



**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I  
KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN  
STRATEGIJE RAZVOJA URBANOG PODRUČJA ČAKOVEC  
2021. - 2027.**

**Grad Čakovec  
Općina Nedelišće  
Općina Pribislavec  
Općina Strahoninec  
Općina Šenkovec**

## Sadržaj

1. Kontekst i uvod	3
2. Analiza stanja	3
3. Komunikacijski ciljevi	5
4. Ciljana publika	6
5. Medijska strategija	8
6. Ključne poruke	9
7. Očekivani rezultati	10
8. Međuovisnosti	11
9. Rizici i problemi	11
10. Ocjenjivanje	13
11. Komunikacijski akcijski plan	14

## 1. UVOD

Strategija razvoja urbanoga područja Čakovec je akt strateškog planiranja u okviru politike regionalnog razvoja kojim se definiraju ciljevi razvoja urbanoga područja u razdoblju 2021. - 2027. godine. Grad Čakovec od 2021. godine želi koristiti mogućnosti ITU mehanizma financiranja kao središnje naselje Urbanoga područja Čakovec, u partnerstvu s općinama Nedelišće, Pribislavec, Strahoninec i Šenkovec, a sve aktivnosti su u skladu s višegodišnjim financijskim okvirom kohezijske politike Europske unije.

Formiranjem urbanog područja prepoznaje se važnost načela participativnosti tj. povezivanja sa susjednim jedinicama lokalne samouprave s ciljem stvaranja sinergije i provođenju održivog razvoja temeljenog na integriranom pristupu u zadovoljavanju zajedničkih potreba.

Smjernice za uspostavu urbanih područja i izradu strategija razvoja urbanih područja (SRUP) za financijsko razdoblje 2021. - 2027., verzija 2.0, donijelo je Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova EU s ciljem izrade strateškog plana razvoja zajedničkog područja, a sastavni dio SRUP-a je komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan.

Svrha ovog dokumenta je da svim ključnim informacijama otvori put do građana - krajnjih korisnika te uvažavajući sve elemente komunikacije s ključnim dionicima radi odgovarajućeg informiranja, komunikacije i vidljivosti postupka planiranja javnih politika. Kroz dokument komunikacijske strategije definiraju se ciljevi i ciljne skupine, komunikacijske mjere, aktivnosti i alati komunikacije, kako interne tako i prema svim vanjskim zainteresiranim, odnosno ciljanim stranama, zatim praćenje i vrednovanje učinaka komuniciranja, izvori financiranja (proračun) te kontaktne točke informiranja i komuniciranja.

Jedan od faktora koji utječe na komunikaciju je trenutna pandemija Covid-19 koja zahtijeva u slučajevima izolacije i ograničenog osobnog kontakta spremnost na alate kriznog komuniciranja.

## 2. ANALIZA STANJA

Uredbom o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (NN 89/18), propisano je donošenje "komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana u roku od 90 dana od dana stupanja na snagu odluke predstavničkog tijela jedinice lokalne samouprave o izradi strateškog dokumenta, u ovom slučaju Odluke o pokretanju postupka izrade Strategije razvoja manjeg urbanog područja Čakovec za razdoblje od 2021. do 2027. godine (Službeni glasnik Grada Čakovca 6/21). Obzirom da je proces izrade strateškog dokumenta sveobuhvatan, dugotrajan i participativan, u definiranom roku nije izrađena cjelokupna analiza stanja povezana s aktom strateškog planiranja odnosno SWOT analiza urbanog područja, ali se ona ne smatra ključnom za izradu ovog strateškog dokumenta. Sadašnji način

komuniciranja pokazuje različitost u svakoj JLS u Urbanom području Čakovec i pruža dobru polazišnu osnovu za unaprijeđenije komunikacije prema svim ciljnim skupinama.

Središte urbanog područja, Grad Čakovec u okviru svojih ovlaštenja i zakonskih obveza da svoj rad učini transparentnim, redovno informira o svojim aktivnostima i mjerama koje poduzima za unaprjeđenje cjelokupnog života u zajednici koristeći razne kanale komuniciranja. S modernom mrežnom stranicom i korištenjem različitih alata komunikacije pristupačnim stanovnicima, Čakovec je željan kvalitetnu i primjerenu komunikaciju s građanima poboljšati (sudjelovanje u emisijama na lokalnim medijskim postajama, objave na različitim web portalima, društvenim mrežama i tiskanim medijima, korištenje specijaliziranih aplikacija za komunalne usluge idr.). Ostale općine iz obuhvata Urbanog područja u okviru svojih dužnosti, mogućnosti i zakonskih obveza, komuniciraju s javnošću te objavljuju informacije zanimljive stanovništvu na njihovome području. Većina je aktivna i na društvenim mrežama te ih koriste kao alat komunikacije s građanima; neke imaju vlastite kanale a neke za dijeljenje informacija koriste kanale ustanovljene od građana.

Identificirani su i rizici u komunikaciji, kao npr. pretjerano informiranja manje važnim i manje interesantnim informacijama mogu uzrokovati zasićenja stanovnika novim informacijama. Realna je i mogućnost da stanovnici dio objavljenih informacija tumače kao dio stranačke ili osobne promocije te zanemare poruke. Važno je i odgovarati na upite odnosno omogućiti komunikaciju u oba smjera kako bi se dalo do znanja da se svaki konstruktivan komentar i upit smatra relevantnim i da se smanji šum u komunikacijskom kanalu.

Urbanom području predstoji iskoristiti prilike koje se nude u novim komunikacijskim alatima koje je donijelo krizno komuniciranje uvjetovano pandemijom Covid-a 19 te širenje kanala za dvosmjernu komunikaciju s ciljem dobivanja odgovora od građana i prilagođavanja SRUP-a stvarnim potrebama i željama stanovnika. Djelatnici lokalnih samouprava i različitih tvrtki i institucija koji će sudjelovati u procesu izrade Strategije su od 2020. godine su poboljšali svoje vještine u korištenju alata poput Teams, Zoom, Skype i ostalih digitalnih alata koje je uvjetovalo ograničenje osobnog kontakta pa time i sastanaka i radionica uživo.

Grad Čakovec ima dva sklopljena ugovora o medijskom praćenju za tiskana izdanja regionalnih tjednika „List Međimurje“ i „Međimurske novine“, a u tijeku je i procedura analize ponuda ostalih medija.

Što se tiče praćenja aktivnosti Grada Čakovca, osim dva navedena tjednika, aktualnosti prati i Regionalni tjednik te povremeno i dnevna tiskana izdanja Večernjeg lista i Jutarnjeg lista. Aktivne su i radio postaje Hrvatski radio Čakovec i Radio 1 te digitalni mediji: eMeđimurje, Međimurje Press, Međimurski.hr te Mnovine.hr. Razina praćenja aktivnosti je različita: dok npr. Medjimurski.hr prezentira sve vijesti na jednoj stranici, eMeđimurje ima u rubrici vijesti posebnu stranicu samo za vijesti Grada Čakovca, Mnovine.hr nakon odabira podstranice gradovi i općine ima poseban odjeljak za Grad Čakovec a Medjimurjepress na naslovnici nudi podstranicu gradovi na kojoj se mogu pročitati vijesti s područja Čakovca.

### 3. KOMUNIKACIJSKI CILJEVI

Komunikacijski ciljevi trebaju biti konkretni, mjerljivi, ostvarivi, realni i vremenski određeni (SMART). U procesu izrade SRUP-a Čakovec definirana je vizija **uravnoteženo razvijenog prostora sa zajedničkim strateškim rješenjima i inovacijama**. Definicija vizije također podrazumijeva umreženost prostora i koncepata razvoja, održivost, povezanost sa specifičnostima prostora urbanoga područja općenito. Zajedničkim koordiniranim djelovanjem postižu se zajednički razvojni ciljevi i inovativnost, napredak i nadgradnja na svim područjima i razinama djelovanja.

Sa strateškim ciljevima razvoja urbanog područja Čakovec povezani su opći i specifični komunikacijski ciljevi precizirani u Komunikacijskoj strategiji. Obzirom na značaj SRUP-a Čakovec komunikacija je usmjerena prema uspostavljanju i građenju odnosa s drugim dionicima, od državne razine, osobito Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije kao nositelja politike regionalnog razvoja, preko lokalne razine do informiranja i uključivanja dionika koji su ključni u procesu izrade i provedbe SRUP-a Čakovec. S potonjima se odvija interna komunikacija kako bi izrada, donošenje, provedba, praćenje i vrednovanje SRUP-a bili na visokoj razini, dok se prema široj javnosti odvija vanjska komunikacija.

**Opći cilj Komunikacijske strategije** SRUP-a Čakovca je prenijeti ključne informacije o razlozima formiranja urbanoga područja, definirati ciljeve, a onda i rezultate provedbe strategije kroz višegodišnje razdoblje te aktivno uključiti stanovnike u predlaganje mjera i redovno ažuriranje strategije.

#### **Specifični ciljevi Komunikacijske strategije:**

1. Uspostava kvalitetnih, učinkovitih kanala komunikacije i suradnje sa svim dionicima na izradi i provedbi SRUP-a Čakovec
2. Podizanje svijesti o važnosti, razlozima i potencijalu zajedničkog strateškog planiranja na razini urbanoga područja te isticanje uloge i odgovornosti svih dionika
3. Transparentnost postupka izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja SRUP-a i izvještavanja javnosti o postignutim rezultatima
4. Informiranje o zajedničkim projektima, programima i inicijativama urbanoga područja te o izvorima financiranja aktivnosti
5. Ostvarivanje dvosmjerne komunikacije s ključnim dionicima u praćenju provedbe SRUP-a
6. Usmjerena promocija učinaka izrade i provedbe SRUP-a

#### **4. CILJANA PUBLIKA**

Kontinuirana i transparentna komunikacija s ciljanom publikom osnova je participativnog pristupa koji obilježava izradu Strategije razvoja urbanoga područja Čakovec za razdoblje 2021. - 2027. Takva će komunikacija biti osigurana kroz participativnost svih dionika od samog početka utvrđivanja obuhvata, izrade i provedbe SRUP-a Čakovec kao preduvjeta učinkovite izrade i provedbe SRUP-a i provedbenih akata, odnosno Komunikacijske strategije i Komunikacijskog akcijskog plana. U skladu s općim i specifičnim ciljevima, komunikacijske aktivnosti usmjerene su prema sljedećim ciljnim skupinama:

- Koordinacijskom vijeću
- Partnerskom vijeću
- Ministarstvu regionalnog razvoja i fondova Europske unije
- medijima
- dionicima jedinica lokalne i regionalne samouprave, regionalnom koordinatoru
- upravnim tijelima Grada Čakovca, javnim poduzećima i institucijama na lokalnoj razini, gospodarskim subjektima, znanstvenim zajednicama, socijalnim partnerima, organizacijama civilnog društva i drugima
- donositeljima odluka, Udruzi gradova Republike Hrvatske, Hrvatskoj zajednici općina,
- partnerskim vijećima općina Nedelišće, Pribislavec, Strahoninec i Šenkovec,
- široj javnosti.

Lista ciljane publike je indikativna i predstavlja temeljni okvir za planiranje specifičnih aktivnosti prema pojedinim skupinama te se može proširivati prema potrebi. Komunikacijski pristup prilagođava se svakoj ciljnoj skupini kako bi se na najučinkovitiji način prenijela željena poruka. Komunikacija s ciljanim skupinama odvija se u okviru općih načela komunikacije:

- učinkovita i transparentna komunikacija,
- provjerljivost izvora,
- točnost i pravovremenost informacija,
- jasno, nedvosmisleno komuniciranje o procedurama i
- neutralnost, neovisnost i apolitičnost te otvorena suradnja i dijalog, uzajamno uvažavanje

#### ***Interne ciljne skupine***

##### ***Koordinacijsko vijeće***

Koordinacijsko vijeće je tijelo zaduženo za koordinaciju izrade, izmjene i/ili dopune, donošenja, provedbe i praćenja provedbe Strategije razvoja urbanoga područja Čakovec.

Koordinacijsko vijeće daje mišljenje o svim ključnim koracima u postupku izrade i provedbe SRUP-a prije upućivanja dokumenata na predstavnička tijela JLS-ova.

Koordinacijsko vijeće čine gradonačelnica Grada Čakovca i načelnici općina Nedelišće, Pribislavec, Strahoninec i Šenkovec, odnosno njihovi zamjenici.

#### *Partnersko vijeće*

Partnersko vijeće sudjeluje u donošenju SRUP-a, utvrđuje prioritete razvoja urbanoga područja, predlaže strateške projekte važne za područje te prati cjelokupnu provedbu. Partnersko vijeće djeluje sukladno načelu partnerstva i suradnje, vodeći računa o zastupljenosti različitih aktera razvoja iz urbanog područja i zastupljenosti interesa većine stanovništva s područja obuhvata.

Partnersko vijeće čine:

- predstavnici svih JLS-ova u sastavu urbanog područja Čakovec
- predstavnici Međimurske županije, Javne ustanove Regionalna razvojna agencija REDEA i regionalnog koordinatora
- predstavnici javnih tijela (sektora) značajnih za razvoj urbanoga područja Čakovec
- predstavnici visokoškolskih ustanova, pružatelja obrazovnih usluga i usluga osposobljavanja
- predstavnici gospodarskih i socijalnih partnera
- predstavnici organizacija civilnog društva.

#### *Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije*

MRRFEU kao nositelj politika i mjera regionalnog razvoja i razvoj funkcionalnih urbanih područja u okviru mehanizma Integriranih teritorijalnih ulaganja (ITU).

#### ***Eksterne ciljne skupine***

##### *Mediji*

Svi relevantni nacionalni, regionalni i lokalni mediji koji su usmjereni na izvještavanje o temama vezanim uz stanje, razvoj i aktualnosti na području urbanoga područja Čakovec. Mediji su značajna ciljna skupina jer osim uloge dionika imaju i ključnu ulogu relevantnog komunikacijskog kanala, odnosno posrednika u plasmanu svih ključnih informacija prema drugim ciljanim skupinama, osobito široj javnosti.

##### *Šira javnost*

Skupina obuhvaća cjelokupno građanstvo, a u komunikaciji će se voditi računa da se ona segmentira na podskupine, primarno na građanstvo s područja obuhvata, odnosno stanovnike pet jedinica lokalne samouprave (grada i četiri općine). Od navedene podskupine se očekuje participacija u fazi javnog savjetovanja SRUP-a, stoga ju je prethodno potrebno

dodatno informirati i potaknuti na sudjelovanje. Komunikacijske mjere i alati, odnosno komunikacijski pristup u cjelini, prilagođava se svakoj ciljnoj skupini, kako bi osiguralo učinkovito i pravovremeno prenošenje poruke. S obzirom da SRUP uključuje široki spektar dionika, od nacionalne i regionalne razine, do dionika s lokalnog područja, osiguravanje jasnih i otvorenih komunikacijskih kanala od ključne je važnosti. Također, odgovarajući komunikacijski pristup potaknut će uključivanje ključnih dionika i osigurati mehanizam za traženje povratnih informacija i djelovanje temeljem tih informacija.

## 5. MEDIJSKA STRATEGIJA

Urbano područje Čakovec će u komunikaciji sa ciljnim skupinama koristiti digitalne medije, tradicionalne medije te neposrednu komunikaciju, a za sve navedene medije biti će potrebno dizajnirati vizualni identitet Urbanoga područja Čakovec. Izradom vizualnog identiteta unaprijedit će se prepoznatljivost urbanog područja, osnažiti osjećaj povezanosti stanovnika UP Čakovec te doprinijeti prepoznatljivosti Strategije i aktivnosti u Urbanom području.

Digitalne medije dijelimo prema sinkronim i asinkronim kanalima komunikacije. Sinkrona komunikacija je važna jer omogućava trenutnu povratnu informaciju sudionika komunikacije jer se istovremeno odvija sa svim sudionicima u obliku videokonferencije putem aplikacija poput Skype, Zoom, Teams ili istovjetnog navedenom i mora biti unaprijed dogovorena kako bi svi dobili priliku sudjelovati.

Asinkroni oblici komunikacije izvode se u različitom vremenu, a osnova je dostavljanje poruke u nekoj aplikaciji koja podržava takvu komunikaciju. Glavna je prednost da se komunikacija odvija kada sudioniku to odgovara, a najčešći oblik asinkronih komunikacija ostvarivat će se preko servisa elektroničke pošte.

Najznačajniji komunikacijski kanali u razvoju SRUP Čakovec biti će:

**Službena adresa elektroničke pošte** - otvaranje službene adrese elektroničke pošte Urbanog područja Čakovec, koja će se koristiti za redovitu i službenu komunikaciju dionika, 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. Sastavit će se adresar ključnih aktera kojima će se redovito prosljeđivati najvažnije informacije.

**Službena web stranica** - je u funkciji od siječnja 2022. godine i na njoj se odvija komunikacija informacija vezanih uz izradu i provedbu Strategije razvoja urbanog područja Čakovec za razdoblje 2021.- 2027. Smještena je kao podstranica službenih mrežnih stranica Grada Čakovca na adresi <https://www.cakovec.hr/web/itu-cakovec/>. Službena web stranica polazna je točka za sve relevantne informacije, kako u procesu izrade, tako i u provedbi SRUP-a, za sve ključne dionike i zainteresiranu javnost.



**Društvene mreže** - komunikacija putem društvenih mreža izravno s javnosti i prenošenje objava s drugih digitalnih komunikacijskih sredstava putem računala na društvenim mrežama s ciljem povećavanja komunikacijskih učinaka.

**Ostali digitalni kanali** - korištenje ostalih digitalnih kanala odnosi se na provođenje medijskih kampanja, oglašavanje u medijima i slično.

**Tradicionalni komunikacijski kanali** - riječ je o kanalima koji su usko vezani uz tradicionalne medijske forme (novinski članci u tisku, na portalima, radio i TV emisije) u svrhu prenošenja ključnih poruka prema ciljnim skupinama koje o istima nisu informirane gore navedenim kanalima. Ova vrsta oglašavanja i komunikacije bit će posebno planirana i usmjerena u one aktivnosti koje zahtijevaju takvu vrstu kanala.

**Javno savjetovanje sa zainteresiranom javnošću** - komunikacijski je alat usmjeren prema široj javnosti s ciljem prikupljanja informacija o njihovim stavovima i prijedlozima. Omogućava prikupljanje širokog spektra informacija i podataka i osigurava visoku razinu razumijevanja akta strateškog planiranja. Radionice, radni sastanci, savjetovanja i terenski obilasci - riječ je o komunikacijskim alatima, odnosno metodama, prije svega vezanim uz komunikaciju i razmjenu informacija internih dionika, ključnih za izradu i provedbu SRUP-a.

**Događanja** - odnosi se na javno predstavljanje Strategije, održavanje informativnih događaja i drugih oblika direktne komunikacije sa zainteresiranom javnošću kao što su konferencije za medije, okrugli stolovi i radionice sa relevantnim ciljnim skupinama.

**Promidžbeni materijali** - kako bi se osigurala vidljivost i upoznatost svih ključnih dionika s elementima strategije razvoja urbanog područja izradit će se promidžbeni materijali i osigurati njihova dostupnost u ključnim institucijama uključenima u projekt.

## 6. KLJUČNE PORUKE

Ključne poruke prilagođavaju se vrstama medija, komunikacijskim aktivnostima i ciljnim skupinama. Članovi radnih i savjetodavnih timova komunicirat će ključne poruke kako bi ciljne skupine na vrijeme dobile jasne, potpune i razumljive informacije.

- Participativnost u procesu izrade i provedbe SRUP-a ključno je za jačanje uloge Grada Čakovca i pripadajućeg funkcionalnog urbanog područja kao pokretača gospodarskog razvoja jer omogućuje svim dionicima mogućnost sudjelovanja u izradi Strategije.
- Zajedništvo sugerira da se izradom Strategije razvoja urbanog područja Čakovec ostvaruju zajedničke dobrobiti za cjelokupno stanovništvo, definiraju zajednički smjerovi razvoja cijelog urbanog područja i olakšava provedba zajedničkih projekata
- Sveobuhvatnost Strategije razvoja urbanog područja označava da dokument obuhvaća sve sfere života kojima se, prema statutu bavi jedinica lokalne samouprave, od bavljenja društvenim djelatnostima, gospodarskim aspektima razvoja pa do razvoja u urbano-komunalnom području.

## 7. OČEKIVANI REZULTATI

Kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri su definirane komunikacijske aktivnosti provedene, a postavljeni komunikacijski ciljevi realizirani, Grad Čakovec je odgovoran za praćenje i vrednovanje provedbe Komunikacijske strategije na godišnjoj razini u skladu s identificiranim pokazateljima uspješnosti te će se u skladu s dobivenim rezultatima vrednovanja, prema potrebi, korigirati prateći Komunikacijski akcijski plan. Očekuje se veći broj aktivnosti (objava, sastanaka) u godini izrade Strategije, dok će u kasnijim godinama aktivnosti biti u manjem obimu.

KOMUNIKACIJSKA AKTIVNOST	INDIKATOR	REZULTAT
Elektronska pošta	Otvorena službena elektronska adresa UP Čakovec	1
	Broj primljenih upita	15
	Broj odgovorenenih upita	15
Službena web stranica	Broj objava (godišnje)	15
	Broj posjeta	1000
Društvene mreže	Broj objava	15
Sastanci radnih timova	Broj održanih sastanaka (godišnja razina)	6 (2022) / 2 (2023-2027)
	Broj održanih radionica (godišnja razina)	4 (2022) / 2 (2023-2027)
	Broj sudionika na radionicama	20
Događanja	Broj održanih javnih događanja (godišnja razina)	2
Objave u medijima	Broj objava u medijima (godišnja razina)	10
Javno savjetovanje	Objavljeno javno savjetovanje SRUP Čakovec	1

## **8. MEĐUOVISNOSTI**

Aktivnosti promocije i vidljivosti {eng. visibility} projekata sufinanciranih iz europskih strukturnih i investicijskih fondova osiguravaju da projekti koje sufinancira Europska unija uključuju mjere informiranja i komunikacije u cilju podizanja svijesti građana Unije o ulozi i ostvarenjima kohezijske politike i fondova, kao i o rezultatima i učincima ove 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 obilježje Komunikacijske strategije uočava se u aktivnostima promocije i vidljivosti, koje će kao obavezne aktivnosti biti provedene za svaki pojedini projekt financiran u okviru mehanizma integriranih teritorijalnih ulaganja (ITU) u Urbanom području Čakovec.

Mjere promocije i vidljivosti su obvezne uz svaki projekt i predstavljaju sinergijski povezane aktivnosti kojima se ostvaruju Strategijom definirani ciljevi.

U tu svrhu, prilikom komuniciranja važnih poruka koristit će se više komunikacijskih sredstava za prenošenje poruka ključnim dionicima, a te objave će prenijeti i partnerske općine Urbanog područja Čakovec čime će se osigurati maksimalan doseg poruke. Strategija će kao integralni strateški dokument Urbanog područja biti usklađena s ostalim strateškim dokumentima na županijskoj i lokalnoj razini te pratećim komunikacijskim strategijama s ciljem postizanja što šireg učinka i kvalitetnijeg ostvarenja ciljeva.

## **9. RIZICI I PROBLEMI**

Proces izrade i provedbe SRUP-a podrazumijeva i postojanje određenih rizika koje je moguće predvidjeti i tako spriječiti njihovu pojavu. Rizike nije moguće sa sigurnošću izbjeći, ali pravovremena identifikacija ključnih rizika, uzroka njihovog nastajanja i posljedica istih te mjera za smanjenje mogućnosti pojave rizika, omogućava njihovo svođenje na minimalnu razinu. U tu svrhu, u nastavku je prikazana matrica identificiranih rizika zajedno s mjerama kojima ih je moguće neutralizirati ili ublažiti.

Rizik	Uzrok	Vjerojatnost	Negativni učinak	Mjere ublažavanja / prevencija
Smanjenje interesa ciljnih skupina	Nepoznati financijski okviri udruživanja	Srednja	Smanjenje aktivnosti u postupku evaluacije provedbe SRUP	Transparentnost i ažurnost u informiranju ciljnih skupina o svim aspektima
Nedovoljna transparentnost	Nepravovremene i neažurne informacije o aktivnostima	Niska	Smanjenje povjerenja javnosti i narušavanje povjerenja u provoditelje SRUP	Ažurno i transparentno objavljivanje / dijeljenje svih informacija sa partnerima i javnošću
Povećanje troškova provedbe komunikacijskih aktivnosti	Elementi SRUP nemaju precizno utvrđene troškove	Srednja	Pojava neplaniranih troškova	Redovite analize i provjere provedbe Komunikacijske strategije i ažuriranje komunikacijskog akcijskog plana
Promjena područja aktivnosti u SRUP	Nepoznati konačni podaci o područjima financiranja	Niska	Promjene u prioritetima uzrokuju i promjene u komuniciranju	Dosljedna participativnost u procesu analize prioriteta i usklađivanje sa informacijama MRRFEU

## 10. OCJENJIVANJE

Mjera redovitog praćenje provedbe SRUP-a iziskuje i redovitu provedbu evaluacije uspješnosti Komunikacijske strategije i Komunikacijskog akcijskog plana. Grad Čakovec je odgovoran za praćenje i vrednovanje provedbe Komunikacijske strategije na godišnjoj razini u skladu s identificiranim pokazateljima uspješnosti u priloženoj tablici te će se u skladu s dobivenim rezultatima vrednovanja, prema potrebi, korigirati Komunikacijski akcijski plan.

Komunikacijska aktivnost	Pokazatelj
Informiranje putem programa elektronske pošte	Otvorena službena adresa e-pošte
	Broj pristiglih upita
	Broj poslanih odgovora
Informiranje pomoću službenih web stranica	Broj objava
	Broj posjeta
Informiranje putem društvene mreže Facebook	Broj objava
Sastanci radnih timova	Broj održanih sastanaka
	Broj održanih radionica
	Broj sudionika na radionicama
Događanja	Broj održanih događanja
Objave u medijima	Broj objava u medijima
Javno savjetovanje	Održano javno savjetovanje

## 11. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

U nastavku se nalazi sveobuhvatni Komunikacijski akcijski plan s prikazanim komunikacijskim ciljevima te pripadajućim mjerama i alatima. Kako bi se osigurao što kvalitetniji mehanizam provedbe, u akcijskom planu navedeni su i vremenski rokovi implementacije mjera te resursi i odgovornosti za njihovo provođenje. Za što kvalitetnije praćenje provedbe unutar svakog specifičnog cilja Komunikacijske strategije predloženi su pokazatelji za praćenje ostvarenja ciljeva sukladno kojima će se o provedbi Komunikacijske strategije izvještavati relevantne dionike u propisanim periodima.

Komunikacijski cilj	Ciljna skupina	Komunikacijske mjere / alati	Vremenski planovi	Resursi	Odgovornosti	Očekivani rezultati (godišnje)
Poticati svijest o važnosti Urbanog područja Čakovec	Javnost Mediji	Izrada vizualnog identiteta, javno savjetovanje, informiranje na službenoj web stranici, Informiranje na FB stranici Objave u medijima	2022. 2022. Kontinuirano  Kontinuirano Kontinuirano	Proračun Grada Čakovca	Grad Čakovec	Dizajn vizualnog identiteta Održano javno savjetovanje, 15 objava na web stranici, 15 objava na FB stranici, 10 objava u medijima
Uspostaviti kvalitetne komunikacijske kanale	Javnost Mediji	Informiranje putem: službene web stranice, putem web stranica partnerskih općina, službene FB stranice Grada Čakovca te objave u medijima	Kontinuirano	Proračun Grada Čakovca, proračuni partnerskih općina	Grad Čakovec	15 objava na web stranici, 15 objava na FB stranici, 10 objava u medijima
Redovne komunikacije najvažnijih dionika	Dionici	Komunikacija elektronskom poštom,	Kontinuirano	Proračun	Grad Čakovec	Informirani dionici o tijeku provedbe SRUP-a

izrade SRUP UP Čakovec		telefonskim pozivima, sastanci prema potrebi				
---------------------------	--	---	--	--	--	--