

**STRATEGIJA RAZVOJA  
VEĆEG URBANOG  
PODRUČJA**

# KARLOVAC

**ZA RAZDOBLJE  
2021.-2027.**

**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I  
KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN**



# IMPRESSUM

**STRATEGIJA RAZVOJA VEĆEG URBANOG PODRUČJA KARLOVAC  
ZA RAZDOBLJE 2021.-2027.**

**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN**

## **Naručitelj**

**Grad Karlovac**

Banjavčičeva 9, 47 000 Karlovac

## **Izrađivač**

**Urbanex**

Boktuljin put 26, 21 000 Split

Vlaška 95, 10 000 Zagreb

**2022.**

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	4
2. PREGLED STANJA .....	5
3. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE.....	6
4. CILJNE SKUPINE .....	7
5. MEDIJSKA STRATEGIJA .....	8
5.1. Komunikacijski alati .....	8
5.2. Komunikacijske mjere i aktivnosti .....	9
6. PRAĆENJE PROVEDBE I EVALUACIJA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE .....	10
7. POTENCIJALNI KOMUNIKACIJSKI PROBLEMI I RIZICI.....	11
8. PRORAČUN .....	12
9. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN .....	13

# 1. UVOD

Zakon o regionalnom razvoju (NN 147/14, 123/17, 118/18) uređuje ustrojavanje urbanih područja kao mjeru održivog regionalnog razvoja kojom se pridonosi društveno-gospodarskom razvoju putem jačanja konkurentnosti hrvatskih regija i ostvarenja vlastitih razvojnih potencijala. S tim u vezi, Zakon propisuje obvezu izrade strategije razvoja urbanog područja koja predstavlja temeljni, planski, multi-sektorski, strateški dokument za upravljanje razvojem urbanog područja. Upravljanje se vodi unaprijed definiranim prioritetima, ciljevima i smjerom razvoja sukladno Smjernicama za uspostavu urbanih područja i izradu strategije razvoja urbanog područja za financijsko razdoblje 2021. – 2027. U procesu izrade strategije osobita pozornost pridaje se načelu partnerstva i suradnje.

Teritorijalni obuhvat Većeg urbanog područja Karlovac (dalje u tekstu: VUP KA) izrađen je u skladu s Metodologijom za definiranje obuhvata urbanih područja u Republici Hrvatskoj, a baziran je na glavnim društveno-gospodarskim obilježjima urbanog područja, odnosno kriteriju prostornog kontinuiteta i kriteriju dnevnih migracija. U svom sastavu, Veće urbano područje Karlovac obuhvaća sljedeće jedinice lokalne samouprave: Grad Karlovac, Grad Duga Resa, Grad Ozalj, Grad Slunj, Općina Krnjak, Općina Cetingrad i Općina Rakovica. Grad sjedište urbanog područja je Karlovac. Kao takav, Grad Karlovac pristupio je izradi Strategije razvoja Većeg urbanog područja Karlovac (dalje u tekstu: SRVUP KA).

Obzirom da strateški razvoj urbanog područja podrazumijeva višesektorski pristup, uključivanje dionika iz svih relevantnih sektora kao i šire javnosti u proces izrade i provedbe strateških mjera pokazuje se nužnim kako bi krajnji rezultat bio odraz zajedničkih interesa i potreba. Za to je potrebno uspostaviti sveobuhvatan komunikacijski okvir koji će omogućiti transparentan i kontinuiran protok informacija u svim provedbenim fazama. Nastavno na to, Uredba o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (NN 89/18) propisuje obvezu izrade komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za akte strateškog planiranja, a u svrhu informiranja, komuniciranja i vidljivosti postupka planiranja javnih politika.

Ovom Komunikacijskom strategijom i Komunikacijskim akcijskim planom predstaviti će se opći i specifični ciljevi te načela komunikacijskog procesa, ciljne skupine, komunikacijski alati, mjere i aktivnosti.

## 2. PREGLED STANJA

U okviru ovog poglavlja izdvojit će se ključni SWOT faktori koji će ukazati na komunikacijske snage, slabosti, prilike i prijetnje/smetnje s kojima su se do sada susretale jedinice lokalne samouprave VUP Karlovac.

Tab. 1. SWOT analiza

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>- Iskustvo u provođenju različitih projekata i popratnih komunikacijskih aktivnosti</li><li>- Vještine menadžmenta</li><li>- Partnerstva na lokalnim, regionalnim i nacionalnim razinama</li><li>- Lista kontakata različitih medija kao rezultat dugogodišnje suradnje s medijima</li><li>- Kontinuitet u ažuriranju web stranica</li><li>- Komuniciranje sa širom javnosti putem društvenih mreža na razini svih JLS VUP Karlovac</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Nesistematiziranost i nejasnoća ciljnih skupina kojima se žele uputiti komunikacijske poruke</li><li>- Neusklađena komunikacija sa širom javnosti na razini JLS VUP Karlovac</li><li>- Nedovoljno poznavanje i upotreba komunikacijskih alata na raspolaganju</li><li>- Nesrazmjer uloženog truda i vidljivosti rezultata</li><li>- Nedostatni kapaciteti za kontinuirano i dinamično provođenje komunikacijskih aktivnosti</li></ul>
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"><li>- Stvaranje jasne slike u javnosti o razvojnim ciljevima i prioritetima povezanim sa SRVUP KA</li><li>- Predstavljanje SRVUP KA u medijima na lokalnoj i regionalnoj razini</li><li>- Nova partnerstva u sredstvima javnog priopćavanja i znanstveno-stručnoj zajednici</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Nezainteresiranost medija</li><li>- Iskrivljena/pogrešna slika javnosti o ulozi i značaju SRVUP KA na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini</li><li>- Preopterećenje javnosti različitim i nerelevantnim informacijama</li><li>- Nepredvidivost pandemijskih i globalnih kretanja – nemogućnost provedbe pojedinih komunikacijskih aktivnosti</li></ul>

## 3. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

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 Komunikacijske strategije sastoji se u osnaživanju javne svijesti o prilikama koje proizlaze iz nacionalne razvojne politike urbanog razvoja kao i Strategije razvoja Većeg urbanog područja Karlovac za razvoj Većeg urbanog područja Karlovac i pripadajući jedinica lokalne samouprave.

U skladu s komunikacijskim potrebama Strategije razvoja Većeg urbanog područja Karlovac, u nastavku se definiraju specifični ciljevi Komunikacijske strategije.

Specifični cilj 1:

**Unaprijediti informiranost javnosti o SRVUP KA i transparentnost razvojnog procesa u fazi izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja.**

Specifični cilj 2:

**Uspostaviti učinkovitu komunikaciju i suradnju svih dionika na izradi i provedbi SRVUP KA te podići svijest o značaju i potencijalu zajedničkog strateškog planiranja razvoja VUP KA te uložiti i odgovornosti pojedinih dionika.**

Specifični cilj 3:

**Informirati javnost o dostupnim izvorima financiranja projekata s područja VUP KA, osobito onima namijenjenim urbanom razvoju, te postignutim rezultatima.**

Kako bi procesi informiranja i komuniciranja bili vođeni u željenom smjeru, Komunikacijskom strategijom određuju se temeljna načela koja će provoditelji poštovati u provođenju komunikacijskih aktivnosti. To su:

- Transparentnost u provedbi svih aktivnosti i mjera;
- Jasne, nedvosmislene i potpune informacije
- Prezentiranje informacija na jednostavan, subjektu prilagođen i razumljiv način;
- Nesmetano i pravovremeno plasiranje vjerodostojnih i pouzdanih informacija;
- Komplementarnost i konzistentnost aktivnosti;
- Nepristranost i apolitičnost;
- Partnerstvo i suradnja.

## 4. CILJNE SKUPINE

Uspješnost provedbe SRVUP-a 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. U ciljne skupine svrstavaju se svi oni dionici koji imaju izraženi interes za ostvarenje ciljeva i postizanje rezultata Strategije razvoja Većeg urbanog područja Karlovac. Uvažavajući načela transparentnosti, nediskriminacije i uključenosti, Komunikacijska strategija kategorizira sljedeće ciljne skupine:

- **Javni sektor (donositelji odluka).** Ova ciljna skupina je izrazito važna u pogledu koordiniranja provedbenih aktivnosti. Subjekti javnog sektora jedinica lokalne samouprave djeluju u svojstvu donositelja odluka i akata, koordiniraju postupkom i izvještavaju o provedbi.
- **Partnersko i Koordinacijsko vijeće.** Kategorijom je obuhvaćena raznolika paleta dionika javnog, privatnog i civilnog sektora urbanog područja. Koordinacijsko vijeće je tijelo zaduženo za koordinaciju izrade izmjene i/ili dopune, donošenja, provedbe i praćenja provedbe strategije razvoja urbanoga područja, a čine ga gradonačelnici i načelnici općina i gradova iz sastava urbanoga područja. Partnersko vijeće čine predstavnici javnog, privatnog i civilnog sektora na području VUP Karlovac – jedinice lokalne samouprave, regionalni koordinator, Karlovačka županija, Veleučilište u Karlovcu, predstavnici gospodarskog sektora, organizacije civilnog društva. Dobra umreženost i koordinacija predstavnika sva tri sektora preduvjet je za sinergijske učinke provedbe SRVUP-a.
- **Građani/šira javnost.** Kako i sam naziv govori, ova ciljna skupina uključuje sve stanovnike Većeg urbanog područja Karlovac. Osim što je najbrojnija, ciljnu skupinu karakterizira izražena heterogenost zbog čega je potrebno provesti određeni stupanj kategorizacije unutar skupine kako bi komunikacijski proces bio što učinkovitiji.
- **(Potencijalni) korisnici sredstava iz nacionalnih i/ili EU izvora, s naglaskom na urbani razvoj.** Ciljnom skupinom su obuhvaćeni svi postojeći i budući korisnici, kao i partneri na projektima te suradnici.
- **Mediji.** Predstavnici televizijskih i radio postaja te tiska imaju važnu ulogu u komunikacijskom procesu, osobito u kontekstu poticanja javnosti na strateško promišljanje i aktivan angažman.

Komunikacija s prethodno definiranim ciljnim skupinama dat će vrijedan doprinos učinkovitoj izradi i provedbi Strategije razvoja Većeg urbanog područja Karlovac.

## 5. MEDIJSKA STRATEGIJA

Svaku od ciljnih skupina utvrđenih Komunikacijskom strategijom obilježavaju različite karakteristike, interesi i potrebe. Iz tog razloga, važno je ustanoviti takav komunikacijski okvir koji će na fleksibilan i promptan način odgovoriti na različite potrebe krajnjih korisnika. Potonje je moguće ostvariti odabirom odgovarajućih komunikacijskih alata putem kojih će se usmjeriti željena komunikacija prema ciljnim skupinama i otvoriti kanal za višesmjernu komunikaciju i sustav povratnih veza.

### 5.1. Komunikacijski alati

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

- **Vizualni identitet VUP KA za potrebe SRVUP KA** – karakterističan i jedinstven vizualni identitet osigurat će vidljivost i prepoznatljivost SRVUP Karlovac u komunikacijskim aktivnostima;
- **Službeno komuniciranje putem elektroničke pošte** – za potrebe internog i eksternog komuniciranja;
- **Službena internet stranica** – Grad Karlovac nositelj je izrade SRVUP Karlovac te je, u skladu s time, potrebno na mrežnoj stranici Grada osmisliti i pokrenuti poseban segment koji će sadržavati sve informacije o poduzetim, postojećim i planiranim aktivnostima. Ovaj komunikacijski alat koristit će se i u svrhu informiranja o strateškoj i razvojnoj politici te prilikama koje proizlaze iz SRVUP KA za Veliko urbano područje;
- **Profil na društvenim mrežama Grada Karlovca** – putem društvenih mreža osigurat će se širi doseg ciljnih skupina;
- **Mediji** – pod predmetnim se podrazumijeva predstavljanje SRVUP KA na televiziji i radijskim emisijama, priopćenja i izjave za medije, objave za tisak i portale, konferencije za tisak i drugo. Komuniciranje putem ovog komunikacijskog alata omogućava kontinuirano, intenzivno i dinamično informiranje u tijeku provedbe uz ostvarenje najvećeg dosega;
- **Publikacije, brošure, letci i ostali informativni i edukativni materijali u tiskanom i digitalnom obliku;**
- **Tematska okupljanja ključnih internih dionika** – radni sastanci, okrugli stolovi, stručne konferencije, radionice, edukacije, savjetovanja, predavanja i druga radna događanja na kojima sudionici neposredno razmjenjuju mišljenja i stavove;
- **Savjetovanje sa zainteresiranom javnosti** – omogućava uključivanje šire javnosti u izradu akta strateškog planiranja s ciljem prikupljanja informacija o njihovim prijedlozima;
- **Interna komunikacija** – komunikacija na razini pripadnika javnog sektora (tijela javne vlasti) za potrebe koordiniranja rada.

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



## 5.2. Komunikacijske mjere i aktivnosti

Komunikacijske aktivnosti informiranja i vidljivosti potanko su prezentirane u Komunikacijskom akcijskom planu u okviru poglavlja 5. Komunikacijske mjere navode se za svaki od predviđenih specifičnih ciljeva kako slijedi:

### Specifični cilj 1:

Unaprijediti informiranost javnosti o SRVUP KA i transparentnost razvojnog procesa u fazi izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja.

**Mjera 1.1.** Kontinuirano informiranje javnosti o ciljevima, prioritetima, mjerama i projektima SRVUP KA tijekom njezine izrade, donošenja i provedbe, značaju VUP Karlovac u kontekstu nacionalne razvojne politike te značaju mehanizma integriranih teritorijalnih ulaganja za VUP Karlovac.

**Mjera 1.2.** Osigurati kapacitete lokalne samouprave zadužene za informiranje i komuniciranje.

### Specifični cilj 2:

Uspostaviti učinkovitu komunikaciju i suradnju svih dionika na izradi i provedbi SRVUP KA te podići svijest o značaju i potencijalu zajedničkog strateškog planiranja razvoja VUP KA te uloziti i odgovornosti pojedinih dionika.

**Mjera 2.1.** Uspostaviti otvoreni dijalog, komunikaciju i suradnju stručne i šire javnosti.

**Mjera 2.2.** Razviti mehanizme komunikacije i koordinacije jedinica lokalne samouprave VUP KA.

**Mjera 2.3.** Aktivno uključivanje šire javnosti u postupak pripreme, izrade, provedbe i vrednovanja SRVUP Karlovac.

### Specifični cilj 3:

Informirati javnost o dostupnim izvorima financiranja projekata s područja VUP KA, osobito onima namijenjenim urbanom razvoju, te postignutim rezultatima.

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

## 6. PRAĆENJE PROVEDBE I EVALUACIJA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

U nastavku se daje prikaz potencijalnih pokazatelja uspješnosti provedbe ove Komunikacijske strategije.

Tab. 2. Pokazatelji uspješnosti provedbe Komunikacijske strategije

KOMUNIKACIJSKI ALAT	POKAZATELJ USPJEŠNOSTI
Vizualni identitet VUP Karlovac koji će se koristiti za SRVUP KA u cilju osiguranja vidljivosti i prepoznatljivosti unutar svih ciljnih skupina	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Izrađen logotip VUP KA</li><li>○ Izrađeni drugi promotivni materijali na kojima je primijenjen vizualni identitet SRVUP KA</li></ul>
Komunikacija putem elektroničke pošte	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Broj individualnih savjetovanja</li></ul>
Posebni odjeljak na službenoj internet stranici Grada Karlovca	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Otvoren posebni odjeljak na službenoj internet stranici</li><li>○ Statistički podatak o broju posjeta</li><li>○ Ažurirani podatci na stranici</li></ul>
Profil na društvenim mrežama	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Otvoren profil na društvenim mrežama</li><li>○ Broj objava na društvenim mrežama</li><li>○ Broj posjetitelja stranici na društvenim mrežama</li></ul>
Predstavljanje SRVUP KA u medijima	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Kvantitativna (statistička obrada) i kvalitativna analiza (sadržajni pregled)</li><li>○ Broj reportaža u televizijskim i radio emisijama</li><li>○ Broj objavljenih članaka u tiskanim i digitalnim sredstvima javnog priopćavanja</li></ul>
Publikacije, brošure, letci i ostali informativni i edukativni materijal	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Broj izdanih i distribuiranih publikacija, brošura, letaka i ostalih informativno-edukativnih materijala</li></ul>
Tematska okupljanja ključnih internih dionika	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Broj održanih radnih sastanaka, radionica, predavanja, konferencija i slično</li><li>○ Izrađena godišnja izvješća o provedbi</li></ul>
Uključenost šire javnosti putem javnog savjetovanja	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Održano javno savjetovanje</li></ul>

## 7. POTENCIJALNI KOMUNIKACIJSKI PROBLEMI I RIZICI

Svako djelovanje karakterizira element potencijalnog rizika koji može negativno utjecati na uspješnu provedbu aktivnosti i ostvarenje predviđenih ciljeva. Takav rizični/nesiguran ambijent prisutan je i u komunikacijskom procesu. Iz tog razloga, potrebno je predvidjeti i utvrditi ključne rizike, vjerojatnost njihova nastanka i moguće učinke te načine njihova ublažavanja.

Potencijalni rizici koji bi mogli ugroziti ili usporiti dostizanje općeg i specifičnih ciljeva ove Komunikacijske strategije jesu:

- Pogrešno formulirane i tempirane poruke mogu uzrokovati negativnu reakciju šire/ciljne javnosti.
  - Anticipacija: provesti unutarnju kategorizaciju svake od ciljnih skupina te sadržajno i vremenski prilagoditi komunikacijski sadržaj obilježjima i karakteristikama primatelja komunikacijskih poruka.
- Nedovoljan interes medija može rezultirati smanjenom participacijom ciljnih skupina u razvojnom procesu
  - Anticipacija: osigurati što širu i dinamičnu vidljivost SRVUP KA te zainteresirati široki krug dionika čestim medijskim nastupima – prezentacije, izjave i priopćenja za medije i slično.
- Nepredviđeni troškovi mogu rezultirati smanjenim obujmom predviđenih komunikacijskih aktivnosti, a time i smanjenom vidljivosti razvojnog procesa te razinom uključenosti zainteresiranih dionika
  - Anticipacija: provesti detaljnu analizu svih troškova sukladno gospodarskim i političkim kretanjima te osigurati rezervna sredstva za nepredvidljive troškove.
- Nedostatna i potencijalno negativna reakcija i učešće dionika (pasivan i potencijalno revoltiran pristup)
  - Anticipacija: približiti utvrđene ciljeve široj javnosti kao realno ostvarive i popratiti ih benefitima koji će proizaći iz razvojnog procesa te osigurati proaktivnu i pravovremenu komunikaciju sa širokom mrežom dionika kako bi se stekao što veći broj podržavatelja.

## 8. PRORAČUN

Sredstva za provedbu komunikacijskih aktivnosti osiguravaju se u proračunu Grada Karlovca kao nositelja izrade Strategije razvoja Većeg urbanog područja Karlovac i grada središta VUP Karlovac. Uz Grad Karlovac, sredstva u svojim proračunima za provođenje komunikacijskih aktivnosti vezanih uz njihovo učešće u izradi i provedbi SRVUP KA, po potrebi, osiguravaju i ostali dionici.

Indikativni iznos potrebnih sredstava planira se na godišnjoj razini, sukladno planovima komunikacijskih aktivnosti.

## 9. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

Komunikacijski akcijski plan je prikaz provedbe svih komunikacijskih aktivnosti prema postavljenim ciljevima, ciljnim skupinama i vremenskom periodu izvršenja. U nastavku se daje prikaz komunikacijskog akcijskog plana primjenjivog za cijelo vrijeme trajanja procesa pripreme, izrade i provedbe SRVUP KA za razdoblje do 2027. godine. Definirani pokazatelji ukazuju na potreban minimum kako bi se ostvarile aktivnosti. Kvantitativni pokazatelji mogu se ažurirati na godišnjoj razini sukladno potrebi i prilagodbi tekućim uvjetima.

Tab. 3. Komunikacijski akcijski plan

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljna skupina	Vremenski okvir	Pokazatelj uspješnosti
<b>Mjera 1.1. Kontinuirano informiranje javnosti o ciljevima, prioritetima, mjerama i projektima SRVUP KA tijekom njezine izrade, donošenja i provedbe, značaju VUP Karlovac u kontekstu nacionalne razvojne politike te značaju mehanizma integriranih teritorijalnih ulaganja za VUP Karlovac</b>					
Izrada i ažuriranje podstranice na službenoj internet stranici Grada Karlovca za SRVUP KA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Službena internet stranica</li> </ul>	Grad Karlovac, nositelj SRVUP KA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sve ciljne skupine</li> </ul>	Izrada internet stranica prije usvajanja SRVUP KA, ažuriranje podstranice kontinuirano	- Otvoren poseban odjeljak na službenoj Internet stranici Grada Karlovca
Dizajn i kontinuirano korištenje vizualnog identiteta VUP Karlovac za potrebe SRVUP KA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vizualni identitet</li> </ul>	Grad Karlovac, nositelj SRVUP KA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sve ciljne skupine</li> </ul>	Dizajn prije usvajanja SRVUP KA, korištenje vizualnog identiteta kontinuirano	- Izrađen logotip VU PKA - Logotip korišten na drugim promotivnim materijalima VUP KA
Objava SRVUP KA u elektroničkom formatu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Službena internet stranica</li> </ul>	Grad Karlovac, nositelj SRVUP KA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sve ciljne skupine</li> </ul>	Neposredno nakon usvajanja SRVUP KA	- Objavljen SRVUP KA na web stranicama Grada Karlovca
Izrada i objava izvješća o provedbi SRVUP KA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Službena internet stranica</li> </ul>	Grad Karlovac, nositelj SRVUP KA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sve ciljne skupine</li> </ul>	Godišnje	- Izrađeno pet godišnjih izvješća o provedbi
Predstavljanje i promocija SRVUP KA u medijima	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mediji</li> </ul>	JLS VUP Karlovac	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sve ciljne skupine</li> </ul>	Neposredno nakon usvajanja SRVUP KA	- Sudjelovanje na jednoj televizijskoj i jednoj radio reportaži/emisiji
Organiziranje događanja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tematska okupljanja</li> </ul>	JLS VUP Karlovac	<ul style="list-style-type: none"> <li>Javni sektor (donositelji odluka)</li> <li>Partnersko i Koordinacijsko vijeće</li> </ul>	Prema potrebi (nakon usvajanja SRVUP KA, kod objave poziva i sl.)	- Organizirano pet radnih sastanaka, radionica, predavanja ili konferencija

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljna skupina	Vremenski okvir	Pokazatelj uspješnosti
			<ul style="list-style-type: none"> <li>(Potencijalni) korisnici</li> <li>Građani/šira javnost</li> </ul>		
<b>Mjera 1.2. Osigurati kapacitete 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>	JLS VUP Karlovac	<ul style="list-style-type: none"> <li>Javni sektor (donositelji odluka)</li> </ul>	Kontinuirano	- Provedene dvije edukacije o komunikaciji s javnosti/PR
Organiziranje koordiniranog sustava komunikacije	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interna komunikacija</li> </ul>	JLS VUP Karlovac	<ul style="list-style-type: none"> <li>Javni sektor (donositelji odluka)</li> </ul>	Kontinuirano	- Organizirano 10 internih sastanaka koordinacije sustava komunikacije
<b>Mjera 2.1. Uspostaviti otvoreni dijalog, komunikaciju i suradnju stručne i šire javnosti</b>					
Održavanje radnih sastanaka i otvorenih dijaloga	<ul style="list-style-type: none"> <li>Radni sastanci</li> <li>Otvoreni dijalog</li> </ul>	JLS VUP Karlovac	<ul style="list-style-type: none"> <li>Javni sektor (donositelji odluka)</li> <li>Partnersko i Koordinacijsko vijeće</li> </ul>	Kontinuirano	- Organizirano pet radnih sastanaka, radionica, predavanja ili konferencija
Organiziranje stručnih skupova i konferencija prema iskazanom interesu javnosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konferencije</li> </ul>	JLS VUP Karlovac	<ul style="list-style-type: none"> <li>Javni sektor (donositelji odluka)</li> <li>Nositelji razvojnih mjera</li> </ul>	Kontinuirano	- Organizirano pet radnih sastanaka, radionica, predavanja ili konferencija
<b>Mjera 2.2. Razviti mehanizme komunikacije i koordinacije jedinica lokalne samouprave VUP KA</b>					
Formiranje radnih tijela s predstavnicima jedinica lokalne samouprave (osnivanje Koordinacijskog i Partnerskog vijeća)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interna komunikacija</li> </ul>	JLS VUP Karlovac	<ul style="list-style-type: none"> <li>Javni sektor (donositelji odluka)</li> </ul>	Prije usvajanja SRVUP KA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Osnovano Partnersko vijeće</li> <li>Osnovano Koordinacijsko vijeće</li> </ul>
<b>Mjera 2.3. Aktivno uključivanje šire javnosti u postupak pripreme, izrade, provedbe i vrednovanja SRVUP Karlovac</b>					
Javno savjetovanje u trajanju od 30 dana	<ul style="list-style-type: none"> <li>Javno savjetovanje</li> </ul>	Grad Karlovac, nositelj SRVUP KA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sve ciljne skupine</li> </ul>	Neposredno nakon izrade nacrtu SRVUP KA	- Održano javno savjetovanje
<b>Mjera 3.1. Pravovremeno informiranje o postojećim i nadolazećim natječajima te postignutim rezultatima</b>					
Objava informacija o EU natječajima	<ul style="list-style-type: none"> <li>Službena internet stranica</li> <li>Portali</li> </ul>	JLS VUP Karlovac	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sve ciljne skupine</li> </ul>	Kontinuirano	- Objavljeno 15 članaka u tiskanim/digitalnim sredstvima javnog priopćavanja

## STRATEGIJA RAZVOJA VEĆEG URBANOG PODRUČJA KARLOVAC

### KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljna skupina	Vremenski okvir	Pokazatelj uspješnosti
Izdavanje brošura, letaka i sličnih informativnih materijala	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Brošure</li><li>○ Letci</li></ul>	JLS VUP Karlovac	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Sve ciljne skupine</li></ul>	Prema potrebi (kod objave poziva i sl.)	- Izdano 400 brošura, letaka i sličnih informativnih/ edukativnih materijala