internetskim portalima, u lokalnom tisku te putem emisija i promidžba 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 bit će uređen tako da se osigura širenje informacija o Planu razvoja Sisačko-moslavačke županije. Mediji će također služiti i kao komunikacijski kanali za prijenos informacija, kako široj javnosti, tako i potencijalnim korisnicima. Stoga je neophodno da komunikacija s medijima bude proaktivna te da uključuje izradu priopćenja za novinare, brošure, letke i obavijesti za novinare, a sve u svrhu pravovremenog pružanja traženih informacija medijima. Priopćenje za medije najjednostavniji je 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 Plana razvoja Sisačko-moslavačke županije, potrebno je s njim upoznati i širu zajednicu. Šira zajednica uključuje:

- privatni sektor i poslovne organizacije
- obrazovni, znanstveni i istraživački sektor
- nevladin sektor.

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

4.4. PARTNERI U PROVEDBI PLANA RAZVOJA

Ova kategorija obuhvaća institucije uključene u upravljanje i provedbu Plana razvoja:

- Sisačko-moslavačka županija kao nositelj politike razvoja
- Regionalni koordinator Sisačko-moslavačke županije kao koordinator izrade Plana razvoja
- Partnersko vijeće kao aktivan dionik kreiranja planova i strategija radi 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 Plana razvoja
- gradovi i općine na području Sisačko-moslavačke županije
- Partnersko vijeće Regije Panonska Hrvatska
- druga tijela državne uprave i javna tijela koja svojim djelovanjem pridonose ostvarivanju ciljeva politike regionalnog razvoja

Partneri u provedbi Plana razvoja zahtijevat će jasne informacije kako bi im se omogućila aktivna uloga u njegovoj provedbi. Navedena potpora bit će im pružena kroz različite metode i komunikacijske kanale. Internetska stranica Regionalnog koordinatora Sisačko-moslavačke županije olakšava dobivanje potrebnih informacija, a predviđeno je i da će za ciljnu skupinu Sisačko-moslavačka županija osigurati provedbu različitih događanja kako bi se unaprijedila provedba Plana razvoja.

5. KOMUNIKACIJSKI ALATI

Komunikacijske aktivnosti provodit će se planski, korištenjem sljedećih alata:

- a) **Vizualni identitet** – specifičnim vizualnim identitetom postići će se prepoznatljivost i vidljivost Plana razvoja kroz sve komunikacijske aktivnosti.
- b) **Službena internetska stranica Sisačko-moslavačke županije** www.smz.hr - predstavlja glavni izvor informacija za sve dionike, kao i za zainteresiranu javnost. Službena internetska stranica poslužit će kao platforma informiranja, kako o posebnim strateškim ciljevima i regionalnim razvojnim prioritetima, tako i o učincima provedbe politike regionalnog razvoja. U sklopu službene internetske stranice Sisačko-moslavačke županije redovito će se obavještavati i informirati sve vezano za provođenje i izradu Plana razvoja.

Sve informacije trebaju biti razumljive široj javnosti, a čemu može poslužiti i službena dokumentacija koja treba biti i javno objavljena. Osim na službenoj internetskoj stranici Sisačko-moslavačke županije, sve informacije trebaju biti objavljene i na službenoj internetskoj stranici Regionalnog koordinatora Sisačko-moslavačke županije www.rk-smz.hr.

- c) **Medijska vidljivost** – obuhvaća priopćenja za medije, radio i TV promidžbu. Ovaj alat omogućuje protok informacija do najšire publike te 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 vezanima uz provedbu Plana razvoja. Sukladno vrijednosti i zanimljivosti određenih novosti i aktivnosti, priopćenja za javnost šalju se redovno:

- lokalnim medijima (uske, 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 bitne za objavu. Priopćenje šalju Regionalni koordinator Sisačko-moslavačke županije ili Sisačko-moslavačka županija.

Konferencije za novinare

Konferencije za novinare namijenjene su predstavnicima elektronskih, tiskanih medija, radija i televizije. Njihova glavna funkcija je pružanje informacija o Planu razvoja. 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 slično. Služe pružanju osnovnih informacija o Planu razvoja, ali i predstavljaju sve aktivnosti vezane uz djelovanje Regionalnog koordinatora Sisačko-moslavačke županije.

Promotivni materijali koji bi se koristili u svrhu povećavanja vidljivosti Plana razvoja Sisačko-moslavačke županije su: letci, plakati, brošure.

e) **Elektronička pošta** – služit će u svrhu redovitog službenog komuniciranja svih dionika uključenih u provedbu Plana razvoja.

f) **Društvene mreže** – radi sve većeg značaja, koristit će se društveni profili kao što je npr. Facebook stranica Regionalnog koordinatora Sisačko-moslavačke županije (<https://www.facebook.com/rksmz.hr/>) koja će također biti važna platforma informiranja o aktivnostima vezanima uz Plan razvoja. 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 Planu razvoja. Koristeći Facebook stranicu, informacije o Planu razvoja lakše će doći i do mladih osoba koje će tako bolje shvatiti način na koji se ona bavi njihovim problemima te će ih se kvalitetnije uključiti u njezinu provedbu.

g) **Interna komunikacija** – omogućit će podizanje informiranosti i educiranosti zaposlenika o Planu razvoja, tijekom njegove provedbe te ostvarenim rezultatima.

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	Proračun 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,...)	Sredstva utrošena u aktivnosti te datum kada se odvijaju,	Broj objavljenih priopćenja,...

Prikaz potencijalno korištenih komunikacijskih alata i odgovarajućih pokazatelja uspješnosti:

KOMUNIKACIJSKI ALAT	POKAZATELJ USPJEŠNOSTI
službena internetska stranica Regionalnog koordinatora Sisačko-moslavačke županije	broj posjeta internetskoj stranici, vidljivost objava
Facebook stranica Regionalnog koordinatora Sisačko-moslavačke županije	broj posjeta Facebook stranici, vidljivost objava
informativni materijali (brošure, letci, plakati)	broj izdanih brošura/letaka, broj napravljenih plakata
konferencije	broj održanih konferencija
komunikacija s medijima (radio, televizija, tiskani mediji, internetski mediji)	broj izdanih priopćenja za javnost
odgovori na upite građana	broj odgovorenih upita građana elektronskim putem

Za procjenu uspješnosti provedbe Komunikacijske strategije pratit će se:

- broj objava o Planu razvoja
- broj izrađenih promotivnih materijala
- broj sudionika na organiziranim događajima vezanim uz Plan razvoja.