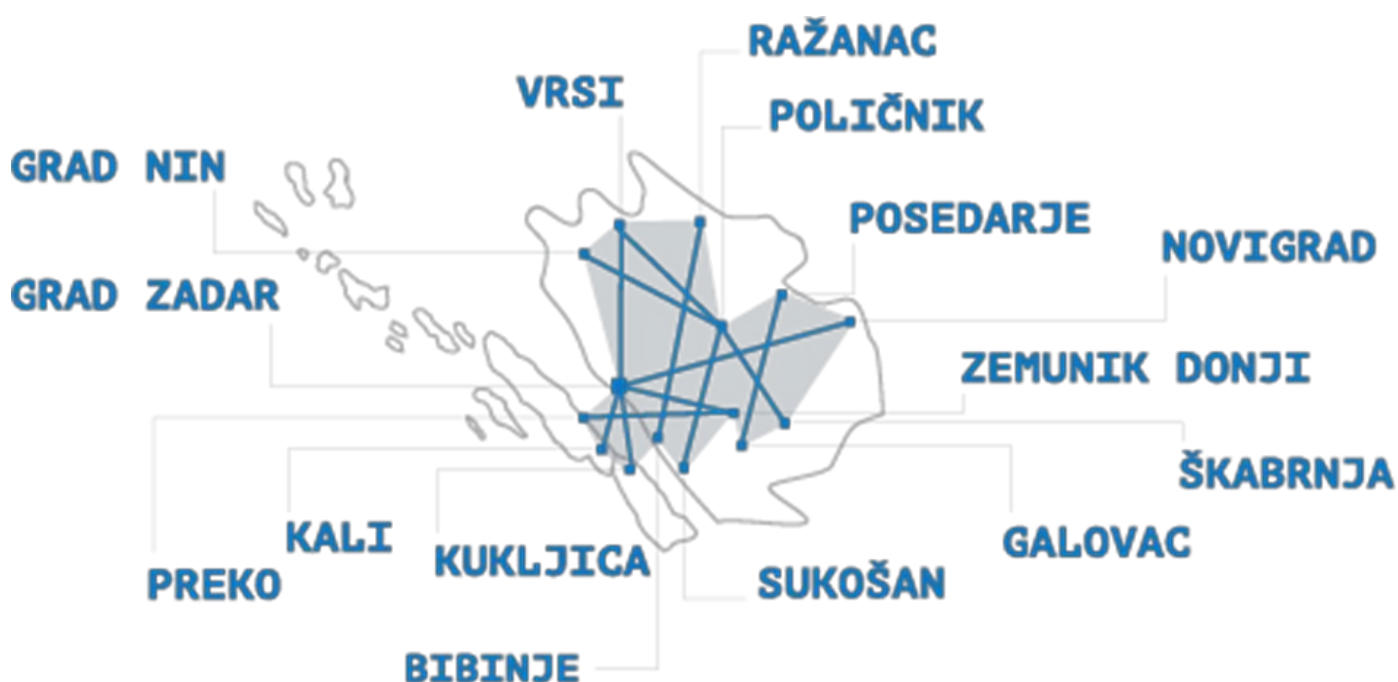


# STRATEGIJA RAZVOJA URBANOG PODRUČJA ZADAR ZA RAZDOBLJE 2021. - 2027. GODINE

## KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN



## Sadržaj

<b>1. UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE .....</b>	<b>3</b>
<b>3. CILJNE SKUPINE .....</b>	<b>5</b>
<b>4. MEDIJSKA STRATEGIJA .....</b>	<b>7</b>
4.1. KOMUNIKACIJSKI ALATI .....	7
4.2. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI I MJERE .....	10
<b>PRILOG 1. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN.....</b>	<b>12</b>
<b>PRILOG 2. OCJENA PROVEDBE KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE.....</b>	<b>17</b>

# 1. UVOD

Strategija razvoja urbanog područja (dalje u tekstu: SRUP) je akt strateškog planiranja u okviru politike regionalnog razvoja koji služi kao multi-sektorski strateški okvir kojim se određuju ciljevi i planiraju prioriteti razvoja urbanog područja kao cjeline unutar jasno definiranog vremenskog razdoblja. SRUP predstavlja preduvjet sastavnicama Urbanog područja Zadar (dalje u tekstu: UP Zadar) za korištenje ITU mehanizma za sedmogodišnje razdoblje u skladu s višegodišnjim financijskim okvirom Kohezijske politike Europske unije.

Zakon o regionalnom razvoju (NN 147/14, 123/17, 118/18) propisuje ustrojavanje urbanih područja kao mjeru u području održivog regionalnog razvoja koja pridonosi razvoju društveno-gospodarskih potencijala na nižim razinama u sklopu nacionalnih ciljeva urbanog razvoja.

UP Zadar ustrojeno je u listopadu 2015. godine, a u njegovom su sastavu 2 grada i 13 općina: Grad Zadar, Grad Nin i Općine Bibinje, Galovac, Kali, Kukljica, Novigrad, Poličnik, Posedarje, Preko, Ražanac, Sukošan, Škabrnja, Vrsi i Zemunik Donji.

Sporazum o suradnji tijekom izrade i provedbe SRUP-a koji sklapaju gradonačelnici/općinski načelnici svih JLS-ova koji ulaze u obuhvat urbanoga područja i njime definiraju način suradnje prilikom izrade i provedbe SRUP-a, za UP Zadar sklopljen je 22. veljače 2022. godine. Nositelj izrade SRUP-a je Grad Zadar kao grad središte UP Zadar.

Cilj izrade SRUP-a je definiranje zajedničkih smjerova razvoja urbanog područja, predlaganje zajedničkih pravaca djelovanja, olakšavanje provedbe zajedničkih projekata, odnosno razvoj „zajedničke strateške vizije“ koje nadilazi administrativne granice i stvara sinergije koje koriste urbanom području u cjelini.

U razvoju urbanog područja važnu ulogu imaju načela suradnje, partnerstva, supsidijarnosti, participacije i transparentnosti. 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. Ovaj okvir kao svoju podlogu uzima Quadruple Helix Model u kojem se optimalni učinci postižu tako da se u procese donošenja odluka uključe znanost, javna uprava i samouprava, privatni sektori i lokalna zajednica. Kako bi se navedeno ostvarilo, nužno je kvalitetno upravljati komunikacijskim procesom koji za cilj ima podizanje svijesti o aktu strateškog planiranja koji se izrađuje te razumijevanju istog tijekom cijelog procesa njegove izrade i donošenja.

Indikativni sadržaj Strategije, kao i njezini prilozi i provedbeni akti, definirani su Smjernicama za uspostavu urbanih područja i izrade strategije razvoja urbanih područja za financijsko razdoblje 2021. - 2027. (dalje u tekstu: Smjernice). Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan dio su pripadajućih provedbenih akata.

Komunikacijskom strategijom i komunikacijskim akcijskim planom odredit će se komunikacijski ciljevi, načela komunikacije, ciljne skupine, komunikacijski alati, mjere i aktivnosti te pokazatelji provedbe aktivnosti predviđenih Komunikacijskim akcijskim planom.

## 2. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Kako bi se ostvarili željeni rezultati Komunikacijske strategije potrebno je utvrditi komunikacijske ciljeve, opće i specifične. 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 odnosi se na:

*promociju značaja ITU mehanizma za ravnomjeran regionalni razvoj, važnosti strateškog planiranja, njegovih procesa, suradnji i participaciji te definiranim ciljevima, prioritetima i mjerama utvrđenim u SRUP-u.*

Uz aktivno podizanje javne svijesti, želi se pridonijeti razumijevanju odrednica strateške i razvojne politike na način da se približi javnosti i svim zainteresiranim dionicima mogućnost uključivanja, odgovornog sudjelovanja i doprinosa u kreiranju i provedbi javnih politika.

### **POSEBAN CILJ:**

Temeljem prethodno postavljenog općeg cilja definiraju se posebni ciljevi Komunikacijske strategije, čijim ostvarivanjem će se doprinijeti općem cilju.

#### Posebni cilj 1:

*Unaprijediti informiranost zainteresirane javnosti i transparentnost procesa izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja Strategije razvoja urbanog područja Zadar za razdoblje 2021. –2027.*

#### Posebni cilj 2:

*Poboljšati partnerstvo, participaciju i otvorenu suradnju sastavnica UP Zadar te dionika različitih sektora i šire javnosti u cilju učinkovite izrade i provedbe Strategije razvoja urbanog područja Zadar za razdoblje 2021. –2027. te ostvarenja sinergijskih učinaka.*

### Posebni cilj 3:

*Informirati javnost o značaju ITU mehanizma za ravnomjeren regionalni razvoj te ostalim dostupnim i potencijalnim izvorima financiranja projekata sastavnica UP Zadar.*

Kako bi ostvarenje navedenog općeg i posebnih ciljeva bilo smisleno, opravdano i potpuno, potrebno je primijeniti sljedeća načela:

- točno, potpuno i pravovremeno informiranje javnosti u svim fazama razvojnog procesa izrade i provedbe SRUP-a;
- prezentiranje informacija na jednostavan, jasan i razumljiv način;
- primjena načela nediskriminacije, pristupačnosti i jednakih mogućnosti u širenju informacija;
- neovisno, nepristrano i apolitično djelovanje;
- partnerstvo i suradnja.

### 3. CILJNE SKUPINE

Nakon prepoznavanja ciljeva koji se namjeravaju postići Komunikacijskom strategijom, važno je utvrditi i definirati ciljne skupine kojima će se upućivati ključne poruke i informacije putem odabranih komunikacijskih alata. Pod ciljnim skupinama podrazumijevaju se svi dionici koji imaju izraženi interes za ostvarenje ciljeva i rezultata SRUP-a Zadar 2021. –2027. Pri utvrđivanju kategorija ciljnih skupina, poštovat će se načela inkluzije, nediskriminacije i transparentnosti.

Ova Komunikacijska strategija prepoznaje sljedeće ciljne skupine:

#### 1. Javni sektor

Subjeki javnog sektora koji djeluju u svojstvu donositelja odluka i akata, kreiraju i koordiniraju sam postupak izrade, provedbe te izvještavaju o provedbi SRUP-a Zadar.

#### 2. Nositelji razvojnih mjera

Široki spektar dionika javnog, privatnog i civilnog sektora koji djeluju na Urbanom području Zadar. Isti obuhvaća upravna tijela sastavnica urbanog područja, odnosno jedinica lokalne samouprave, javna poduzeća, razvojne agencije, znanstvene, istraživačke i obrazovne institucije, poslovne i gospodarske organizacije, organizacije civilnog društva i ostale nevladine organizacije, socijalne partnere te ostale dionike relevantne za ostvarenje sinergijskih učinaka izrade i provedbe SRUP-a.

#### 3. Opća javnost

Najbrojnija ciljna skupina kojoj pripadaju građani čitavog urbanog područja Zadar, odnosno ukupno 15 jedinica lokalne samouprave. Prisutnost i aktivna participacija građana nužna je u pojedinim fazama pripreme i provedbe SRUP-a Zadar.

#### 4. Potencijalni korisnici i korisnici sredstava iz nacionalnih ili EU izvora, s naglaskom na urbani razvoj.

Ciljana skupina obuhvaća sve postojeće i potencijalne korisnike, kao i partnere na projektima te suradnike.

#### 5. Prenositelji informacija / Mediji

Ciljna skupina obuhvaća predstavnike tiska, televizijskih i radio postaja lokalne, regionalne i nacionalne razine, digitalne medije.

Koordinirana, nedvosmislena, aktivna i pravovremena komunikacija s prethodno definiranim ciljnim skupinama preduvjet je učinkovite provedbe SRUP-a Zadar za razdoblje 2021. –2027. Stoga će se svim aktivnostima poticati aktivan proces komunikacije između ciljnih skupina temeljen na partnerskom odnosu i uzajamnom razumijevanju.



## 4. MEDIJSKA STRATEGIJA

U nastavku će se utvrditi odgovarajući komunikacijski alati i definirati provedbene mjere čime će se ustanoviti komunikacijski okvir koji će omogućiti provedbu sveobuhvatnog komunikacijskog procesa vezanog uz SRUP Zadar.

Svaku od ciljnih skupina karakterizira različita struktura, specifične potrebe i različite uloge u cjelokupnom razvojnom procesu te je potrebno izvršiti odabir odgovarajućih komunikacijskih alata u funkciji prilagodbe sadržaja i usmjeravanja internih i eksternih komunikacijskih poruka ciljnim skupinama.

### 4.1. KOMUNIKACIJSKI ALATI

Za potrebe općeg, medijskog i internog prenošenja komunikacijskog sadržaja, koristi će se različiti mediji:

- tiskani mediji koje uključuju i dnevne novine, tjednike i mjesečnike, te posebno osmišljene materijale poput brošura, plakata i sl.
- elektronička pošta i interna komunikacija (npr. personalizirana pisma)
- digitalne medije i to televizijske i radio emisije (putem gostovanja, izjava, priopćenja, konferencija i sl.), digitalnih portala, web mjesta SRUP-a Zadar, društvene medije (Facebook, Twitter, Instagram)

Kako bi se u potpunosti integrirala komunikacije predlaže se korištenje sljedećih komunikacijskih alata:

#### 1. Vizualni identitet

U ovom razdoblju će se nastaviti s komunikacijom putem već ranije izrađenog i prepoznatljivog vizuala ITU mehanizma UP Zadar.. Na ovaj način pojačavaju se komunikacijsku učinci iz prethodnog razdoblja. Jedinstveni vizualni

identitet osigurat će vidljivost i prepoznatljivost SRUP-a Zadar u komunikacijskim aktivnostima i prenošenju informacija.

*Slika 1 Vizualni identitet Urbanog područja Zadar (s natpisima jedinica)*



*Slika 2 Vizualni identitet Urbanog područja Zadra*



## 2. Interna komunikacija i elektronička pošta

Za potrebe internog komuniciranja kod koordiniranja rada te eksternog komuniciranja temeljem sastavljene mailing lista koristi će se svi elementi vizualnog identiteta prethodno opisan. Prvi korak u ovom procesu bit će sastavljanje press liste koja će u sebi sadržavati popis medija i novinara. S medijima kao i sa zainteresiranom javnošću će se komunicirati kroz priopćenja, najave, izjave bilo pisanim ili digitalnim, fotografskim ili video materijalima, te konferencijama za medije. Osim press email liste, sastavit će se i lista zainteresiranih dionika kojima će se povremeno distribuirati različiti sadržaji vezani uz SRUP Zadar i ITU mehanizam.

## 3. Službena internetska stranica

Nužno je osmisliti, pokrenuti i održavati poseban segment na službenoj internetskoj stranici grada središta UP - nositelja izrade SRUP-a, Grada Zadra, koji će sadržavati sve informacije potrebne za razumijevanje poduzetih, postojećih i planiranih aktivnosti. Ova stranica predstavlja poveznicu i ishodište informacija i za društvene medije koji se na nju naslanjaju.

## 4. Društveni mediji

S ciljem osiguravanja šireg dosega ciljnih skupina komunikacija će se odvijati i putem službenih profila na društvenim medijima, prvenstveno nositelja izrade - Grada Zadra te sastavnica UP-a prema potrebi. Raznim aktivnostima poticat će se dijeljenje materijala

## 5. Publikacije

Izradit će se specijalizirane brošure, letci i drugi informativni i edukativni materijali u tiskanom i/ili digitalnom obliku.

## 6. Tematska događanja

Organizirat će se radni sastanci, okrugli stolovi, stručne konferencije,

radionice, edukacije, savjetovanja, natjecanja, predavanja i druga radna događanja na kojima sudionici neposredno sudjeluju, diskutiraju i razmjenjuju iskustva, prijedloge i mišljenja.

## 4.2. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI I MJERE

U nastavku će se precizno definirati mjere i aktivnosti informiranja i vidljivosti u svrhu provedbe postavljenih komunikacijskih ciljeva. Najprije će se pružiti pregled komunikacijskih mjera za svaki posebni cilj, dok će se komunikacijske aktivnosti detaljno predstaviti u Prilogu 1.

### Posebni cilj 1:

*Unaprijediti informiranost javnosti i transparentnost procesa izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja Strategije razvoja urbanog područja Zadar za razdoblje 2021. –2027.*

**Mjera 1.1.** Potpuno, razumljivo, pouzdano i kontinuirano informiranje javnosti kroz sve faze razvojnog procesa.

**Mjera 1.2.** Jačanje kapaciteta nositelja izrade u području informiranja i komuniciranja s internim i eksternim dionicima.

### Posebni cilj 2:

*Poboljšati partnerstvo, participaciju i otvorenu suradnju sastavnica UP Zadar te dionika različitih sektora i šire javnosti u cilju učinkovite izrade i provedbe Strategije razvoja urbanog područja Zadar za razdoblje 2021. –2027. te ostvarenja sinergijskih učinaka.*

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

**Mjera 2.2.** Iniciranje aktivne participacije u postupku izrade i provedbe SRUP-a Zadar za razdoblje 2021. –2027.

### Posebni cilj 3:

*Informirati javnost o značaju ITU mehanizma za ravnomjieran regionalni razvoj te ostalim dostupnim i potencijalnim izvorima financiranja projekata sastavnica UP Zadar*

**Mjera 3.1.** Kontinuirano informirati javnost o doprinosu ITU mehanizma za ravnomjieran regionalni razvoj.

**Mjera 3.2.** Pravovremena objava relevantnih informacija o postojećim i nadolazećim pozivima za dodjelu bespovratnih sredstava, s fokusom na pozive u sklopu ITU mehanizma.

Financijska sredstva potrebna za promociju i provedbu komunikacijskih aktivnosti tijekom razdoblja trajanja ove strategije osiguravaju se u proračunu Grada Zadra kao nositelja izrade Strategije razvoja urbanog područja Zadar.

## PRILOG 1. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

	Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljna skupna	Vremenski okvir	Pokazatelj provedbe
<b>Posebni cilj 1. Unaprijediti informiranost javnosti i transparentnost procesa izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja Strategije razvoja urbanog područja Zadar za razdoblje 2021. – 2027.</b>						
<b>Mjera 1.1. Potpuno, razumljivo, pouzdano i kontinuirano informiranje javnosti kroz sve faze razvojnog procesa</b>						
a	Primjena vizualnog identiteta	Vizualni identitet	SastavniceUP Zadar	sve ciljne skupine	Tijekom izrade / prije usvajanja SRUP-a, tijekom provedbe SRUP-a	Izrađen vizualni identitet SRUP-a Primjena vizualnog identiteta na digitalnim i tiskanim promotivnim i informativnim materijalima
b	Izrada i održavanje podstranice na službenoj internetskoj stranici Grada Zadra	Službena internetska stranica	SastavniceUP Zadar	sve ciljne skupine	Tijekom izrade / prije usvajanja SRUP-a, tijekom provedbe SRUP-a	Izrađena službena internetska stranica SRUP-a kao podstranica Grada Zadra Održavanje službene internetske stranice SRUP-a
c	Digitalna objava SRUP-a	Službena internetska stranica	SastavniceUP Zadar	sve ciljne skupine	Nakon usvajanja SRUP-a	Izrada i objava SRUP-a Zadar na službenoj internetskoj stranici SRUP-a
d	Diseminacija prioriteta, ciljeva, mjera, aktivnosti i rezultata SRUP-a na medijskim i tematskim događanjima	Službena internetska stranica; Društvene mreže; Tematska događanja; Mediji	SastavniceUP Zadar	sve ciljne skupine	Kontinuirano	Izrađeno i objavljeno pet (5) objava o praćenju napretka provedbe SRUP-a na službenoj internetskoj stranici, društvenim mrežama, u medijimaili na tematskim događanjima (interni sastanci, radna okupljanja, ostalo)
e	Izrada i objava izvješća o provedbi	Službena internetska stranica; Društvene mreže;	SastavniceUP Zadar	sve ciljne skupine	Kontinuirano	Izrađena tri (3) izvješća o provedbi SRUP-a

		Tematska događanja;				Objavljena tri (3) izvješća o provedbi SRUP-a na službenoj internetskoj stranici
--	--	---------------------	--	--	--	--

**Mjera 1.2. Jačanje kapaciteta nositelja izrade u području informiranja i komuniciranja s internim i eksternim dionicima**

a	Oснаživanje kapaciteta u sustavu komuniciranja zaduženih za komunikaciju s eksternim dionicima	Interna komunikacija; Elektronička pošta	SastavniceUP Zadar	Javni sektor	Kontinuirano	Provedene dvije (2) edukacije za jačanje komunikacije s eksternim dionicima
b	Interna koordinacija osoba i tijela unutar javnog sektora sastavnica UP Zadar u cilju osiguranja nesmetane i pravovremene komunikacije	Interna komunikacija; Elektronička pošta	SastavniceUP Zadar	Javni sektor	Kontinuirano	Održana tri (3) sastanka za jačanje komunikacije unutar javnog sektora

**Posebni cilj 2. Poboljšati partnerstvo, participaciju i otvorenu suradnju sastavnica UP Zadar te dionika različitih sektora i šire javnosti u cilju učinkovite izrade i provedbe Strategije razvoja urbanog područja Zadar za razdoblje 2021. – 2027. te ostvarenja sinergijskih učinaka.**

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

a	Radni i koordinacijski sastanci	Radni sastanci Koordinacije	SastavniceUP Zadar	Javni sektor; Nositelji razvojnih mjera	Kontinuirano	Provedeno pet (5) radnih sastanaka, koordinacija, konzultacija, konferencija, panela ili predavanja/radionica
b	Konzultacije sa stručnom javnosti	Konzultacije	SastavniceUP Zadar	Javni sektor; Nositelji razvojnih mjera	Kontinuirano	
c	Organiziranje tematskih događanja (stručnih konferencija,	Konferencije Panel rasprave Predavanja/radionice	SastavniceUP Zadar	Javni sektor; Nositelji razvojnih mjera	Kontinuirano	



	panela i predavanja sukladno iskazanom interesu javnosti)					
<b>Mjera 2.2. Iniciranje aktivne participacije u postupku izrade i provedbe SRUP-a Zadar za razdoblje 2021. –2027.</b>						
a	Organizacija javnog savjetovanja	Javno savjetovanje	grad središte UP Zadar	sve ciljne skupine	Nakon izrade završnog nacрта SRUP-a	Provedeno javno savjetovanje uz mjerenje i evidentiranje broja zaprimljenih upita/komentara/prijedloga/odgovora/upita o SRUP-u
b	Uspostaviti mehanizam povratnih informacija i evaluacije tijekom provedbe SRUP-a	Službena internetska stranica; Tematska događanja; Elektronička pošta	Sastavnice UP Zadar	sve ciljne skupine	Kontinuirano	Prikupljanje primjedbi, komentara, prijedloga putem službene internetske stranice, elektroničke pošte ili tematskih događanja tijekom provedbe SRUP-a
<b>Posebni cilj 3. Informirati javnost o značaju ITU mehanizma za ravnomjeran regionalni razvoj, njegov značaj za urbani razvoj te ostalim dostupnim i potencijalnim izvorima financiranja projekata sastavnica UP Zadar</b>						
<b>Mjera 3.1. Kontinuirano informirati javnost o doprinosu ITU mehanizma za ravnomjeran regionalni razvoj te njegov značaj za urbani razvoj</b>						
a	Organizacija tematskih događanja o ITU mehanizmu i regionalnom razvoju	Konferencije Panel rasprave Predavanja / radionice	Sastavnice UP Zadar	sve ciljne skupine	Prema potrebi	Provedena predavanja/radionice, panel rasprava ilikonferencija o ITU mehanizmu i regionalnom razvoju (3)
b	Izrada i objava informativnog materijala (ITU mehanizam, urbani i regionalni razvoj, SRUP)	Digitalni i/ili tiskani materijali: Brošure Letci; Članci; Medijski kanali	Sastavnice UP Zadar	sve ciljne skupine	Kontinuirano	Izrađeno i objavljeno pet (5) objava u digitalnim i/ili tiskanim materijalima: brošure, letci, članci i/ili medijski kanali
<b>Mjera 3.2. Pravovremena objava relevantnih informacija o postojećim i nadolazećim pozivima za dodjelu bespovratnih sredstava, s fokusom na pozive u sklopu ITU mehanizma.</b>						
a	Objava informacija o postojećim i	Službena internetska stranica;	Sastavnice UP Zadar	sve ciljne skupine	Kontinuirano	Izrađeno i objavljeno deset (10) objava na službenim internetskim stranicama

	nadolazećim EU pozivima za dodjelu bespovratnih sredstava (ITU)	Elektronička pošta Društvene mreže				društvenim mrežama i /ili putem elektroničke pošte o postojećim i nadolazećim pozivima za dodjelu bespovratnih sredstava u sklopu ITU mehanizma
a	Izrada i objava informativnog materijala s planom objave poziva	Digitalni i/ili tiskani materijali: Brošure Letci	Sastavnice UP Zadar	sve ciljne skupine	Prema potrebi	Izrađeni i objavljeni informativni materijal o postojećim i nadolazećim pozivima o mogućnostima financiranja u sklopu ITU mehanizma na službenim internetskim stranicama, društvenim mrežama i/ili u tiskanim letcima ili brošurama (5)

## PRILOG 2. OCJENA PROVEDBE KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri su postavljeni komunikacijski ciljevi realizirani, a definirane komunikacijske mjere provedene, Grad Zadar će pratiti i ocijeniti provedbu Komunikacijske strategije u skladu s identificiranim pokazateljima uspješnosti provedbe jednom godišnje. Relevantni pokazatelji uspješnosti provedbe ove Komunikacijske strategije prikazani su u Prilogu 2. U slučaju ograničenja javnih događanja ista će se odvijati online što te ne bi trebalo ugroziti ostvarenje postavljenih pokazatelja provedbe.

	Aktivnost	Pokazatelj provedbe
<b>Posebni cilj 1. Unaprijediti informiranost javnosti i transparentnost procesa izrade, donošenja, provedbe i vrednovanja Strategije razvoja urbanog područja Zadar razdoblje 2021. – 2027.</b>		
<b>Mjera 1.1. Potpuno, razumljivo, pouzdano i kontinuirano informiranje javnosti kroz sve faze razvojnog procesa</b>		
a.	Primjena vizualnog identiteta	Izrađen vizualni identitet SRUP-a Primjena vizualnog identiteta na digitalnim i tiskanim promotivnim i Informativnim materijalima
b.	Izrada i održavanje podstranice na službenoj internetskoj stranici Grada Zadra	Izrađena službena internetska stranica SRUP- a kao podstranica Grada Zadra Održavanje službene internetske stranice SRUP- a
c.	Digitalna objava SRUP-a	Izrada i objava SRUP-a Zadar na službenoj internetskoj stranici SRUP-a
d.	Diseminacija prioriteta, ciljeva, mjera, aktivnosti i rezultata SRUP-a na medijskim i tematskim događanjima	Izrađeno i objavljeno pet (5) objava o praćenju napretka provedbe SRUP-a na službenoj internetskoj stranici, društvenim mrežama, u medijima ili na tematskim događajima (interni sastanci, radna okupljanja, ostalo)
e.	Izrada i objava izvješća o provedbi	Izrađena tri (3) izvješća o provedbi SRUP-a Objavljena tri (3) izvješća o provedbi SRUP-a na službenoj internetskoj stranici
<b>Mjera 1.2. Jačanje kapaciteta nositelja izrade u području informiranja i komuniciranja s internim i eksternim dionicima</b>		
a.	Osnaživanje kapaciteta u sustavu komuniciranja zaduženih za komunikaciju s eksternim dionicama	Provedene dvije (2) edukacije za jačanje komunikacije s eksternim dionicima
b.	Interna koordinacija osoba i tijela unutar javnog sektora sastavnica UP Zadar u cilju osiguranja nesmetane i pravovremene komunikacije	Održana tri (3) sastanka za jačanje komunikacije unutar javnog sektora
<b>Posebni cilj 2. Poboljšati partnerstvo, participaciju i otvorenu suradnju sastavnica UPZadar te dionika različitih sektora i šire javnosti u cilju učinkovite izrade i provedbe Strategije razvoja urbanog područja Zadar za razdoblje 2021. – 2027. te ostvarenja sinergijskih učinaka.</b>		
<b>Mjera 2.1. Poticati otvoreni dijalog, komunikaciju i suradnju stručne i šire javnosti.</b>		
a.	Radni i koordinacijski sastanci	Provedeno pet (5) radnih sastanaka, koordinacija, konzultacija, konferencija, panela ili predavanja/radionica
b.	Konzultacije sa stručnom javnosti	Provedeno javno savjetovanje uz mjerenje i evidentiranje broja zaprimljenih upita/komentara/prijedloga/odgovora/upita o SRUP-u
c.	Organiziranje tematskih odgađanja (stručnih konferencija, panela i predavanja sukladno iskazanom interesu javnosti)	Prikupljanje primjedbi, komentara, prijedloga putem službene internetske stranice, elektroničke pošte ili tematskih događanja tijekom provedbe SRUP-a , panela ili predavanja/radionica

<b>Mjera 2.2. Iniciranje aktivne participacije u postupku izrade i provedbe SRUP-a Zadar za razdoblje 2021. –2027.</b>		
a.	Organizacija javnog savjetovanja	Provedeno javno savjetovanje uz mjerenje i evidentiranje broja zaprimljenih upita/komentara/prijedloga/odgovora/upita o SRUP-u
b.	Uspostaviti mehanizam povratnih informacija i evaluacije tijekom provedbe SRUP-a	Prikupljanje primjedbi, komentara, prijedloga putem službene internetske stranice, elektroničke pošte ili tematskih događanja tijekom provedbe SRUP-a
<b>Posebni cilj 3. Informirati javnost o značaju ITU mehanizma za ravnomjeran regionalni razvoj, njegov značaj za urbani razvoj te ostalim dostupnim i potencijalnim izvorima financiranja projekata sastavnica UP Zadar</b>		
<b>Mjera 3.1. Kontinuirano informirati javnost o doprinosu ITU mehanizma za ravnomjeran regionalni razvoj te njegov značaj za urbani razvoj</b>		
a.	Organizacija tematskih događanja o ITU mehanizmu i regionalnom razvoju	Provedena predavanja/radionice, panel rasprava ili konferencija o ITU mehanizmu i regionalnom razvoju (3)
b.	Izrada i objava informativnog materijala (ITU mehanizam, urbani i regionalni razvoj, SRUP)	Izrađeno i objavljeno pet (5) objava u digitalnim i/ili tiskanim materijalima: brošure, letci, članci i/ili medijski kanali
<b>Mjera 3.2. Pravovremena objava relevantnih informacija o postojećim i nadolazećim pozivima za dodjelu bespovratnih sredstava, s fokusom na pozive u sklopu ITU mehanizma.</b>		
a.	Objava informacija o postojećim i nadolazećim EU pozivima za dodjelu bespovratnih sredstava (ITU)	Izrađeno i objavljeno deset (10) objava na službenim internetskim stranicama, društvenim mrežama i /ili putem elektroničke pošte o postojećim i nadolazećim pozivima za dodjelu bespovratnih sredstava u sklopu ITU mehanizma
b.	Izrada i objava informativnog materijala s planom objave poziva	Izrađeni i objavljeni informativni materijal o postojećim i nadolazećim pozivima o mogućnostima financiranja u sklopu ITU mehanizma na službenim internetskim stranicama, društvenim mrežama i/ili u tiskanim letcima ili brošurama (5)

POPIS SLIKA:

Slika 1 Vizualni identitet Urbanog područja Zadar (s natpisima jedinica) .....	8
Slika 2 Vizualni identitet Urbanog područja Zadra .....	8