



# **STRATEGIJA RAZVOJA** **URBANOG** **PODRUČJA** **PULA**

**ZA RAZDOBLJE OD 2021. DO 2027.**

**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I**  
**KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN**



Grad Pula



Grad Vodnjan



Općina Barban



Općina Fažana



Općina Ljuzan



Općina Marčana



Općina Moduľin



Općina Svetvinčat



# IMPRESSUM

**STRATEGIJA RAZVOJA URBANOG PODRUČJA PULA  
ZA RAZDOBLJE OD 2021. DO 2027.**

**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN**

## **Naručitelj**

**Grad Pula  
Forum 1, 52 100 Pula**

## **Izrađivač**

**Urbanex  
Boktuljin put 26, 21 000 Split  
Vlaška 95, 10 000 Zagreb**

**2021.**

# SADRŽAJ

1. UVOD.....	4
2. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE.....	5
3. CILJANA PUBLIKA.....	7
4. MEDIJSKA STRATEGIJA.....	8
4.1. KOMUNIKACIJSKI ALATI.....	8
4.2. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI I MJERE.....	9
5. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN.....	11

RADNA VERZIJA

## 1. UVOD

Prema članku 2. Zakona o regionalnom razvoju (NN 147/14, 123/17, 118/18) (dalje u tekstu: ZRR), mjerama u području održivog regionalnog razvoja pridonosi se društveno-gospodarskom razvoju jačanjem konkurentnosti i realiziranjem vlastitih razvojnih potencijala. S tim u vezi, ustrojavaju se urbana područja kako bi se nacionalni ciljevi urbanog razvoja učinkovitije provodili na nižim razinama.

Urbano područje Pula čine Grad Pula kao središte urbanog područja, Grad Vodnjan i šest općina: Općina Barban, Općina Ližnjan, Općina Marčana, Općina Medulin, Općina Svetvinčenat i Općina Fažana. Grad Vodnjan i navedenih šest općina ulaze u obuhvat urbanog područja temeljem uvjeta udjela dnevnih migracija zaposlenih osoba u Gradu Puli od minimalno 30%. Obzirom da je zakonom utvrđena obveza izrade strategije razvoja za utvrđena urbana područja (članak 15. ZRR-a), Grad Pula pristupio je izradi strategije. Strategija razvoja urbanog područja (dalje u tekstu: SRUP) planski je dokument politike regionalnog razvoja. Ovim temeljnim strateškim dokumentom kreira se podloga za upravljanje razvojem urbanog područja Pula definiranjem prioriteta, ciljeva i smjera razvoja urbanog područja koje čini Pula s okolicom, sukladno Smjernicama za uspostavu urbanih područja i izradu strategija razvoja urbanog područja za financijsko razdoblje 2021. – 2027.

Razvoj urbanog područja kompleksan je i višedimenzionalan projekt koji traži holistički pristup kako bi se uspješno ostvarili postavljeni ciljevi. Načelo suradnje i partnerstva neizostavna je komponenta strateškog djelovanja. Uključivanje dionika iz svih relevantnih sektora kao i šire javnosti u proces izrade i provedbe strateških mjera nužno je kako bi krajnji rezultat bio odraz zajedničkih interesa i potreba svih zainteresiranih strana. Komuniciranje predviđenih strateških aktivnosti preduvjet je ostvarenja sinergijskih učinaka provedbe SRUP-a. Imajući potonje u vidu, Uredbom o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (NN 89/18) propisana je obveza izrade komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za akte strateškog planiranja, a u svrhu informiranja, komunikacije i vidljivosti postupka planiranja javnih politika.

Upravljanje komunikacijskim procesom na opisani način čini postupak izrade, donošenja i provedbe strategije razvoja transparentnim, dostupnim i učinkovitim. Komunikacijskom strategijom i komunikacijskim akcijskim planom predstaviti će se ciljevi i načela strateškog djelovanja, ciljne skupine, komunikacijske mjere, alati i aktivnosti te način valorizacije učinaka komuniciranja.

## 2. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Komunikacijska strategija je mehanizam putem kojega nositelj izrade SRUP-a informira javnost o strateškim odrednicama temeljnog razvojnog dokumenta urbanog područja. Sukladno tome potrebno je utvrditi opće i posebne ciljeve komunikacijske strategije.

Opći cilj ove komunikacijske strategije sastoji se u podizanju svijesti u javnosti o važnosti akta strateškog planiranja, njegovom razumijevanju i osvještavanju o stvarnoj mogućnosti sudjelovanja u njegovom kreiranju. Također, strategija komunicira na koji način će upravljati ključnim porukama, sadržajem i aktivnostima s ciljem priopćavanja istih ciljanim skupinama. Komunikacijska strategija osigurava visoku razinu informiranosti dionika i šire javnosti, mehanizme pružanja povratnih informacija i koordinaciju djelovanja svih zainteresiranih strana u ostvarenju ciljeva održivog razvoja urbanog područja Pula.

Posebni ciljevi komunikacijske strategije u funkciji su ostvarenja kontinuirane transparentnosti, distribucije informacija svim korisnicima korištenjem prikladnih komunikacijskih alata i kanala, ukazivanja na važnost strateškog promišljanja i angažmana te uspostava otvorenog dijaloga partnera javnog, privatnog i civilnog sektora. Nastavno na to, posebni ciljevi ove komunikacijske strategije jesu:

### **Posebni cilj 1:**

Osigurati transparentan postupak izrade, implementacije i vrednovanja učinaka provedbe Strategije razvoja urbanog područja Pula.

### **Posebni cilj 2:**

Ostvariti suradnju što šireg kruga dionika i javnosti u smjeru preuzimanja odgovornosti za i podizanja učinkovitosti provedbe SRUP Pula te ostvarenja utvrđenih prioriteta, ciljeva i mjera.

**Posebni cilj 3:**

Kontinuirano podizanje svijesti šire javnosti o ulozi i značaju SRUP Pula na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini u kontekstu pružanja doprinosa i ostvarenja ciljeva ravnomjernog regionalnog razvoja te jačanja konkurentnosti hrvatskih regija.

**Posebni cilj 4:**

Informiranje javnosti o dostupnim izvorima financiranja projekata u području regionalnog razvoja.

Prilikom dostizanja postavljenih ciljeva, nositelj izrade SRUP-a poštovat će sljedeća načela u provođenju aktivnosti:

- transparentna provedba strateških mjera;
- sudjelovanje javnosti u odlučivanju;
- pravodobno plasiranje informacija;
- prezentiranje informacija na razumljiv, jasan i nedvosmislen način;
- provjerljive, vjerodostojne i pouzdane informacije;
- nepristrano i apolitično djelovanje;
- partnerstvo i suradnja te otvoreni dijalog i konzultacije sa svim partnerima.

### 3. CILJANA PUBLIKA

Učinkovitost izrade i provedbe SRUP-a u suštini ovisi o razini participacije širokog kruga zainteresiranih strana. Komunikacijska strategija ima za cilj utvrditi i uključiti što veći raspon dionika do kojih će doprijeti poruke i potrebne informacije. Iz tog razloga, a sukladno općim i posebnim ciljevima, Komunikacijska strategija prepoznaje i segmentira sljedeće ciljane skupine.

**1. Javni sektor.** Ova kategorija je izrazito značajna u koordinativnom pogledu. Subjekti javnog sektora u okviru jedinica lokalne samouprave djeluju u svojstvu donositelja odluka i akata, koordiniraju sam postupak provedbe SRUP-a i izvještavaju o provedbi.

**2. Nositelji razvojnih mjera SRUP-a.** Kategorijom je obuhvaćena raznolika paleta dionika javnog, privatnog i civilnog sektora urbanog područja. Tu su svrstana upravna tijela jedinica lokalne samouprave, javna poduzeća, razvojne agencije, znanstvene, istraživačke i obrazovne institucije, poslovne i gospodarske organizacije, organizacije civilnog društva i ostale nevladine organizacije, socijalni partneri. Dobra umreženost i koordinacija predstavnika sva tri sektora preduvjet je za sinergijske učinke provedbe SRUP-a.

**3. (Potencijalni) korisnici sredstava iz nacionalnih ili EU izvora, s naglaskom na urbani razvoj.** Ovime su obuhvaćeni svi postojeći i potencijalni korisnici, kao i partneri na projektima te suradnici.

**4. Šira javnost.** Opsegom najbrojnija ciljana skupina koju čine svi stanovnici Grada Pule, Grada Vodnjana, Općine Barban, Općine Ližnjan, Općine Marčana, Općine Medulin, Općine Svetvinčenat i Općine Fažana.

**5. Mediji.** Predstavnici sredstava javnog komuniciranja nužna su karika u komunikacijskom lancu. Putem medijskog komunikacijskog kanala prenositi će se sve potrebne informacije te nastojati oživjeti načelo participativnosti u njegovom punom smislu.

Komunikacija s prethodno navedenim ciljanim skupinama dat će izrazito vrijedan obol učinkovitoj izradi i provedbi Strategije razvoja urbanog područja Pula.

## 4. MEDIJSKA STRATEGIJA

Odabir odgovarajućih komunikacijskih alata jasno definira okvir i smjer komunikacije s ciljanim skupinama i otvara kanal za višesmjernu komunikaciju i sustav povratnih informacija. Na taj način, postupak strateškog upravljanja uvodi se u svakodnevicu odabranih skupina potičući ih na promišljanje, preuzimanje odgovornosti i aktivizam.

### 4.1. KOMUNIKACIJSKI ALATI

Komunikacijska strategija predlaže korištenje sljedećih komunikacijskih alata u općem, medijskom i internom prenošenju informacija ciljanim skupinama:

- *Visibility* – Vizualni identitet SRUP-a;
- Službena internet stranica – Grad Pula kao središte urbanog područja Pula nositelj je izrade SRUP-a te je, shodno tome, potrebno osmisliti i pokrenuti poseban segment na službenoj Internet stranici Grada Pule koji će sadržavati sve informacije potrebne za razumijevanje poduzetih, postojećih i planiranih aktivnosti. Pored toga, važno je staviti mrežne stranice u funkciju informiranja o ulozi regionalnog razvoja i učincima SRUP-a na isti;
- Otvaranje profila na društvenim mrežama (Twitter, Facebook) – Osigurava širi doseg ciljanih skupina;
- Službeno komuniciranje putem elektroničke pošte;
- Komunikacija putem masovnih medija – Jedan od najsnažnijih komunikacijskih alata. Pod predmetnim se podrazumijeva predstavljanje SRUP-a na televiziji i radio postajama, priopćenja i izjave za medije u vizualnom i tiskanom formatu, konferencije za tisak i drugo. Masovni mediji imaju sposobnost doprijeti do onih pripadnika ciljanih skupina koji ne sudjeluju u svojstvu nositelja razvojnih mjera. Komuniciranje pomoću ovog komunikacijskog alata omogućava kontinuirano i dinamično informiranje o svim fazama razvojnog procesa uz ostvarenje najvećeg dosega;
- Publikacija SRUP-a, brošura, smjernica, uputa i ostalih informativnih materijala u elektroničkom i tiskanom obliku;
- Tematska događanja – Okupljanja stručnjaka, poslovnih subjekata, stanovnika i ostalih pripadnika prilika su za neposrednu razmjenu mišljenja, stavova i problema, predlaganje potencijalnih rješenja i planiranje konkretnih daljnjih koraka. S tim u vezi, organizirat će se radionice, edukacije, okrugli stolovi, konferencije, savjetovanja, skupovi i slični radni sastanci zainteresiranih strana;
- Empirijska istraživanja – Provođenje analiza i anketnih upitnika u svrhu evaluacije provedenih aktivnosti;
- Interna komunikacija – Komunikacija i informiranje na razini službenika izravno zaduženih za izradu, provedbu, praćenje i evaluaciju SRUP-a.



Navedeni komunikacijski alati pomno će se kombinirati, a komunikacijski sadržaj prikladno oblikovati kako bi se prilagodili potrebama i karakteristikama pojedine ciljane skupine.

## 4.2. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI I MJERE

Komunikacijske aktivnosti detaljnije su predstavljene u poglavlju 5. Glede komunikacijskih mjera, moguće ih je sortirati u odnosu na predviđene posebne ciljeve:

Posebni cilj 1:

Osigurati transparentan postupak izrade, implementacije i vrednovanja učinaka provedbe

Strategije razvoja urbanog područja Pula.

- o Mjera 1.1. Informiranje javnosti u svim fazama razvojnog procesa plasiranjem provjerljivih, vjerodostojnih i pouzdanih informacija.
- o Mjera 1.2. Jamstvo prava na pristup informacijama.

Posebni cilj 2:

Ostvariti suradnju što šireg kruga dionika i javnosti u smjeru preuzimanja odgovornosti za i podizanja učinkovitosti provedbe SRUP Pula te ostvarenja utvrđenih prioriteta, ciljeva i mjera.

- o Mjera 2.1. Uspostaviti otvoreni dijalog, komunikaciju i suradnju dionika.
- o Mjera 2.2. Aktivno uključiti građane u postupak pripreme, izrade, provedbe i vrednovanja SRUP-a.

Posebni cilj 3:

Kontinuirano podizanje svijesti šire javnosti o ulozi i značaju SRUP Pula na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini u kontekstu pružanja doprinosa i ostvarenja ciljeva ravnomjernog regionalnog razvoja te jačanja konkurentnosti hrvatskih regija.

- o Mjera 3.1. Organizirati koordinirani sustav komunikacije sa širom javnosti.

Posebni cilj 4:

Informiranje javnosti o dostupnim izvorima financiranja projekata u području regionalnog razvoja.

o Mjera 4.1. Pravovremena objava informacija o postojećim i nadolazećim natječajima.

RADNA VERZIJA

## 5. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

Tab. 1. Komunikacijski akcijski plan

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljana skupina	Vremenski okvir
<b>Mjera 1.1. Informiranje javnosti u svim fazama razvojnog procesa plasiranjem provjerljivih, vjerodostojnih i pouzdanih informacija</b>				
Informiranje javnosti o procesu izrade i donošenja, praćenja, provedbe i vrednovanja SRUP Pula	- Službena internet stranica - Društvene mreže - Masovni mediji - Tematska događanja	JLS UP Pula	- (Potencijalni) korisnici - Nositelji razvojnih mjera - Šira javnost - Mediji	Kontinuirano
Objava SRUP Pula u tiskanom obliku i elektroničkom formatu na službenoj Internet stranici	- <i>Visibility</i> - Publikacije	JLS UP Pula	- Sve ciljne skupine	Neposredno nakon usvajanja SRUP Pula
Pokretanje posebnog segmenta na službenoj Internet stranici Grada Pule posvećenog SRUP Pula	- Službena Internet stranica	JLS UP Pula	- Sve ciljne skupine	Prije usvajanja SRUP Pula
Dizajn i izrada vizualnog identiteta	- <i>Visibility</i>	JLS UP Pula	- Nositelji razvojnih mjera - (Potencijalni) korisnici - Šira javnost	Prije usvajanja SRUP Pula
Promocija SRUP Pula na tematskim događanjima, u medijima i na društvenim mrežama	- Tematska događanja - Službena Internet stranica - Društvene mreže - Masovni mediji	JLS UP Pula	- Nositelji razvojnih mjera - (Potencijalni) korisnici - Šira javnost - Mediji	Kontinuirano
Izrada i objava izvješća o provedbi SRUP Pula	- Službena Internet stranica - Radni sastanci - Okrugli stol	JLS UP Pula	- Sve ciljne skupine	Godišnje
<b>Mjera 1.2. Jamstvo prava na pristup informacijama</b>				
Promptno i ažurno rješavanje zahtjeva na pristup informacijama	- Interna komunikacija	JLS UP Pula	- Nositelji razvojnih mjera - (Potencijalni) korisnici - Šira javnost	Kontinuirano

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljana skupina	Vremenski okvir
<b>Mjera 2.1. Uspostaviti otvoreni dijalog, komunikaciju i suradnju dionika</b>				
Održavanje radnih i koordinacijskih sastanaka	- Radni sastanci	JLS UP Pula	- Javni sektor - Nositelji razvojnih mjera	Kontinuirano
Organiziranje edukacija i radionica	- Radionice - Radni sastanci	JLS UP Pula	- Javni sektor - Nositelji razvojnih mjera	Kontinuirano
Redovite interne i eksterne konzultacije	- Konzultacije	JLS UP Pula	- Javni sektor - Nositelji razvojnih mjera	Kontinuirano
Primjena digitalnih alata za potrebe sigurne, brze i povjerljive elektroničke komunikacije	- Elektronička pošta - Digitalni alati	JLS UP Pula	- Javni sektor - Nositelji razvojnih mjera	Bez odgode
<b>Mjera 2.2. Aktivno uključiti građane u postupak pripreme, izrade, provedbe i vrednovanja SRUP-a</b>				
Organizirati javno savjetovanje objavom nacrtu SRUP Pula	- Javno savjetovanje	JLS UP Pula	- Šira javnost	Neposredno nakon izrade nacrtu
Omogućiti građanima praćenje provedbe i uspostaviti mehanizam povratnih informacija i ulaganja primjedbi	- Službena Internet stranica - Tematska događanja	JLS UP Pula	- Šira javnost	Kontinuirano
<b>Mjera 3.1. Organizirati koordinirani sustav komunikacije sa širom javnosti</b>				
Prilagodba komuniciranih poruka i alata pojedinoj ciljanoj skupini	- Interna komunikacija - Društvene mreže - Masovni mediji - Službena Internet stranica	JLS UP Pula	- Javni sektor - Nositelji razvojnih mjera - (Potencijalni) korisnici - Šira javnost - Mediji	Kontinuirano
Osigurati kapacitete zadužene za sustav eksternog komuniciranja	- Interna komunikacija	JLS UP Pula	- Javni sektor	Kontinuirano
Priprema poruka, alata i komunikacijskih sredstava	- Interna komunikacija	JLS UP Pula	- Javni sektor - Mediji	Kontinuirano

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljana skupina	Vremenski okvir
<b>Mjera 4.1. Pravovremena objava informacija o postojećim i nadolazećim natječajima</b>				
Objava informacija o postojećim i nadolazećim natječajima EU	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Službena Internet stranica</li> <li>- Društvene mreže</li> </ul>	JLS UP Pula	<ul style="list-style-type: none"> <li>o (Potencijalni) korisnici</li> <li>o Nositelji razvojnih mjera</li> <li>o Šira javnost</li> <li>o Mediji</li> </ul>	Kontinuirano

Praćenje i evaluacija provedenih mjera i ostvarenih ciljeva provodit će se u skladu s identificiranim i unaprijed utvrđenim pokazateljima provedbe. Aktivnosti praćenja i vrednovanja provedbe Komunikacijske strategije vršit će se kontinuirano kako bi se po potrebi pravovremeno korigirao i prilagodio Komunikacijski akcijski plan.

**Tab. 2. Pokazatelji provedbe aktivnosti u okviru Komunikacijske strategije**

AKTIVNOST	POKAZATELJI
<b>Mjera 1.1. Informiranje javnosti u svim fazama razvojnog procesa plasiranjem provjerljivih, vjerodostojnih i pouzdanih informacija</b>	
Informiranje javnosti o procesu izrade i donošenja, praćenja, provedbe i vrednovanja SRUP Pula	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pokretanje segmenta na Internet stranici posvećenog SRUP Pula</li> <li>- Objava dokumenata vezanih uz SRUP Pula</li> <li>- Broj posjeta stranici</li> <li>- Broj objavljenih dokumenata u odnosu na broj stvarno usvojenih/donesenih</li> </ul>
Objava SRUP Pula u tiskanom obliku i elektroničkom formatu na službenoj Internet stranici	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrađena i objavljena strategija razvoja u tiskanom i elektroničkom obliku</li> </ul>
Pokretanje posebnog segmenta na službenoj Internet stranici Grada Pule posvećenog SRUP Pula	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osmišljen i pokrenut novi poseban odjeljak na Internet stranici</li> </ul>
Dizajn i izrada vizualnog identiteta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrađen logotip i ostali elementi vizualnog identiteta</li> <li>- Primjena vizualnog identiteta na dokumentima, promotivnim materijalima i korištenje u svim provedbenim aktivnostima</li> </ul>
Promocija SRUP Pula na tematskim događanjima, u medijima i na društvenim mrežama	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Najave, priopćenja</li> <li>- Posjećenost događaja</li> <li>- Učestalost i broj objava u medijima i na društvenim mrežama</li> </ul>

AKTIVNOST	POKAZATELJI
Izrada i objava izvješća o provedbi SRUP Pula	- Izrađena i objavljena izvješća na godišnjoj razini
<b>Mjera 1.2. Jamstvo prava na pristup informacijama</b>	
Promptno i ažurno rješavanje zahtjeva na pristup informacijama	- Broj podnesenih zahtjeva - Broj riješenih zahtjeva
<b>Mjera 2.1. Uspostaviti otvoreni dijalog, komunikaciju i suradnju dionika</b>	
Održavanje radnih i koordinacijskih sastanaka	- Broj sastanaka
Organiziranje edukacija i radionica	- Broj organiziranih edukacija i radionica - Broj sudionika
Redovite interne i eksterne konzultacije	- Broj održanih konzultacija
Primjena digitalnih alata za potrebe sigurne, brze i povjerljive elektroničke komunikacije	- Broj uključenih dionika - Broj korištenih digitalnih alata
<b>Mjera 2.2. Aktivno uključiti građane u postupak pripreme, izrade, provedbe i vrednovanja SRUP-a</b>	
Organizirati javno savjetovanje objavom nacrtu SRUP Pula	- Broj prijedloga stavljenih na nacrt - Broj odgovora na prijedloge
Omogućiti građanima praćenje provedbe i uspostaviti mehanizam povratnih informacija i ulaganja primjedbi	- Izrađena i objavljena godišnja izvješća - Broj održanih konzultacija s javnošću - Broj uloženi primjedbi
<b>Mjera 3.1. Organizirati koordinirani sustav komunikacije sa širom javnosti</b>	
Prilagodba komuniciranih poruka i alata pojedinoj ciljanoj skupini	- Odnos korištenog alata i odabrane ciljane skupine - Osmišljene poruke i njihov broj
Osigurati kapacitete zadužene za sustav eksternog komuniciranja	- Broj službenika zaduženih za eksterno komuniciranje - Broj odjela unutar JLS uspostavljenih za eksternu komunikaciju
Priprema poruka, alata i komunikacijskih sredstava	- Uspostavljen koordinirani sustav komuniciranja sa širom javnosti
<b>Mjera 4.1. Pravovremena objava informacija o postojećim i nadolazećim natječajima</b>	
Objava informacija o postojećim i nadolazećim EU natječajima	- Broj objava na Internet stranici - Broj objava na društvenim mrežama - Broj najava i objava na televiziji, radiju i u tisku

RADNA VERZIJA