

## PŘÍLOHA Č. 1

### KOMUNIKAČNÍ A PR STRATEGIE IPRM

Zpracovatel:



# KOMUNIKAČNÍ A PR STRATEGIE IPRM CHOMUTOV

## I. Úvod (předmluva)

Tato komunikační a PR strategie vychází především z přesvědčení, že efektivní komunikace musí být stručná, jasná a srozumitelná. Statutární město Chomutov si také velmi dobře uvědomuje nutnost informovat širokou veřejnost o rozvojových záměrech, tedy IPRM, neboť pro pozitivní vnímání a přijetí takto významného projektu, jakým IPRM bezesporu je, je nezbytné do procesu příprav a zpracování veřejnost efektivně zapojit a poskytnout jí jednak dostatek srozumitelných informací a následně prostor pro kritiku.

Samotný princip přípravy, zpracování a realizace IPRM je založen na transparentnosti, partnerství, otevřenosti a principu nediskriminace. Tato komunikační a PR strategie, resp. její implementace v praxi, je proto také nástrojem, jak naplnit metodiku přípravy a zpracování IPRM.

## II. Hlavní principy Komunikační a PR strategie

### Komunikovat...

Snažit se stále komunikovat. Komunikace je 50% základ úspěšného plánování. Podmínkou je vytvořit komunikační plán, jedině tak bude komunikace úspěšná, bude směřovat k cíli.

### Být transparentní...

Zajistit, aby veškerá rozhodnutí byla čitelná pro ostatní zúčastněné. Pořizovat záznamy a usnesení ze všech jednání, plánovat o čem se bude jednat na mítincích, nejednat pouze separátně, podílet se o informace a tyto vhodným způsobem zveřejňovat.

### Využít místní talent a příklady dobré praxe...

Využít zdroje z místní komunity, příklady přivezené od jinud se ne vždy osvědčují, ale mohou sloužit jako příklad, ponaučení – prakticky naplnit princip „myslet globálně, jednat lokálně“.

## III. Základní cíle

Hlavním cílem informačních a propagačních aktivit uvedených v této komunikační a PR strategii je zvýšit povědomí veřejnosti o IPRM, připravovaných záměrech města Chomutov a problémových oblastech, které chce město prostřednictvím realizace IPRM řešit. Na to navazuje faktické zapojení odborné i laické veřejnosti do přípravy IPRM, prostřednictvím poskytnutí prostoru k vyjádření se a připomínkování, všem, kteří budou mít zájem a to při využití takových nástrojů, které budou pro veřejnost co nejpřístupnější.

K dalším cílům patří zejména:

- 1) Docílit pozitivního vnímání IPRM širokou veřejností.
- 2) Zajištění co nejširší informovanosti o samotném konceptu IPRM a připravovaných záměrech.
- 3) Zvýšení zájmu občanů a partnerů o proces přípravy a zpracování IPRM (budoucnost města).
- 4) Porozumění důvodům, proč město připravuje IPRM a proč zvolilo danou zónu/téma.
- 5) Systematickým poskytováním srozumitelných informací zvýšit zájem o využívání finančních zdrojů z fondů EU – partnerské projekty.
- 6) Uvedení do povědomí občanů význam a smysl strukturálních fondů jako nástroje politiky hospodářské a sociální soudržnosti.

## IV. Nástroje a cílové skupiny

K realizaci Komunikační a PR strategie IPRM budou využity zejména tyto nástroje:

<b>Nástroj:</b>	<b>I. Prezentace na WWW</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>široká veřejnost; odborná veřejnost; poskytovatel dotace – zprostředkující subjekt; potencionální koneční uživatelé</b>

Bude používána pro zajištění plošné informovanosti s maximálním rozsahem informací. K celosvětové internetové síti je dnes již připojeno 4,5 milionu Čechů a proto je zde velký předpoklad využití tohoto nástroje. Zároveň se jedná o komunikační nástroj, který umožňuje interakci.

Prezentace na WWW bude mít tuto strukturu:

- **Hlavní strana (Slovo primátorky)**
- Prostor pro oslovení veřejnosti a občanů Statutárního města Chomutova nejvyšším představitelem města a sdělení důležitosti kvalitního zpracování, možnosti participace na rozvoji města a významnosti implementace IPRM pro oživení Chomutova – města pro život. Tato strana bude sloužit také jako home page.
- **Co je to IPRM**
- Přiblížení veřejnosti, proč chce (musí) město zpracovat IPRM; z jakého principu „integrováný plán“ vychází. Jaký je postup při zpracovávání takového dokumentu, jaký bude jeho obsah, jaké kladou operační programy podmínky (např. ROP a jeho min. limity výše investice) a jaké jsou priority města (tj. jaké IPRM budou realizovány...). Jde o to, aby si občan dokázal na základě srozumitelných informací udělat představu o tom, proč se něco jako IPRM zpracovává, co tato zkratka představuje a co to pro něho bude prakticky znamenat, jakožto obyvatele města Chomutova.
- **Aktuality (akce)**
- V tomto odkazu by se měly objevovat veškeré aktuality (historie prací na IPRM), pozvánky, akce a workshopy. Měla by zde být také možnost dostávat newsletter e-mailem, kdy si občan zaregistruje e-mail a na ten mu budou chodit aktuality automaticky...).
- **Dokumenty**
- Zcela určitě umístit na www koncept IPRM, a nastartovat možnost veřejnosti se k danému dokumentu vyjádřit (připomínkový formulář) – způsob vypořádání připomínek poté bude v samotném dokumentu IPRM obsažen!
- **Organizace**
- Obsahuje informace o řídicí struktuře IPRM, tedy o všech orgánech a jejich kompetencích. Poskytuje tak transparentní obraz o tom, kdo se podílí na přípravě, zpracování IPRM. Protože však musí být zachováno sledování dotazů ze stran veřejnosti, neměly by být uvedeny kontakty na jednotlivé členy orgánů, nýbrž pouze centrální kontakt (viz níže) na hlavního projektového manažera, který bude distribuovat dotazy na osoby kompetentní k odpovědi a zajistí kontrolu toho, že odpověď bude včas zaslána dotazujícímu.
- **Harmonogram**
- Velmi důležité je poskytnout veřejnosti a partnerům časový rámec práce na IPRM. Zde by mělo být veřejnosti sděleno, jak bude vypadat časový plán přípravy a zpracování IPRM (vč. již prací proběhlých v minulosti).
- **Fotogalerie**
- Stránky týkající se IPRM města by neměly být naplněny pouze textem. Velmi důležitou součástí poskytování informací je také doplnění textů obrázky (fotografiemi) z různých akcí, workshopů, okolí města, případně lokalit, kterých se implementace IPRM dotkne. Tato sekce tak obrazově přiblíží práci na IPRM a zároveň bude sloužit jako doplněk při dokazování uskutečnění akcí (nejen prezenční listina).
- **Důležité odkazy**
- Odkazy na důležité zdroje informací o EU, metodice IPRM (MMR), ÚRR (ROP SZ), a další, kde mohou občané získat info o fondech EU atp.
- **Publikované články a zprávy o IPRM**

- Obsahuje chronologicky seřazené veškeré zprávy týkající se IPRM a záměrů města v rámci IPRM (může obsahovat samozřejmě také rozhodnutí Rady města, Zastupitelstva, články z noviny, zvukové záznamy apod.). Jedná se o velmi důležitý nástroj pro komunikaci s veřejností a zároveň bude sloužit jako prostředek k doložení informovanosti veřejnosti.
- **Slovníček (používané zkratky)**
- V různých dokumentech, na odkazovaných stránkách, veřejných jednáních i tiskových zprávách se veřejnost setkává s různými pojmy a zkratkami z oblasti EU a projektového řízení. Smyslem tohoto odkazuje je poskytnout veřejnosti i partnerům informace o relevantních pojmech. Zároveň tím bude sjednoceno významové chápání pojmů, čímž bude zabráněno situaci, kdy by lidé spolu komunikující chápali pod daným pojmem rozdílné.
- **Kontakt**
- Obsahuje telefonický, e-mailový kontakt na hlavního projektového manažera IPRM a další kontaktní osobu z MM Chomutov (někdo, kdo má všeobecný přehled o městu a jeho záměrech – „místní“). Zároveň by zde měl mít občan možnost získat informaci o tom, do jaké lhůty mu bude jeho dotaz zodpovězen (lhůty). Měl by zde být také umístěn odkaz na připomínkový formulář k vyjádření se ke konceptu IPRM ze strany veřejnosti. Samozřejmostí je poděkování za případný odeslaný dotaz a všechny připomínky!

<b>Nástroj:</b>	<b>II. Mítink s primátorkou (zástupcem města)</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>široká veřejnost; odborná veřejnost; potencionální koneční uživatelé</b>

Tento nástroj slouží zejména k živé diskusi mezi zástupci města a veřejností (občany). Jedná se o velmi vhodný nástroj komunikace s veřejností, kdy politická reprezentace města projeví fyzicky zájem o názory a připomínky veřejnosti. Využití tohoto nástroje nicméně nebude tak časté. Důležité je zmínit, že se jedná o komplementární nástroj v porovnání např. s prezentací na www neboť zejména starší generace občanů nemá k internetu přístup a také dává přednost osobnímu projednávání.

Z každého jednání musí být proveden záznam a evidovaný postup vypořádání připomínek přítomných občanů.

<b>Nástroj:</b>	<b>III. Chomutovský zpravodaj, tiskové zprávy</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>široká veřejnost; odborná veřejnost; poskytovatel dotace – zprostředkující subjekt; potencionální koneční uživatelé</b>

Pravidelné vydávání městského zpravodaje dnes patří ve velkých městech k tradici. V tomto periodiku by se měly objevovat pouze velmi obecné informace o IPRM, s odkazy na zdroje, kde je možné získat informací více a podrobnějších. V souvislosti s tím je dobré tento nástroj využívat ke zveřejňování pozvánek na workshopy a semináře k problematice IPRM apod. V souvislosti s tímto zpravodajem je také dobré využít institutu „tiskových zpráv“, které mohou být například rozesílány významnějším deníkům či týdeníkům ke zveřejnění.

<b>Nástroj:</b>	<b>IV. Kulaté stoly s partnery</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>odborná veřejnost; potencionální koneční uživatelé</b>

Je dobré si uvědomit, že IPRM má přinášet synergické (tj. spolupůsobící) efekty. Pro významné i méně významné investory/podnikatele je zcela nezbytné být informován o strategických záměrech města a jeho rozvoji. Tento nástroj se tak zaměřuje na zcela specifickou komunikaci s těmi, kteří by potencionálně mohli zahrnout své vlastní projekty, nápady do IPRM a přinést další know-how. O důležitosti zahrnutí partnerských projektů do IPRM svědčí i skutečnost, že vláda rozhodla u těch projektů, které budou součástí IPRM (mimo financovaných z ROP) o bonifikaci ve výši 10%.

<b>Nástroj:</b>	<b>V. Workshopy s odborníky a veřejností</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>široká veřejnost; odborná veřejnost; potencionální koneční uživatelé</b>

Velmi důležité je prezentovat strategické záměry města za účasti odborníků na danou problematiku, za účasti veřejnosti. Tento workshop se tak nemusí přímo týkat pouze IPRM města Chomutov, ale může zahrnovat širší téma – jako například udržitelný rozvoj ve městech či zapojení veřejnosti při plánování rozvoje města apod. Tento nástroj je tím, co v sobě snoubí jednak pohled odborné části veřejnosti, která je k dispozici i široké (laické) veřejnosti. Tyto dvě skupiny spolu diskutují, navzájem si vyměňují postřehy a obohacují se, protože každá skupina vidí problematiku z jiného úhlu pohledu. Tyto workshopy, resp. výstupy z nich tak mohou sloužit jako obhajoba záměrů města, resp. jeho kroků (vyvrácení námitek ze strany veřejnosti prostřednictvím nezávislých odborníků – mimo struktury města) a na druhé straně umožní zpracovateli IPRM získat další podněty ze strany veřejnosti.

<b>Nástroj:</b>	<b>VI. Pozvánky na jednání Pracovní skupiny IPRM</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>odborná veřejnost; poskytovatel dotace – zprostředkující subjekt;</b>

Využití tohoto nástroje poukazuje na jistou otevřenost orgánu, který připravuje a zpracovává IPRM. Nevýhodou tohoto nástroje je určité narušení klimatu Pracovní skupiny (cizí element v podobě přítomnosti dalších osob). Je potřeba velmi zvážit, jak často a při jakém programu jednání tento nástroj využít. Program takového jednání, na které by měla přístup veřejnost (konání jednání Pracovní skupiny by se např. oznámilo v tisku) musí mít totiž zvláštní charakter – musí být pro veřejnost srozumitelné a přínosné.

<b>Nástroj:</b>	<b>VII. Připomínkové formuláře</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>široká veřejnost; odborná veřejnost; potenciaální koneční uživatelé</b>

Tento nástroj znamená – z pohledu veřejnosti - fakticky možnost se vyjádřit k aktuálnímu stavu přípravy a zpracování IPRM, resp. návrhu dokumentu. Protože z metodiky k IPRM vyplývá, že zapojení veřejnosti a informovanost je jedním z klíčových témat a objektu hodnocení, je dobré tento nástroj poskytnout veřejnosti co nejdříve. Poskytovatel dotace bude hodnotit, jakým způsobem zpracovatel IPRM umožnil veřejnosti se vyjádřit k zpracovávanému dokumentu a jakým způsobem se vypořádal s připomínkami vzešlých z veřejnosti. Tento nástroj úzce souvisí s www prezentací IPRM.

<b>Nástroj:</b>	<b>VIII. Průzkumy veřejného mínění</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>široká veřejnost; potenciaální koneční uživatelé</b>

Názor těch, kteří v dané lokalitě žijí a jichž se významně připravované rozvojové projekty v době realizace IPRM dotknou musí zpracovatele IPRM zajímat. Tento nástroj je zvláštní tím, že nečekáme, až veřejnost sama projeví zájem, ale sami oslovíme respondenty a zeptáme se na jejich názor, přání a potřeby v souvislosti s IPRM. Tento nástroj klade vysoké nároky na zpracování a přípravu, neboť jen tak bude možné závěry empirického průzkumu brát za reprezentativní.

<b>Nástroj:</b>	<b>IX. PR materiály (letáčky, billboardy, atd.)</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>široká veřejnost; potenciaální koneční uživatelé</b>

Mezi nástroje, které mají velmi stručně informovat, popřípadě odkazovat na další zdroj podrobnějších informací jistě má v komunikační a PR strategii své místo. Musí být umístěn v místě, kde je velká frekvence výskytu veřejnosti a kde má pro veřejnost tento charakter informací svou cenu, tj. je potřeba zvolit cílová místa – např. knihovny, univerzita, magistrát, veřejný internet apod.

<b>Nástroj:</b>	<b>X. Přímá komunikace</b>
<b>Cílová skupina:</b>	<b>široká veřejnost; odborná veřejnost; poskytovatel dotace – zprostředkující subjekt; potenciaální koneční uživatelé</b>

Bude využívána pro zodpovídání konkrétních dotazů. Přímá komunikace se může realizovat prostřednictvím různých nástrojů, kterými jsou např. osobní styk; telefonicky; e-mailem apod. Je důležité, aby veškeré komunikace v souvislosti s IPRM byla evidována, protože bude vstupovat do statistik a výkazů, tedy do finálního dokumentu IPRM, který bude předkládaný k hodnocení Řídícímu orgánu ROP SZ.

## V. Organizační zajištění Komunikační a PR strategie

Organizačně bude Komunikační a PR strategie zajišťována spoluprací jednotlivých odborů Magistrátu města Chomutov (zejména odborem komunikace s veřejností), přičemž v roli koordinátora a spolupracovat na naplnění této strategie bude hlavní projektový manažer IPRM. Hlavní projektový manažer ve spolupráci s jednotlivými odbory (zejména odborem komunikace s veřejností) zajistí, aby výstupy měly jednotnou vizualizaci. Pověřený pracovník IPRM bude kontaktní osobou pro otázky ze stran veřejnosti či tisku – jakýsi „tiskový mluvčí“ IPRM.

## VI. Harmonogram realizace ve fázi přípravy a zpracování IPRM

### Leden 2008:

- 1) zprovoznit a zpřístupnit www stránky týkající se IPRM v rozsahu, jaký je uveden v této Komunikační a PR strategii (udržovat aktualizaci stránek!),
- 2) naplánovat a realizovat mítink veřejnosti s primátorkou,
- 3) připomínkové formuláře zveřejnit a uveřejnit výzvu k zapojení veřejnosti (připomínkování záměrů města. Je nutné zveřejnit koncept IPRM na www stránkách),
- 4) naplánovat průzkum veřejného mínění a zadat k realizaci (zapojit motivaci občanů – např. 15% sleva na služby městských kulturních a sport. organizací nebo losování o permanentky...),
- 5) naplánovat vydání PR materiálů (letáčky) a umístit je např. do MHD nebo jako přílohu Chomutovských novin,
- 6) zajistit tiskový výstup v Chomutovských novinách.

### Únor 2008:

- 1) naplánovat a realizovat mítink veřejnosti s primátorkou,
- 2) realizovat průzkum veřejného mínění (vybraný realizátor, tazatelé mohou být studenti – tj. školy jako partneři),
- 3) kulaté stoly s partnery (zjištění potřeb, plánů a investic – možnost spolupráce),
- 4) zajistit zpracování a expedici letáčků týkajících se IPRM (výzva veřejnosti k zapojení se),
- 5) naplánovat workshop s odborníky (zástupci ÚRR; regionální rozvoj ÚK apod.), zajistit informovanost veřejnosti a médií,
- 6) zcela určitě v tomto měsíci spustit možnost připomínkovat koncept IPRM ze strany veřejnosti (připomínkové formuláře dostupné z www),
- 7) zajistit výstup v Chomutovských novinách.

### Březen 2008:

- 1) realizovat workshop s odborníky,
- 2) naplánovat mítink veřejnosti s primátorkou,
- 3) nadále expedovat letáčky týkající se IPRM,
- 4) zajistit výstup v Chomutovském zpravodaji.

### Průběžně:

- 1) přímá komunikace,
- 2) zpracovávat a evidovat připomínky ze strany veřejnosti a partnerů,
- 3) doplňovat kontakty (médiá, tisk, TV apod.) a aktualizovat tuto Komunikační a PR strategii.

## VII. Analýza rizik Komunikační a PR strategie

Charakteristika rizika	Míra rizika (Nízká / Střední / Vysoká)
Nesrozumitelnost podaných informací	Nízká
Nespolehlivost či zpoždění informací	Nízká
Nedostatečná motivovanost veřejnosti	Střední

Nedostupnost informací (selhání informačních zdrojů)	Nízká
Nefunkční organizace Komunikační a PR strategie	Střední

### **Opatření ke snížení rizik**

#### Nesrozumitelnost informací:

Budou monitorovány reakce veřejnosti na zveřejněné informace a případné připomínky na nesrozumitelnost či nejasnost budou ihned napravovány. K eliminaci vzniku nedorozumění a omylům vyplývajícím z případného nepochopení některých pojmů bude součástí hlavního informačního zdroje (tj. www prezentace) slovníček IPRM.

#### Nespolehlivost či zpoždění informací:

Veškeré informace, které budou zveřejňovány, budou ověřovány a bez jistoty správnosti informace nebudou tyto zveřejňovány. V rámci přípravy, zpracování a realizaci IPRM bude k dispozici IS, který bude hlídat termíny a na expiraci některých úkolů upomínkovat odpovědné osoby, ke zpožděním tak nebude docházet (dvojitá kontrola – odpovědná osoba + garant). Případné informace lze poté ještě ověřit na základě informační linky – kontaktu, na kterém veřejnost získá podrobné, resp. ověřující informace.

#### Nedostatečná motivovanost veřejnosti:

Není možné uložit povinnost veřejnosti se účastnit přípravy a zpracování IPRM. Ve všech nástrojích v rámci této Komunikační a PR strategie bude zdůrazňována možnost se zapojit, možnost podílet se na rozvoji města, ve kterém občan žije. Opatřením ke zvýšení motivovanosti veřejnosti může být např. při zapojení se do dotazníkového šetření kupón na slevu při využití služeb kulturních a sportovních organizací města. Osloveny budou také ekologická sdružení, zástupci významných organizací apod., které zastupují zájmy mnoha občanů.

#### Nedostupnost informací:

Bude zajištěna pravidelná kontrola funkčnosti odkazů a přístupnosti informací na www. Informace v souvislosti s IPRM budou distribuovány v takovém počtu a takovým způsobem, který osloví širokou veřejnost a všechny věkové kategorie. Nástroje této Komunikační a PR strategie jsou zvolené tak, aby měl každý možnost využít ten způsob vyjádření se a zapojení, který jemu vyhovuje.

#### Nefunkční organizace Komunikační a PR strategie:

Projednáním a schválením Komunikační a PR strategie bude uložena povinnost dotčeným odborům spolupracovat s hlavním projektovým manažerem a dalšími relevantními osobami. Každému v týmu, který se bude podílet na organizaci Komunikační a PR strategii bude důrazně vysvětlen význam dodržování principů a účelu této strategie.

## **VIII. Monitorování Komunikační a PR strategie**

Odbor komunikace s veřejností bude průběžně sledovat naplnění a využívání nástrojů Komunikační a PR strategie a 2x ročně podávat zprávu o stavu jeho realizace. Měřítkem účinnosti bude počet obdržených připomínek, dotazů a reakcí v souvislosti s IPRM ve vztahu k připomínkám a reakcím k předchozím rozvojovým a strategickým dokumentům města (např. Strategie rozvoje města). V případě zjištění neopodstatněných rozdílů a nedostatků budou navržena příslušná opatření.