

Strategija razvoja
urbanog područja
Varaždin za razdoblje

2021.-2027.

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA

Naručitelj:
Grad Varaždin

Izrađivač:
MARA d.o.o.

Strategija razvoja urbanog područja Varaždin
za razdoblje od 2021. do 2027. godine

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

Strategije razvoja urbanog područja Varaždin

Naručitelj:

Grad Varaždin

Izrađivač:

MARA d.o.o.
Trogirska 8
42000 Varaždin

NACRT – verzija 1

svibanj 2022.

SADRŽAJ

- 04** Kontekst i uvod
- 05** Analiza stanja
- 07** Komunikacijski ciljevi
- 08** Ciljane skupine
- 09** Ključne poruke
- 09** Medijska strategija
- 11** Međuovisnosti
- 11** Rizici i problemi
- 12** Ocjenjivanje
- 13** Komunikacijski akcijski plan

KONTEKST I UVOD

Strategija razvoja urbanog područja (SRUP) Varaždin je akt strateškog planiranja u okviru politike regionalnog razvoja kojim se definiraju ciljevi razvoja urbanoga područja u razdoblju od 2021. do 2027. godine. SRUP služi kao multisektorski okvir kojim se planira razvoj urbanog područja kao jedne cjeline, odnosno preduvjet je za korištenje integriranog teritorijalnog mehanizma (ITU mehanizam). Smjernice za izradu SRUP-a izradilo je Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije koje je ujedno i nadležno tijelo za politiku urbanog razvoja i koordinaciju provedbe mehanizma ITU.

Cilj provedbe ITU mehanizma je decentralizacija, odnosno definiranje zajedničkih smjerova razvoja urbanog područja, olakšavanje zajedničke provedbe projekata te nadilaženje administrativnih granica i stvaranje povoljnijeg okruženja urbanog područja u cjelini. Formiranjem urbanog područja prepoznaje se važnost načela participativnosti, tj. povezivanja susjednih jedinica lokalne samouprave s ciljem stvaranja sinergije i provođenju održivog razvoja temeljenog na integriranom pristupu u zadovoljavanju zajedničkih potreba.

Grad Varaždin od 2021. godine želi koristiti mogućnosti ITU mehanizma financiranja kao središte urbanog područja, u partnerstvu s gradovima Ludbreg, Novi Marof i Varaždinske Toplice te 11 općina: Beretinec, Gornji Knežinec, Jalžabet, Martijanec, Maruševac, Petrijanec, Sračinec, Sveti Ilija, Trnovec Bartolovečki, Vidovec i Vinica.

Usporedno sa Strategijom izrađuju se i provedbeni akti koji obuhvaćaju akcijski plan za provedbu SRUP-a, komunikacijsku strategiju te komunikacijski akcijski plan SRUP-a. Ovaj dokument iznosi komunikacijsku strategiju i akcijski plan SRUP-a Varaždin kojima se uzimaju u obzir svi elementi komunikacije s ključnim dionicima radi odgovarajućeg informiranja, komunikacije i vidljivosti postupka planiranja javnih politika.

Komunikacijskom strategijom određuju se komunikacijski ciljevi koje Grad Varaždin kao nositelj izrade SRUP-a želi postići komunikacijom s javnošću i ključnim dionicima te definira ključne poruke, ciljne skupine, komunikacijske kanale te okvir za praćenje i vrednovanje učinaka komuniciranja. Komunikacijska strategija će osigurati sve ažurne komunikacije za ključne dionike, osigurati će mehanizam za traženje povratnih informacija i djelovanje temeljem tih informacija te će potaknuti uključivanje ključnih dionika i utvrditi potrebne radnje za provedbu strategije. Komunikacijska strategija će također uključiti analizu konteksta s ciljem razumijevanja okvira u kojem će strategija biti osmišljena, usvojena i provedena. Komunikacijski akcijski plan definira okvir za postizanje komunikacijskih ciljeva određenih komunikacijskom strategijom te detaljno razrađuje mjere i aktivnosti informiranja i vidljivosti na operativnoj razini u svrhu provedbe komunikacijskih ciljeva.

ANALIZA STANJA

Kroz analizu stanja ustanovljeno je da su zadovoljeni osnovni preduvjeti za komunikaciju s javnošću - sve JLS sastavnice urbanog područja Varaždin imaju ažuriranu internetsku stranicu i većina ima Facebook profil. Štoviše, društveni profili manjih JLS-ova (općina) uglavnom dobivaju više pratitelja prema udjelu stanovništva. Također, kroz dostatan broj komunikacijskih kanala - online i tiskani novinski kanali, lokalne radio i TV postaje - postoje preduvjeti za komunikaciju s raznolikim demografskim i interesnim skupinama. Važno je iskoristiti potencijal raznolikih kanala kako bi se doprijelo do različitih segmenata javnosti na način na koji je za taj segment najučinkovitiji. Budući da stanovništvo najviše prati kanale vlastitih JLS, važno je da nositelj komunikacije o procesu SRUP-a ne bude isključivo Grad Varaždin, već i pojedine JLS sastavnice urbanog područja. Decentralizacija komunikacije nužna je kako bi se kvalitetno informiralo sveukupno stanovništvo urbanog područja Varaždin, ne samo pratitelji kanala Grada Varaždina. Za uspješnu komunikacijsku decentralizaciju potrebno je učinkovitije iskorištavanje dostupnih komunikacijskih kanala, osobito društvenih mreža koje još uvijek ne koriste sve JLS (Ludbreg, Novi Marof, Beretinec, Maruševec), kao i multimedijjskih komunikacijskih alata koji lakše zadobivaju pozornost šire javnosti.

Nedostatak ljudskih i vremenskih kapaciteta za komunikaciju s javnošću, koji se očituje u nedostatku stručnih kadrova s područja komunikologije i odnosa s javnostima, još je jedan otežavajući faktor. Postav internetske stranice Grada Varaždina i teško pronalazljiv dio s podacima o ITU mehanizmu i SRUP-u pridonose nedostatnoj informiranosti javnosti o procesu strateškog planiranja, što rezultira nedostatkom dvosmjerne komunikacije koja poboljšava projekte integriranog razvoja kako bi oni adresirali stvarne potrebe stanovništva. Nedostatna komunikacija smanjuje moral javnosti, kao i ključnih dionika, u procesu strateškog planiranja te potiče otpor ključnih dionika temeljen na negativnim iskustvima u procesima donošenja javnih politika.

Trenutno nisu omogućeni uvjeti za uspostavljanje dvosmjernog modela komunikacije u procesu izrade SRUP-a. Budući da je provedba ITU mehanizma i odgovarajućih projekata integriranog razvoja višegodišnji proces, snažno se preporuča izrada zasebne internetske stranice koja će omogućiti olakšanu, transparentnu i dvosmjernu komunikaciju i to kroz:

- (1) praćenje procesa izrade i provedbe SRUP-a kroz ažurno i pregledno obavještanje;
- (2) prikupljanje projektnih ideja te informiranje i praćenje provedbe pojedinih projekata u sklopu ITU mehanizma;
- (3) prikupljanje mišljenja, prijedloga i komentara stanovnika, i odgovaranje na iste;
- (4) objavu i katalogiziranje svih relevantnih dokumenata na jednom mjestu;
- (5) integraciju s društvenim mrežama i multimedijjskim oblicima komunikacije koji bolje odgovaraju na komunikacijske potrebe različitih javnosti.

Nepregledna interna komunikacija prepreka je učinkovitom i uključivom procesu izrade SRUP-a. Veličina urbanog područja Varaždin (koje je najveće takvo područje u RH) zahtijeva pažljivo organizirane interne komunikacijske alate i metode za ažuriranje, praćenje i razmjenu podataka. Preporuča se upotreba komunikacijskih i *task management* alata kao i standardiziranje komunikacijskih protokola. Za bolju organizaciju komunikacije, kao i procesa izrade i provedbe SRUP-a, očekuje se uspostava odjela za ITU mehanizam kao posebnog upravljačkog tijela Grada Varaždina do kraja 2022. godine (odsjek je do sada pod nadležnošću Upravnog odjela za gospodarske djelatnosti).

Kao prijetnja uspješnoj unutarnjoj komunikaciji izdvojen je i nedostatak osobnog kontakta, pojačan pandemijom COVID-19, koji rezultira oslabljenom komunikacijom među partnerima. Potrebno je učinkovitije iskoristiti potencijale digitalnih kanala komunikacije za razmjenu na daljinu, kao i organizirati više događaja na kojima partneri mogu komunicirati uživo. Manjkava komunikacija može naštetiti procesu izrade SRUP-a budući

da vodi ka nedostatku razumijevanja procesa strateškog planiranja od strane partnera kao i nerazumijevanju njihove uloge u tom procesu.

SWOT ANALIZA	
<p>SNAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> • sve JLS imaju ažuriranu internetsku stranicu i većina ima Facebook profil • društveni profili manjih JLS - općina - uglavnom dobivaju više pratitelja • dostatan broj lokalnih medijskih kanala - pokrivenost raznolikih demografskih i interesnih skupina 	<p>SLABOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • nepregledna interna komunikacija • nedostatak ljudskih i vremenskih kapaciteta za komunikaciju s javnošću • nepregledna internetska stranica Grada Varaždina • nedostatak podjele zadataka u komunikaciji i vidljivosti procesa SRUP-a • neučinkovito korištenje dostupnih komunikacijskih kanala • nedostatak dvosmjerne komunikacije
<p>PRILIKE</p> <ul style="list-style-type: none"> • uspostavljanje odjela za ITU mehanizam kao posebnog upravljačkog tijela • korištenje različitih medijskih kanala kako bi se dosegli različiti segmenti javnosti na način na koji je za taj segment najučinkovitiji • povećana vidljivost i doseg komunikacije kroz kanale svake JLS sastavnice 	<p>PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • veličina UP-a Varaždin i broj uključenih dionika • nedostatak osobnog kontakta - pojačano pandemijom COVID-19 • nedostatna informiranost javnosti o procesu strateškog planiranja • nedostatak razumijevanja procesa strateškog planiranja od strane predstavnika JLS • nedostatak komunikacije među partnerima • otpor ključnih dionika temeljen na negativnim iskustvima

KOMUNIKACIJSKI CILJEVI

Sa strateškim ciljevima razvoja urbanog područja Varaždin povezani su opći i specifični komunikacijski ciljevi precizirani u ovoj Komunikacijskoj strategiji. Komunikacija vezana uz proces izrade SRUP-a podijeljena je na unutarnju i vanjsku s obzirom na različite ciljeve i kanale komunikacije nužne za potrebnu uključenost različitih (internih i eksternih) ciljanih skupina.

Opći cilj Komunikacijske strategije SRUP-a Varaždin:

Informacije učiniti dostupnim svim ključnim dionicima i ciljanim skupinama, istaknuti i promicati važnost strateškog planiranja, osigurati kontinuiranu transparentnost pripreme i provedbe SRUP-a, osigurati jednakost u pristupu informacijama pomoću različitih oblika i metoda komunikacije te uspostaviti suradnju i dijalog između ciljanih skupina.

Specifični ciljevi unutarnje komunikacije:

- 1.1. Uspostava kvalitetnih i učinkovitih kanala komunikacije i suradnje sa svim dionicima na izradi i provedbi SRUP-a Varaždin.
- 1.2. Postaviti jasan okvir s definiranim konkretnim alatima koji će održati visoku razinu informiranosti o izradi, provedbi i evaluaciji provedbe SRUP-a.

Specifični ciljevi vanjske komunikacije:

- 2.1. Informiranje i podizanje svijesti o važnosti i potencijalu strateškog planiranja na razini urbanog područja te isticanje uloge i odgovornosti svih dionika, doprinos njihovom razumijevanju razvojne politike te aktivnostima i postignućima tijekom izrade i provedbe.
- 2.2. Transparentnost postupka izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja SRUP-a i izvještavanja javnosti o postignutim rezultatima te aktivno uključivanje stanovnika u predlaganje mjera i redovno ažuriranje strategije.

CILJANE SKUPINE

	Ciljana skupina	Opis
Interne ciljne skupine	Koordinacijsko vijeće	<p>Tijelo zaduženo za koordinaciju izrade, izmjene i/ili dopune, donošenja, provedbe i praćenja provedbe strategije razvoja urbanoga područja. Koordinacijsko vijeće daje mišljenje o svim ključnim koracima u postupku izrade i provedbe SRUP-a prije upućivanja dokumenata na predstavnička tijela JLS-ova.</p> <p>Koordinacijsko vijeće čine gradonačelnik Grada Varaždina i gradonačelnici Gradova Ludbreg, Novi Marof i Varaždinske Toplice te načelnici općina Beretinec, Gornji Kneginec, Jalžabet, Martijanec, Maruševec, Petrijanec, Sračinec, Sveti Ilija, Trnovec Bartolovečki, Vidovec i Vinica, odnosno njihovi zamjenici.</p>
	Partnersko vijeće	<p>Savjetodavno tijelo koje doprinosi strateškom planiranju razvoja urbanog područja Varaždin, sudjelujući u partnerskim konzultacijama tijekom izrade i provedbe SRUP-a.</p> <p>Partnersko vijeće pridonosi prepoznavanju zajedničkih razvojnih prioriteta različitih dionika; prepoznavanju i predlaganju strateških projekata te praćenju njihovih učinaka na razvoj; stvaranju kapaciteta i mogućnosti za poticanje i ubrzavanje društveno-gospodarskog razvoja; uspostavi integriranog razvoja uvažavanjem problema i potreba različitih kategorija dionika razvoja urbanog područja.</p> <p>Članovi Partnerskog vijeća za urbano područje Varaždin sudjeluju predstavnici:</p> <ul style="list-style-type: none"> • predstavnici svih JLS-ova koji čine urbano područje Varaždin; • predstavnici Varaždinske županije i regionalnog koordinatora; • predstavnici drugih javnih tijela čije je sudjelovanje značajno za razvoj urbanog područja Varaždin; • predstavnici visokoškolskih ustanova, pružatelja obrazovnih usluga i usluga osposobljavanja te istraživačkih centara; • predstavnici gospodarskih i socijalnih partnera, uključujući istaknute organizacije gospodarskih i socijalnih partnera te predstavnike gospodarskih i obrtničkih komora ili poslovnih udruženja iz urbanog područja; • predstavnici organizacija civilnog društva, posebno iz područja zaštite okoliša, promicanja socijalne uključenosti, jednakosti među spolovima i nediskriminacije, zaštite prava manjina, sposobnost upravljanja, stručnost i inovativne pristupe. <p>Partnersko vijeće sastavljeno je sukladno načelu ravnomjerne predstavljenosti partnera iz svih jedinica sastavnica urbanog područja, kao i ravnomjerne predstavljenosti svih sektora.</p>
	Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije	<p>Tijelo nadležno za politiku urbanoga razvoja i koordinaciju provedbe mehanizma integriranih teritorijalnih ulaganja u Republici Hrvatskoj.</p>
Eksterne ciljne skupine	Ključni dionici	<p>Ključni dionici su provoditelji razvojnih mjera SRUP-a, odnosno, oni koji posjeduju razvojne i operativne kapacitete te mogućnosti za implementaciju projekata integriranog razvoja urbanog područja Varaždin.</p> <p>Ključne dionike čine predstavnici javnog, civilnog i privatnog sektora na urbanom području Varaždin – upravna tijela, razvojne agencije, javna poduzeća i institucije, obrazovni sektor, znanstveni i istraživački sektor, socijalni partneri, organizacije civilnog društva, gospodarski subjekti.</p>
	Mediji	<p>Mediji u ulozi komunikacijskog kanala za prijenos svih ključnih informacija prema drugim ciljanim skupinama, osobito široj javnosti.</p>
	Šira javnost	<p>Obuhvaća cjelokupno građanstvo urbanog područja Varaždin.</p>

KLJUČNE PORUKE

Ključne poruke komunicirat će Grad Varaždin kao nositelj izrade SRUP-a, članovi Koordinacijskog i Partnerskog vijeća te članovi ostalih radnih i savjetodavnih timova kako bi zadane ciljeve i aktivnosti približili široj javnosti, medijima i svim ostalim ključnim dionicima. Prilagođavanje ključnih poruka vrstama medijima, ciljnim skupinama te komunikacijskim aktivnostima omogućit će transparentnost, razumljivost i potpunost informacija.

Ključne poruke:

Strategija razvoja urbanog područja Varaždin je temelj funkcionalnog regionalnog razvoja.

Participativnost svih dionika ključan je pokretač pravednog i održivog razvoja urbanog područja Varaždin.

Učinkovita komunikacija i suradnja dionika donosi zajedničku dobrobit za cjelokupno stanovništvo i olakšava provedbu zajedničkih projekata.

MEDIJSKA STRATEGIJA

Komunikacija je značajna sastavnica uspješne provedbe akta strateškog planiranja - bez djelotvorne komunikacije ugrožena je transparentnost kao i odgovarajuća uključenost dionika u procese kreiranja javnih politika. Stoga je važno definirati relevantne medijske kanale koji najučinkovitije dovode do ostvarenja definiranih komunikacijskih ciljeva.

Medijska strategija definira alate potrebne kako bi se:

- (1) podigla svijest o aktu strateškog planiranja te razumijevanje istog tijekom cijelog procesa njegove izrade, osobito u smislu upravljanja ključnim porukama i njihovim priopćavanjem utvrđenim dionicima te ciljanoj publici;
- (2) višem rukovodstvu osigurao dokumentirani okvir u kojem je detaljno navedeno koji komunikacijski mehanizmi/alati su najprimjereniji za utvrđene dionike/ciljanu publiku.

Sve aktivnosti u okviru Komunikacijske strategije obavljat će se prema sljedećim načelima:

DEMOKRATIČNOST

Zdrava, lokalna demokracija smatra se znakom civiliziranog društva. Potrebne komponente koje čine zdravu lokalnu demokraciju su:

- odaziv prema lokalnim ljudima i angažman s njima;
- mogućnosti za sudjelovanje građana;
- jasne uloge i odgovornosti za izabrane članove, uključujući predstavljanje njihovih zajednica;
- učinkoviti mehanizmi odgovornosti.

U vrlo stvarnom smislu, svrha same demokracije usko se podudara sa svrhom odnosa s javnošću. Uspješna demokratska vlada održava odnose s biračima koji se temelje na međusobnom razumijevanju i dvosmjernoj komunikaciji.

TRANSPARENTNOST

Transparentnost je komunikacijski proces čiji je cilj pružiti građanima informacije koje će promovirati njihovo sudjelovanje u javnim politikama. Međutim, njegova se primjena često svodi na zakonski propisan upravni akt.

Transparentnost je proces kroz koji primatelji dobivaju, razumiju i koriste informacije – bez javne komunikacije nema transparentnosti. Dakle, transparentnost nije administrativni akt usklađenosti s propisima, već proces koji kontinuirano napreduje, budući da javne institucije neprestano stvaraju nove informacije koje se moraju priopćavati dok su aktualne, relevantne i korisne. Dakle, tretirajući transparentnost kao komunikacijski proces, primatelji informacija postaju vidljivi i dobivaju odlučujuću ulogu jer je utvrđeno da bez njihovog sudjelovanja nema transparentnosti. Da bi aktivna transparentnost bila više od cilja sama po sebi, odnosno da bi bila korisna za građane, podržavajući i promičući demokratske oblike sudjelovanja, mora joj se pristupiti i primijeniti iz komunikacijske perspektive.

Principi transparentnosti	
Informiranje	građani imaju pravo znati kako se upravlja javnim poslovima
Jačanje	transparentnost jača demokratski sustav i institucije koje ga provode u praksi
Vidljivost	informacije o JLS i upravljanju institucijama su prioritet i moraju zauzeti istaknute prostore za objavljivanje
Razumljivost	informacije koje nisu razumljive nisu transparentne
Diseminacija	informacije o institucionalnom upravljanju ne bi smjele biti diskriminirane, odnosno prethodno prosuđeno koje informacije neće biti od interesa ili za koga neće biti od interesa
Humanizam	institucionalna transparentnost mora učiniti politički i društveni pluralizam vidljivim

PARTICIPATIVNOST

Sama transparentnost ne podrazumijeva participativnost. Participativnost znači da je građanstvo poticano i motivirano da sudjeluje kao i educirano za sudjelovanje.

Prema Međunarodnoj udruzi za sudjelovanje javnosti, gdje su ključne vrijednosti definirane:

- uključenost u proces donošenja odluka onih na koje te odluke utječu ili koji su za njih zainteresirani;
- uključenost sudionika u razvoj mehanizma vlastitog sudjelovanja;
- pružanje sudionicima informacija koje su im potrebne za značajan doprinos;
- prepoznavanje i izražavanje potreba i interesa svih sudionika, uključujući dužnosnike čije ovlasti uključuju donošenje odluka;
- pružanje mogućnosti javnosti da utječe na odluke;
- obavještanje sudionika o načinima na koji utječu na odluku.

Dvosmjerna (simetrična) komunikacija

Dvosmjerno-simetrični model podrazumijeva obostranu uravnoteženu komunikaciju. Cilj je sporazumijevanje, a ne nagovaranje ili uvjeravanje. Model karakterizira više dijaloga i manje, ako uopće, monologa, a istraživanja se provode da bi se olakšala komunikacija s okolinom i ispravilo vlastito ponašanje, ovisno o rezultatima. Ovaj model znači cjenkanje, pregovaranje s javnošću, korištenje raznih načina rješavanja sukoba kako bi se postigla simbiotska promjena u idejama, stajalištima i ponašanjima organizacije i njezinih javnosti.

Mogućnosti suvremenih informacijsko-komunikacijskih tehnologija i sustava omogućuju optimiziranje postupka rasprave o zakonodavnim inicijativama među dionicima od strane građana, što ukazuje na elektroničko sudjelovanje kao na način poboljšanja prakse demokracije i sudjelovanja građana. Ovi alati, uključujući e-portale, web-bazirane platforme za konzultacije, alate za e-peticije, itd., pokazuju transparentnost javnih institucija i njihovu sposobnost da odgovore na prijedloge građana, kao i uključenost javnosti u vlast.

Da bi se postigla dvosmjernost komunikacijski put mora proći nekoliko stadija koji svaki zahtijeva drugačije informacije, drugačije kanale za prezentiranje tih informacija, različite vrste uključenosti publike te različite taktike komuniciranja.

Svojstva i alati transparentne komunikacije				
Pitanje	Svojstvo	Princip transparentnosti	Zahtjev	Alati/taktike
Što?	Istinitost	Informiranje, jačanje i diseminacija	Potpune informacije	informacije o odlukama svih tijela i o upravljanju svim područjima, potpuna i odobrena dokumentacija
Kada?	Pravovremenost	Vidljivost	Ažurirane informacije	aktualne i kontinuirano ažurirane publikacije, datirani dokumenti i publikacije primjereno rokovima i radnjama
Gdje?	Pristupačnost	Vidljivost	Strukturirana internetska stranica	odgovarajuća stabla sadržaja i razumljivi izbornici, pristup informacijama u maksimalno 3 koraka
	Upotrebljivost	Vidljivost	Objave u uporabljivim i djeljivim formatima	publikacije otvorene, standardizirane, besplatne i u formatima bez licence
Kako?	Razumljivost	Razumljivost i humanizam	Informacije razumljive i nestručnim korisnicima	novinarski tretman informacija, korištenje tekstualnih i audiovizualnih formata, korištenje aktualnih vijesti
	Univerzalnost	Razumljivost i humanizam	Pristupačne i razumljive informacije za sve vrste korisnika	objavljivanje s većim razinama detalja, korištenje standarda univerzalnog pristupa
Tko?	Pluralizam	Informiranje, jačanje i humanizam	Vidljivost svih opcija i politika	internetski izdavački prostori različitih političkih opcija, informacije o prijedlozima različitih opcija u tijelima upravljanja, raznolikost izvora
	Pluralitet	Informiranje, jačanje i humanizam	Vidljivost društvenog pluraliteta	vidljivost različitih grupa i društvene organizacije u tekstualnom i audiovizualne informacije, raznolikost izvora, humanizacija informacija

Svojstva transparentnih Informacija:

PRAVOVREMENOST	pravovremena informacija je ona koja se objavljuje kada je korisna za javnost i ažurira se kad god je to prikladno kako bi građani mogli sudjelovati, imajući pristup informacijama koje podržavaju mišljenja i prijedloge primjerene stvarnosti
PRISTUPAČNOST	transparentne informacije moraju biti lako dostupne i svakom pojedincu mora biti omogućen pristup koristeći izbornike i alate na web stranici u ograničenom broju koraka; web stranice moraju olakšati navigaciju s jasnom strukturom i korištenjem razumljivih naslova - inače, građani na kraju odustanu, s posljedicama na povjerenje u participativne procese
UPOTREBLJIVOST	statistički i dokumentarni podaci koje će koristiti svaka zainteresirana osoba ili organizacija, moraju biti predstavljeni u otvorenim, besplatnim i višekratnim formatima koji se mogu jednostavno preuzeti i koristi se kroz standardizirane, uobičajeno korištene operacijske sustave i programe
RAZUMLJIVOST	budući da se većina dokumenata koje pripremaju javne uprave odnosi na pravne, administrativne i ekonomske postupke, izvorni dokumenti moraju biti obrazloženi primjenom novinarskih tretmana i svjesnosti da je najbolji način donošenja informacija javnosti u obliku vijesti
UNIVERZALNOST	svaka osoba mora biti u sposobna pristupiti informacijama bez obzira na različite kapacitete i mogućnosti, a javne uprave po ovom pitanju moraju biti uzor; korisnici mogu biti neiskusni ljudi starije osobe, one s malo ekonomskih resursa ili s fizičkim ili kognitivnim poteškoćama kojima pristupačnost, navigacija, čitljivost, odgovarajući formati dokumenata i obrazaca, i upotrebljivi multimedijski elementi moraju biti osigurani
PLURALIZAM	prijedlozi grupa koje ne čine vladajuće tijelo moraju biti poznati i objašnjeni kroz usporedbu i provjerljive informacije; s druge strane, komunikacijski pristup također uključuje temeljne novinarske prakse, ističući među njima raznolikost izvora, koji ne bi trebali biti isključivo vladini
PLURALITET	društveni pluralitet mora biti vidljiv kroz reprezentaciju različitih grupa i organizacija; za to je bitno da se i oni pojave kao izvori informacija i kao subjekti tekstova i slika - to implicira potrebu humaniziranja informacija, uzimajući u obzir raznolikost ljudi koji čine društveno tijelo i koji čitaju pisane ili audiovizualne tekstove, tumačeći ih iz vlastite stvarnosti i uspoređujući ih sa svojim životnim iskustvom i interesima

Komunikacijski kanali i alati s obzirom na ulogu i ciljanu skupinu:			
Alat/kanal	Opis	Detalji	Ciljana skupina
Službena adresa elektroničke pošte	Osnovni kanal komunikacije među dionicima - bilo da se radi o službenoj unutarnjoj komunikaciji između dionika koji sudjeluju u procesu izrade i provedbe SRUP-a, bilo da se radi o komunikaciji s vanjskim dionicima, medijima i građanima.	glavni kontakt: Odsjek za ITU mehanizam itu.mehanizam@varazdin.hr ostali kontakti: elektronička pošta članova Koordinacijskog i Partnerskog vijeća	svi dionici, uključujući javnost
Službena web stranica	Smještena je kao podstranica službenih mrežnih stranica Grada Varaždina te je polazna je točka za sve relevantne informacije, kako u procesu izrade, tako i u provedbi SRUP-a.	adresa: https://varazdin.hr/itu-mehanizam/	šira javnost
Društvene mreže	Komunikacija putem društvenih mreža je nužna zbog popularnosti ovog kanala i potencijala za povećanje učinaka izravne komunikacije s javnošću.	službeni Facebook profil Grada Varaždina kao i ostalih JLS sastavnica UP-a Varaždin	šira javnost
Online, tiskani i emitirani mediji	Kanali koji su vezani uz tradicionalne medijske oblike (novinski članci u tisku, na portalima, radio i TV emisije) u svrhu prenošenja ključnih poruka prema ciljnim skupinama koje nisu informirane drugim kanalima.	Varaždinske vijesti, Regionalni tjednik, eVaraždin, Varaždinska televizija, lokalne radiopostaje	šira javnost
Javno savjetovanje	Alat usmjeren ka prikupljanju stavova, prijedloga i komentara šire javnosti. Omogućava prikupljanje širokog spektra informacija te osigurava visoku razinu razumijevanja akta strateškog planiranja.	javna savjetovanja	svi dionici, šira javnost
Događanja	Obuhvaćaju komunikacijske alate i metode namijenjene komunikaciji i razmjeni informacija internih dionika ključnih za izradu i provedbu SRUP-a te osiguravaju potrebnu razinu razumijevanja i uključenosti u proces strateškog planiranja.	radionice, radni sastanci, savjetovanja i terenski obilasci	Koordinacijsko i Partnersko vijeće

MEĐUOVISNOSTI

Mjere promocije i vidljivosti su važan dio svakog projekta s obzirom da se definirani ciljevi ostvaruju putem zajedničkih promocijskih i medijskih aktivnosti. Stoga je potrebno uspostaviti kvalitetnu komunikaciju i suradnju sa svim partnerskim područjima pomoću kojih će određena poruka postignuti svoj maksimalan doseg. Važno je informirati javnost o mogućim izvorima financiranja, posebice o EU fondovima namijenjenih regionalnom razvoju. Zainteresiranost javnosti za projekte te njihovo uključivanje ključan je faktor kvalitetnog razvoja urbanog područja.

Aktivnosti promocije i vidljivosti projekata sufinanciranih iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova osiguravaju da ti projekti uključuju mjere informiranja i komunikacije u cilju podizanja svijesti građana Unije o ulozi i ostvarenju kohezijske politike, kao i o rezultatima i učincima pojedine podrške. Komunikacijska strategija obuhvaća planiranje i organizaciju aktivnosti tijekom izrade i provedbe SRUP-a u cjelini te u tom smislu pokriva sve segmente komuniciranja s ciljnim skupinama. Sinergijsko djelovanje Komunikacijske strategije SRUP-a postiže se u kombinaciji s aktivnostima promocije i vidljivosti koje će kao obavezne aktivnosti biti provedene za svaki pojedini projekt financiran u okviru ITU mehanizma na urbanom području Varaždin.

Što je više, budući da će SRUP Varaždin biti dostupan kao temeljni razvojni dokument za daljnja strateška planiranja na lokalnoj i/ili županijskoj razini, te kao oslonac za prijavu i razvoj projekata i izvan ITU mehanizma, mogu se očekivati sinergijski učinci s pratećim komunikacijskim strategijama u svrhu postizanja što šireg učinka i kvalitetnijeg ostvarenja ciljeva.

RIZICI I PROBLEMI

U izradi i provedbi strateških dokumenata uvijek postoji element rizika. Iako potpuno izbjegavanje rizika nije uvijek moguće, od velikog je značaja pravovremena identifikacija ključnih rizika, istraživanje njihovih uzroka i posljedica te reakcija u obliku mjera ublažavanja ili prevencije.

Rizik/prepreka	Uzrok	Mjere ublažavanja/ prevencije
Nedostatak informiranosti i interesa ključnih dionika.	Neučinkovito korištenje dostupnih komunikacijskih kanala.	Izrada zasebne internetske stranice, integracija s društvenim mrežama i multimedijским oblicima komunikacije koji bolje odgovaraju na potrebe različitih dionika.
Nedovoljna transparentnost i vidljivost.	Nedostatak podjele zadataka u komunikaciji i vidljivosti procesa.	Komunikacijska decentralizacija kroz učinkovitije iskorištavanje dostupnih kanala u svim JLS sastavnicama UP-a.
Povećanje troškova provedbe komunikacijskih aktivnosti.	Povećan broj komunikacijskih aktivnosti.	Uspostavljanje komunikacijskih protokola i podjela zadataka, prihvatanje komunikacije kao sastavnog dijela izrade SRUP-a, ažuriranje komunikacijskog akcijskog plana.
Nedostatak razumijevanja procesa strateškog planiranja od strane partnera.	Neučinkovita interna komunikacija i nedostatak osobnog kontakta.	Korištenje internih komunikacijskih alata i metoda za ažuriranje, praćenje i razmjenu podataka. Organizirati više događaja na kojima partneri mogu komunicirati uživo.

OCJENJIVANJE

Uz kontinuirano praćenje provedbe strateškog dokumenta provodi se evaluacija uspješnosti provedbe komunikacijske strategije. Za praćenje i evaluaciju uspješnosti provedbe Komunikacijske strategije SRUP-a Varaždin zadužen je Grad Varaždin, a u nastavku su prikazani pokazatelji uspješnosti na temelju kojih će se prema potrebi korigirati komunikacijski akcijski plan.

Komunikacijska aktivnost:	Pokazatelji:
Informiranje putem službene web stranice	Broj objava (godišnje)
	Broj posjeta
Informiranje putem elektroničke pošte	Otvorena službena adresa elektroničke pošte
	Broj primljenih upita
	Broj odgovorenih upita
Informiranje putem društvenih mreža	Broj korištenih društvenih profila
	Broj objava (godišnje)
	Broj interakcija (praćenja, <i>lajkova</i> , komentara)
Koordinacijski i radni sastanci	Broj održanih sastanaka (godišnje)
	Broj održanih radionica (godišnje)
	Broj sudionika na sastancima/radionicama
Mediji	Broj objava u medijima
Događanja	Broj održanih javnih događanja (godišnje)
	Broj sudionika javnih događanja
Javno savjetovanje	Provedeno javno savjetovanje SRUP-a Varaždin
	Broj sudionika na javnom savjetovanju

KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

Komunikacijskim akcijskim planom definiran je okvir za postizanje komunikacijskih ciljeva određenih komunikacijskom strategijom te su razrađene mjere i aktivnosti informiranja i vidljivosti na operativnoj razini u svrhu provedbe komunikacijskih ciljeva.

Ovim akcijskim planom utvrđuju se (1) komunikacijski alati koji odgovaraju komunikacijskim ciljevima i ciljanoj publici, (2) vrijeme provođenja radnji/alata te (3) odgovornosti u provedbi komunikacijske strategije.

Komunikacijske taktike s obzirom na ciljeve i vrstu komunikacije:			
	Cilj	Taktike	Odgovornost
Interna komunikacija	1.1. Uspostava kvalitetnih i učinkovitih kanala komunikacije i suradnje sa svim dionicima na izradi i provedbi SRUP-a Varaždin.	radni sastanci, radionice, savjetovanje, komunikacija putem el. pošte	Grad Varaždin
	1.2. Postaviti jasan okvir s definiranim konkretnim alatima koji će održati visoku razinu informiranosti o izradi, provedbi i evaluaciji provedbe SRUP-a.	komunikacijska strategija, komunikacija putem el. pošte	Grad Varaždin
Vanjska komunikacija	2.1. Informiranje i podizanje svijesti o važnosti i potencijalu strateškog planiranja na razini urbanog područja te isticanje uloge i odgovornosti svih dionika, doprinos njihovom razumijevanju razvojne politike te aktivnostima i postignućima tijekom izrade i provedbe.	objave na službenoj mrežnoj stranici, komunikacija putem društvenih mreža, online i tiskani mediji, gostovanja na radiju i televiziji	sve JLS sastavnice UP-a Varaždin
	2.2. Transparentnost postupka izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja SRUP-a i izvještavanja javnosti o postignutim rezultatima te aktivno uključivanje stanovnika u predlaganje mjera i redovno ažuriranje strategije.	online i tiskani mediji, objave na službenoj mrežnoj stranici, komunikacija putem društvenih mreža, javna savjetovanja	sve JLS sastavnice UP-a Varaždin

Aktivnost u procesu izrade SRUP-a	Ciljana skupina	Komunikacijski alati	Vremenski okvir
Osnivanje Koordinacijskog vijeća urbanog područja Varaždin	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	sastanak	studeni 2021.
	Ključni dionici i šira javnost	Službeni vjesnik Grada Varaždina, internetska stranica Grada VŽ	
Pokretanje postupka izrade SRUP-a Varaždin	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	sastanak	prosinac 2021.
	Ključni dionici i šira javnost	Službeni vjesnik Grada VŽ, internetska stranica Grada VŽ	
Osnivanje Partnerskog vijeća za izradu SRUP-a Varaždin	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	radni sastanci, prethodno pribavljena mišljenja, el. pošta	siječanj 2022.
	Ključni dionici i šira javnost	Službeni vjesnik Grada VŽ, internetska stranica Grada VŽ	
Pokretanje postupka izrade provedbenih dokumenata SRUP-a Varaždin	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	sastanak	ožujak 2022.
	Ključni dionici i šira javnost	Službeni vjesnik Grada VŽ, internetska stranica Grada VŽ	
Izrada analize stanja	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	radni sastanci, prezentacija, el. pošta	ožujak 2022.
	Ključni dionici i šira javnost	el. pošta	
Izrada komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	radni sastanci, prezentacija, el. pošta	svibanj 2022.
	Ključni dionici i šira javnost	Službeni vjesnik Grada VŽ, internetska stranica Grada VŽ	
Educiranje o ITU mehanizmu i strateškom planiranju	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	radionice, radni sastanci, terenski obilasci, el. pošta	svibanj 2022.
	Ključni dionici i šira javnost	radionice, društvene i internetske stranice svih JLS	
Izrada nacrtu SRUP-a i akcijskog plana	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	radni sastanci, prezentacija, el. pošta	srpanj 2022.
	Ključni dionici i šira javnost	el. pošta, internetska stranica Grada VŽ	
Vrednovanje nacrtu SRUP-a	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	radni sastanci, prezentacija, el. pošta	srpanj 2022.
	Ključni dionici i šira javnost	društvene i internetske stranice svih JLS	
Javno savjetovanje	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	el. pošta	rujan 2022.
	Ključni dionici i šira javnost	konzultacije, prezentacija, el. pošta, društvene i internetske stranice svih JLS	
Usvajanje SRUP-a	Koordinacijsko i Partnersko vijeće	radni sastanci, prezentacija, el. pošta	xx
	Ključni dionici i šira javnost	Službeni vjesnik Grada VŽ, društvene i internetske stranice svih JLS-ova	