



**REPUBLIKA HRVATSKA  
ISTARSKA ŽUPANIJA**



**GRAD PULA-POLA  
GRADONAČELNIK**

**REPUBBLICA DI CROAZIA  
REGIONE ISTRIANA**



**CITTÀ DI PULA-POLA  
IL SINDACO**

KLASA:023-01/21-01/574  
URBROJ:2163-7-01-01-01-0019-22-31  
Pula, 24. svibnja 2022.

## **GRADSKO VIJEĆE GRADA PULE**

**PREDMET:** Zaključak o utvrđivanju prijedloga Odluke o usvajanju Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za provedbu Plana razvoja Grada Pula-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine  
- dostavlja se

U predmetu razmatranja i utvrđivanja prijedloga Odluke o usvajanju Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za provedbu Plana razvoja Grada Pula-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine, temeljem članka 61. Statuta Grada Pula-Pola («Službene novine» Grada Pule br. 7/09, 16/09, 12/11, 1/13, 2/18, 2/20, 4/21, 5/21), Gradonačelnik Grada Pule dana 24. svibnja 2022. godine, donio je

### **ZAKLJUČAK**

1. Utvrđuje se prijedlog Odluke o usvajanju Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za provedbu Plana razvoja Grada Pula-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine.
2. Akt iz točke 1. sastavni je dio ovog Zaključka.
3. Ovaj Zaključak proslijedit će se Gradskom vijeću Grada Pule, na nadležno postupanje.  
Ovlašćuju se dr.sc. Filip Zoričić, gradonačelnik Grada Pule, dr.sc. Ivona Močenić, zamjenica gradonačelnika Grada Pule, Bruno Cergnul, zamjenik gradonačelnika Grada Pule, mr.sc. Anja Ademi, pročelnica Upravnog odjela za lokalnu samoupravu i Iva Ivančić, voditeljica Odsjeka za strateško planiranje Upravnog odjela za lokalnu samoupravu, da sudjeluju u radu Gradskog vijeća po prijedlogu akta, te da se izjašnjavaju o amandmanima na isti.
4. Ovaj Zaključak stupa na snagu danom donošenja.

**GRADONAČELNIK  
dr.sc. Filip Zoričić, prof.**

Na temelju članka 15. stavak 1. Uredbe o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (Narodne novine RH, br. 89/18) i članka 39. Statuta Grada Pula-Pola, (Službene novine Grada Pule, br. 7/09, 16/09, 12/11, 1/13, 2/18, 2/20, 4/21 i 5/21), Gradsko vijeće Grada Pule na sjednici održanoj \_\_\_\_\_ 2022. godine, donosi

## **ODLUKU**

o usvajanju Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za provedbu Plana razvoja Grada Pula-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine

### **Članak 1.**

Usvaja se Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan za provedbu Plana razvoja Grada Pula-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine.

### **Članak 2.**

Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan provedbeni je akt Plana razvoja Grada Pula-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine.

Komunikacijskom strategijom i komunikacijskim akcijskim planom predstavljaju se ciljevi i načela strateškog djelovanja, ciljne skupine, komunikacijske mjere, alati i aktivnosti te način valorizacije učinaka komuniciranja.

### **Članak 3.**

Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan nalazi se u prilogu i sastavni je dio ove Odluke.

### **Članak 4.**

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objave u Službenim novinama Grada Pule.

KLASA:023-01/21-01/574

URBROJ:

Pula,

**GRADSKO VIJEĆE GRADA PULE**

**PREDSJEDNICA**  
**Dušica Radojčić**

## **OBRAZLOŽENJE**

### **I PRAVNI TEMELJ ZA DONOŠENJE AKTA**

Pravna osnova za donošenje Odluke o usvajanju Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za provedbu Plana razvoja Grada Pule-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine sadržana je članku 15. stavak 1. Uredbe o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (Narodne novine RH, br. 89/18) i članku 39. Statuta Grada Pula-Pola (Službene novine Grada Pule, br. 7/09, 16/09, 12/11, 1/13, 2/18, 2/20, 4/21 i 5/21).

### **II PRIKAZ STANJA I RAZLOZI ZA DONOŠENJE AKTA**

Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan provedbeni je akt Plana razvoja Grada Pule-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine.

Grad Pula-Pola kao nositelj izrade akata strateškog planiranja obvezno izrađuje i donosi Komunikacijsku strategiju i komunikacijski akcijski plan za akte strateškog planiranja, radi odgovarajućeg informiranja, komunikacije i vidljivosti postupka planiranja javnih politika.

Komunikacijska strategija je dokument kojim se određuju komunikacijski ciljevi koje nositelj izrade akta strateškog planiranja želi postići komunikacijom s javnošću i definiraju ključne komunikacijske poruke, ciljne skupine i komunikacijski kanali.

Komunikacijski akcijski plan je dokument kojim se definira 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.

### **III PRIJEDLOG AKTA**

Prijedlog Odluke o usvajanju Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za provedbu Plana razvoja Grada Pule-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine dostavljen je u prilogu.

### **IV FINANCIJSKA SREDSTVA POTREBNA ZA PROVEDBU AKTA**

Za provedbu ove Odluke osigurana su sredstva u Proračunu Grada Pule-Pola.

**PROČELNICA**  
Anja Ademi, mag. fin.

# PLAN RAZVOJA GRADA PULA-POLA

**ZA RAZDOBLJE OD 2020. DO 2030. GODINE**

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I  
KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN



Grad Pula

URBANEX



## **IMPRESSUM**

**PLAN RAZVOJA GRADA PULA-POLA  
ZA RAZDOBLJE OD 2020.DO 2030. GODINE  
KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN**

**Naručitelj**

**Grad Pula-Pola**

Forum 1, 52 100 Pula-Pola

**Izrađivač**

**Urbanex**

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

**2022.**

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	5
2. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE.....	6
3. CILJNE SKUPINE.....	7
4. MEDIJSKA STRATEGIJA.....	8
4.1. KOMUNIKACIJSKI ALATI.....	8
4.2. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI I MJERE.....	9
5. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN.....	10

NAČERT

## 1. UVOD

Plan razvoja Grada Pula-Pola za razdoblje od 2020. do 2030. godine (dalje u tekstu: Plan razvoja) osnovni je srednjoročni akt strateškog planiranja temeljen na jasnim analitičkim podlogama i širokom konzultativnom procesu, a njime će se definirati vizija razvoja Grada i njegovi strateški razvojni ciljevi u razdoblju do 2030. godine. Ovaj dokument temelj je planiranja svih lokalnih razvojnih politika i projekata, kao i sredstvo kvalitetne komunikacije gradske uprave s građanima, poduzetnicima, ulagačima i posjetiteljima. Također, ovim strateškim dokumentom definirat će se ključne inicijative, programiranje korištenja EU fondova i mjere u svrhu postizanja fiskalne učinkovitosti te mjerljivog i održivog razvoja Grada Pula-Pola do 2030. godine.

U cilju postizanja visoke razine zajedničkog razumijevanja između širokog spektra različitih dionika koji će sudjelovati u izradi Plana razvoja, potrebno je provoditi sveobuhvatnu i dosljednu komunikaciju. Komunikacija u svim fazama donošenja Plana razvoja iznimno je bitna kako bi se ključne dionike uključilo u razvojni proces, dalo im na značaju i osigurala podrška za cijelo vrijeme izrade dokumenta. S tim u vezi, načela suradnje, partnerstva i participacije imaju vodeću ulogu u razvoju jedinica lokalne samouprave. Aktivnim informiranjem i uključivanjem dionika svih sektora kao i šire javnosti u proces strateškog djelovanja promiče se navedene subjekte iz uloge pasivnih promatrača u glavne aktere i nositelje razvojnog procesa, odgovorne za podizanje kvalitete života i realizaciju razvojnih potencijala urbanog područja. Kako bi takav proaktivan pristup bio ostvariv, 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 Plana razvoja transparentnim, dostupnim i učinkovitim. Komunikacijskom strategijom i komunikacijskim akcijskim planom predstaviti će se opći i posebni ciljevi, načela komunikacije, ciljne skupine te komunikacijski alati, mjere i aktivnosti.

## 2. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Komunikacijska strategija je mehanizam putem kojega nositelj izrade Plana razvoja informira javnost o strateškim odrednicama temeljnog razvojnog dokumenta urbanog područja. Kako bi se ostvarili željeni rezultati Komunikacijske strategije potrebno je utvrditi opće i specifične ciljeve. Definiranje općeg cilja u funkciji je mjerenja uspješnosti Komunikacijske strategije i predstavlja primarni rezultat koji se želi postići. Specifični ciljevi pobliže određuju opći cilj na način da identificiraju ona područja djelovanja na koja je potrebno staviti veće težište.

Opći cilj ove komunikacijske strategije sastoji se u osnaživanju svijesti svih zainteresiranih dionika o razvojnim mogućnostima i mogućnostima financiranja projekata u Gradu Pula-Pola, o važnosti akta strateškog planiranja te o stvarnoj mogućnosti participiranja u njegovoj izradi i provedbi.

U svrhu ostvarenja općeg cilja, u nastavku se definiraju posebni ciljevi ove komunikacijske strategije.

### **Posebni cilj 1:**

Unaprijediti transparentnost postupka izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja Plana razvoja Grada Pula-Pola za razdoblje od 2020. do 2030.

### **Posebni cilj 2:**

Uspostaviti učinkovitu komunikaciju i suradnju svih dionika na izradi i provedbi Plana razvoja te podići svijest o značaju i potencijalu zajedničkog strateškog planiranja razvoja Grada Pula-Pola.

### **Posebni cilj 3:**

Informirati javnost o dostupnim izvorima financiranja projekata s područja Grada Pula-Pola, osobito onima namijenjenim urbanom razvoju.

Prilikom dostizanja postavljenih ciljeva, poštovat će se sljedeća načela u provođenju aktivnosti:

- o točno, potpuno, jasno i pravovremeno informiranje u svim fazama razvojnog procesa;
- o sudjelovanje javnosti u odlučivanju;
- o uključivost i nediskriminacija u širenju informacija;
- o provjerljive, vjerodostojne i pouzdane informacije;
- o neovisno, nepristrano i apolitično djelovanje;
- o partnerstvo i suradnja.



### 3. CILJNE SKUPINE

Uspješnost provedbe Plana razvoja u prvom redu ovisi o uspješnosti animiranja što šireg kruga dionika i šire javnosti. Iz tog razloga, Komunikacijska strategija utvrđuje ciljne skupine kojima će se prenositi ključne poruke i informacije. Pritom, potrebno je voditi računa o različitim interesima, karakteristikama i organizacijskim kapacitetima svake od pojedinih ciljnih skupina te, sukladno tome, oblikovati komunicirani sadržaj i pomno odlučiti o odabiru jednog ili više komunikacijskih alata.

Sukladno općim i posebnim ciljevima, Komunikacijska strategija prepoznaje i segmentira sljedeće ciljne skupine.

**1. Javni sektor** - Javni sektor ima ulogu nositelja razvojnih mjera Plana razvoja te, kao takav, predstavlja posebnu ciljnu skupinu. Subjekti javnog sektora u okviru jedinice lokalne samouprave djeluju u svojstvu donositelja odluka i akata, koordiniraju sam postupak provedbe i izvještavaju o provedbi, dok su mnogi drugi subjekti javnog sektora, poput javnih poduzeća i razvojnih agencija, sudionici mnogih ključnih infrastrukturnih projekata

**2. Civilni sektor** - Pripadnici civilnog sektora imaju najveći utjecaj na podizanje svijesti i iniciranje djelovanja šire javnosti. Također, njihov input predstavlja vrijedan doprinos u realizaciji izvaninstitucionalnih aktivnosti u području društvenih djelatnosti.

**3. Znanstveni i istraživački sektor** - Predmetna ciljna skupina iznimno je važna u pružanju doprinosa u pitanjima vezanima uz promicanje inovacija, pametnih specijalizacija, pametnih gradova i gospodarstva uopće.

**4. (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.

**5. Građani** - Građani su neposredni beneficijari rezultata provedbe Plana razvoja te je njihova prisutnost nužna u svim fazama provedbe. U ovu skupinu pripadaju svi stanovnici Grada Pula-Pola.

**5. Mediji** - Ciljna skupina medija obuhvaća predstavnike tiska, televizijskih i radio postaja nacionalne, regionalne i lokalne razine.

## 4. MEDIJSKA STRATEGIJA

Svaku od ciljnih skupina utvrđenih Komunikacijskom strategijom obilježavaju različite karakteristike, interesi i potrebe. Iz tog razloga, odabirom odgovarajućih komunikacijskih alata ustanovit će se fleksibilan komunikacijski okvir putem kojeg će se usmjeriti željena komunikacija prema svakoj od definiranih ciljnih skupina i otvoriti kanal za višesmjernu komunikaciju.

### 4.1. KOMUNIKACIJSKI ALATI

Komunikacijska strategija predlaže korištenje sljedećih komunikacijskih alata za komunikaciju s odabranim ciljnim skupinama:

- Visibility – Vizualni identitet Plana razvoja;
- Službena internet stranica – Grad Pula-Pola je nositelj izrade Plana razvoja te je, shodno tome, potrebno osmisliti i pokrenuti poseban segment na službenoj Internet stranici Grada Pula-Pola koji će sadržavati sve informacije potrebne za razumijevanje poduzetih, postojećih i planiranih aktivnosti;
- Otvaranje profila na društvenim mrežama – Osigurava širi doseg ciljanih skupina;
- Službeno komuniciranje putem elektroničke pošte;
- Komunikacija putem masovnih medija – Pod predmetnim se podrazumijeva predstavljanje Plana razvoja na televiziji i radio postajama, priopćenja i izjave za medije u vizualnom i tiskanom formatu, konferencije za tisak i drugo. Komuniciranje putem ovog komunikacijskog alata omogućava kontinuirano, intenzivno i dinamično informiranje u tijeku provedbe uz ostvarenje najvećeg dosega;
- Publikacije Plana razvoja, izrada brošura, letaka i drugih informativnih i edukativnih materijala u tiskanom i digitalnom obliku;
- Tematska događanja – Radni sastanci, okrugli stolovi, stručne konferencije, radionice, edukacije, savjetovanja, predavanja i druga radna događanja na kojima sudionici neposredno razmjenjuju mišljenja i stavove;
- Interna komunikacija – Komunikacija na razini pripadnika javnog sektora (tijela javne vlasti) za potrebe koordiniranja rada.

## 4.2. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI I MJERE

Kako bi se ranije utvrđeni posebni ciljevi mogli ostvariti, potrebno je precizno definirati komunikacijske mjere i aktivnosti. Komunikacijske mjere će se navesti za svaki posebni cilj, dok će se komunikacijske aktivnosti detaljnije predstaviti u poglavlju 5.

### Posebni cilj 1:

Unaprijediti transparentnost postupka izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja Plana razvoja Grada Pula-Pola za razdoblje od 2020. do 2030.

- Mjera 1.1. Informiranje javnosti o ostvarenom napretku u svim fazama provedbe.
- Mjera 1.2. Jačanje kapaciteta lokalne samouprave zadužene za informiranje i komuniciranje.

### Posebni cilj 2:

Uspostaviti učinkovitu komunikaciju i suradnju svih dionika na izradi i provedbi Plana razvoja te podići svijest o značaju i potencijalu zajedničkog strateškog planiranja razvoja Grada Pula-Pola.

- Mjera 2.1. Uspostava otvorenog dijaloga zainteresirane i šire javnosti usmjerenog na strateško promišljanje i aktivizam građana.
- Mjera 2.2. Aktivno uključivanje šire javnosti u postupak pripreme, izrade, provedbe i vrednovanja Plana razvoja.

### Posebni cilj 3:

Informirati javnost o dostupnim izvorima financiranja projekata s područja Grada Pula-Pola, osobito onima namijenjenim urbanom razvoju.

- Mjera 3.1. Pravovremena objava informacija o postojećim i nadolazećim natječajima te postignutim rezultatima.

## 5. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

Tab. 1 Komunikacijski akcijski plan

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljna skupina	Vremenski okvir
<b>Mjera 1.1. Informiranje javnosti o ostvarenom napretku u svim fazama provedbe.</b>				
Informiranje javnosti o procesu izrade i donošenja, praćenja, provedbe i vrednovanja Plana razvoja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Službena internet stranica</li> <li>○ Društvene mreže</li> <li>○ Mediji</li> <li>○ Tematska događanja</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (Potencijalni) korisnici</li> <li>○ Civilni sektor</li> <li>○ Znanstveni i istraživački sektor</li> <li>○ Građani</li> <li>○ Mediji</li> </ul>	Kontinuirano
Objava Plana razvoja u tiskanom i elektroničkom obliku te promocija na tematskim događanjima i u sredstvima javnog priopćavanja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Publikacije</li> <li>○ Tematska događanja</li> <li>○ Mediji</li> <li>○ Službena internet stranica</li> <li>○ Društvene mreže</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sve ciljne skupine</li> </ul>	Neposredno nakon usvajanja Plana razvoja i kontinuirano
Pokretanje podstranice na službenoj Internet stranici Grada Pula-Pola posvećene Planu razvoja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Službena Internet stranica</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sve ciljne skupine</li> </ul>	Prije usvajanja Plana razvoja
Izrada vizualnog identiteta	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Visibility</i></li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Civilni sektor</li> <li>○ Znanstveni i istraživački sektor</li> </ul>	Prije usvajanja Plana razvoja

			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (Potencijalni) korisnici</li> <li>○ Građani</li> </ul>	
Izrada i objava izvješća o provedbi Plana razvoja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Službena Internet stranica</li> <li>○ Radni sastanci</li> <li>○ Okrugli stol</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sve ciljne skupine</li> </ul>	Kontinuirano
<b>Mjera 1.2. Jačanje kapaciteta lokalne samouprave zadužene za informiranje i komuniciranje.</b>				
Osigurati kapacitete zadužene za sustav komuniciranja s eksternim dionicima	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Interna komunikacija</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Javni sektor</li> </ul>	Kontinuirano
Organiziranje koordiniranog sustava komunikacije	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Interna komunikacija</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Javni sektor</li> </ul>	Kontinuirano
<b>Mjera 2.1. Uspostava otvorenog dijaloga zainteresirane i šire javnosti usmjerenog na strateško promišljanje i aktivizam građana.</b>				
Interne i eksterne konzultacije	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Konzultacije</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Javni sektor</li> <li>○ Civilni sektor</li> <li>○ Znanstveni i istraživački sektor</li> </ul>	Kontinuirano
Radni i koordinacijski sastanci	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Radni sastanci</li> <li>○ Koordinacije</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Javni sektor</li> <li>○ Civilni sektor</li> <li>○ Znanstveni i istraživački sektor</li> </ul>	Kontinuirano
Organiziranje stručnih konferencija i panela	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Konferencije</li> <li>○ Panel rasprave</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Javni sektor</li> <li>○ Civilni sektor</li> <li>○ Znanstveni i istraživački sektor</li> </ul>	Kontinuirano

Organiziranje predavanja i edukacija	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Predavanja</li> <li>○ Edukacije</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Javni sektor</li> <li>○ Civilni sektor</li> <li>○ Znanstveni i istraživački sektor</li> <li>○ Građani</li> </ul>	Kontinuirano
<b>Mjera 2.2. Aktivno uključivanje šire javnosti u postupak pripreme, izrade, provedbe i vrednovanja Plana razvoja.</b>				
Organizirati javno e-savjetovanje u trajanju od 30 dana	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Javno savjetovanje</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sve ciljne skupine</li> </ul>	Neposredno nakon izrade nacrtu Plana razvoja
Omogućiti dionicima i građanima davanje prijedloga, primjedbi i osvrta za vrijeme provedbe	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Službena Internet stranica</li> <li>○ Tematska događanja</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sve ciljne skupine</li> </ul>	Kontinuirano
<b>Mjera 3.1. Pravovremena objava informacija o postojećim i nadolazećim natječajima te postignutim rezultatima.</b>				
Objava informacija o postojećim i nadolazećim EU natječajima	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Službena Internet stranica</li> <li>○ Portali</li> <li>○ Društvene mreže</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sve ciljne skupine</li> </ul>	Kontinuirano
Izrada i objava informativnog materijala s planom natječaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Brošure</li> <li>○ Letci</li> </ul>	Grad Pula-Pola	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sve ciljne skupine</li> </ul>	Prema potrebi (kod objave poziva i sl.)

Praćenje i evaluacija provedenih mjera i ostvarenih ciljeva provodit će se u skladu s identificiranim i unaprijed utvrđenim pokazateljima provedbe.

Tab. 2 Pokazatelji provedbe aktivnosti u okviru Komunikacijske strategije

AKTIVNOST	POKAZATELJI
<b>Mjera 1.1. Informiranje javnosti o ostvarenom napretku u svim fazama provedbe.</b>	
Informiranje javnosti o procesu izrade i donošenja, praćenja, provedbe i vrednovanja Plana razvoja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pokretanje segmenta na Internet stranici posvećenog Planu razvoja</li> <li>○ Objava dokumenata vezanih uz Plan razvoja</li> <li>○ Broj posjeta stranici</li> <li>○ Broj objavljenih dokumenata u odnosu na broj stvarno usvojenih/donesenih</li> </ul>
Objava Plana razvoja u tiskanom i elektroničkom obliku te promocija na tematskim događanjima i u sredstvima javnog priopćavanja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Izrađen i objavljen Plan razvoja u tiskanom i elektroničkom obliku</li> <li>○ Najave, priopćenja</li> <li>○ Posjećenost događaja</li> <li>○ Učestalost i broj objava</li> </ul>
Pokretanje podstranice na službenoj Internet stranici Grada Pula-Pola posvećene Planu razvoja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Osmišljena i pokrenuta podstranica na službenoj Internet stranici Grada Pula-Pola</li> </ul>
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>
Izrada i objava izvješća o provedbi Plana razvoja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Izrađena i objavljena izvješća na godišnjoj razini</li> </ul>
<b>Mjera 1.2. Jačanje kapaciteta lokalne samouprave zadužene za informiranje i komuniciranje.</b>	
Reorganizacija postojeće strukture	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Uspostava posebnog odjela zaduženog za aktivnosti informiranja i komuniciranja</li> <li>○ Natječaji za nova radna mjesta</li> </ul>
<b>Mjera 2.1. Uspostava otvorenog dijaloga zainteresirane i šire javnosti usmjerenog na strateško promišljanje i aktivizam građana.</b>	
Interne i eksterne konzultacije	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Broj održanih konzultacija</li> </ul>
Radni i koordinacijski sastanci	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Broj održanih sastanaka</li> </ul>

Organiziranje stručnih konferencija i panela	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Broj održanih konferencija i panela</li> </ul>
Organiziranje predavanja i edukacija	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Broj organiziranih predavanja i edukacija</li> <li>○ Broj sudionika</li> </ul>
<b>Mjera 2.2. Aktivno uključivanje šire javnosti u postupak pripreme, izrade, provedbe i vrednovanja Plana razvoja.</b>	
Organizirati javno e-savjetovanje u trajanju od 30 dana	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Broj prijedloga stavljenih na nacrt</li> <li>○ Broj odgovora na prijedloge</li> </ul>
Omogućiti dionicima i građanima davanje prijedloga, primjedbi i osvrta za vrijeme provedbe	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Broj uloženi i odgovoreni prijedloga, primjedbi i osvrta</li> </ul>
<b>Mjera 3.1. Pravovremena objava informacija o postojećim i nadolazećim natječajima te postignutim rezultatima.</b>	
Objava informacija o postojećim i nadolazećim EU natječajima	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Broj objava na Internet stranici</li> <li>○ Broj objava na društvenim mrežama</li> <li>○ Broj najava i objava na televiziji, radiju i u tisku</li> </ul>
Izrada i objava informativnog materijala s planom natječaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Broj izdanih brošura, letaka i ostalog informativnog materijala</li> </ul>