



**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA
ZA POSTUPAK IZRADE I PROVEDBE
NACIONALNOG PLANA RAZVOJA
PRERADE DRVA I PROIZVODNJE
NAMJEŠTAJA REPUBLIKE HRVATSKE ZA
RAZDOBLJE OD 2022. DO 2030. GODINE**

Zagreb, rujan 2021.





SADRŽAJ

1. UVOD.....	2
2. KOMUNIKACIJSKI CILJEVI	3
2.1. Opći cilj.....	3
2.2. Posebni ciljevi	3
3. CILJNE SKUPINE.....	3
4. KOMUNIKACIJSKE PORUKE, MJERE I ALATI	4
4.1. Komunikacijske poruke	4
4.2. Komunikacijske mjere	5
4.3. Komunikacijski alati	5
5. FINACIJSKI OKVIR ZA PROVEDBU KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE.....	6
6. PRAĆENJE I VREDNOVANJE PROVEDBE KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE	7
7. AKCIJSKI PLAN KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE 2022. – 2024.	8

1. UVOD

U skladu s odredbama Zakona o sustavu strateškog planiranja i upravljanja razvojem Republike Hrvatske („Narodne novine“, broj 123/17.), Nacionalni plan razvoja prerade drva i proizvodnje namještaja Republike Hrvatske za razdoblje od 2022. do 2030. godine (u daljnjem tekstu: Nacionalni plan) je srednjoročni akt strateškog planiranja održivog razvoja prerade drva i proizvodnje namještaja kojim se pobliže definira provedba strateških ciljeva iz Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine („Narodne novine“, broj 13/2021.), utvrđuju opći i posebni ciljevi, prioriteti održivog razvoja ovih ekonomskih djelatnosti i način njihova postizanja.

U okviru Nacionalnog plana odredit će se terminski plan provedbe mjera i/ili projekata, izraditi indikativni financijski plan s prikazom financijskih pretpostavki za njihovu provedbu kao i okvir za praćenje i vrednovanje Nacionalnog plana.

Nacionalnim planom predlažu se smjernice za održivi razvoj prerade drva i proizvodnje namještaja na temelju postavljenih prioriteta i ciljeva vodeći pritom posebno računa o:

- uspostavi okvira za jačanje konkurentnosti i tržišne prepoznatljivosti djelatnosti,
- smanjenju gospodarske razvojne nejednakosti među djelatnostima i različitim područjima,
- jačanju otpornosti djelatnosti na klimatske promjene i
- doprinosu ukupnom gospodarskom razvoju Republike Hrvatske.

Na temelju odredbi Uredbe o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave („Narodne novine“, broj 89/18.) obvezna je izrada komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana za postupak izrade i provedbe Nacionalnog plana, radi odgovarajućeg informiranja, komunikacije i vidljivosti postupka planiranja javnih politika.

Komunikacijska strategija za postupak izrade i provedbe Nacionalnog plana (u daljnjem tekstu: Komunikacijska strategija) ima za svrhu, putem aktivnosti komunikacije i informiranja, ostvariti transparentnu i učinkovitu izradu i provedbu kao i praćenje provedbe i vrednovanje Nacionalnog plana te postizanje općeg i posebnih ciljeva Komunikacijske strategije. Komunikacija s javnošću ostvarivat će se putem tradicionalnih, ali i putem digitalnih komunikacijskih kanala te će se redovito objavljivati sve novosti vezane za izradu i provedbu Nacionalnog plana.

Ciljevi Komunikacijske strategije realizirat će se provedbom komunikacijskih aktivnosti koje će se utvrditi komunikacijskim akcijskim planom, podložnim revidiranju kako bih se aktivnosti prilagodile potrebama provedbe Nacionalnog plana. Ciljevi komunikacijskih aktivnosti mijenjat će se u skladu s aktivnostima akcijskih planova Nacionalnog plana.

Sastavni dio Komunikacijske strategije je navedeni komunikacijski akcijski plan, kojim se definiraju rokovi i dinamika provedbe aktivnosti korištenjem komunikacijskih alata u svrhu ostvarenja komunikacijskih ciljeva.

Komunikacijska strategija izrađuje se za razdoblje trajanja izrade i provedbe Nacionalnog plana. Vremenski slijed aktivnosti za razdoblje u kojem se provodi postupak izrade i provedbe Nacionalnog plana nalazi se na kraju ovoga dokumenta u okviru komunikacijskog akcijskog plana.

2. KOMUNIKACIJSKI CILJEVI

2.1. Opći cilj

Opći cilj Komunikacijske strategije je jačanje transparentnosti, dostupnosti i partnerstva u postupka izrade, provedbe te praćenja provedbe i vrednovanja Nacionalnog plana.

2.2. Posebni ciljevi

U svrhu postizanja općeg cilja utvrđeni su posebni komunikacijski ciljevi:

1. uspostava učinkovite komunikacije i suradnju svih dionika u procesu izrade i provedbe Nacionalnog plana
2. unaprjeđenje transparentnosti i informiranosti svih dionika i javnosti u svim fazama izrade i provedbe Nacionalnog plana,
3. podizanje svijesti o ulozi i značaju Nacionalnog plana za razvoj prerade drva i proizvodnje namještaja i cjelokupnog gospodarstva Republike Hrvatske,
4. informiranje potencijalnih korisnika o mogućim izvorima financiranja namijenjenim projektima razvoja prerade drva i proizvodnje namještaja.

Očekivani rezultati posebnih komunikacijskih ciljeva su:

1. uspostavljena učinkovita komunikacija i suradnja svih dionika u procesu izrade i provedbe Nacionalnog plana,
2. postignuta transparentnost i informiranost svih dionika i javnosti u svim fazama izrade i provedbe Nacionalnog plana i potencijalni korisnici informirani o mogućim izvorima financiranja razvojnih projekata

Posebni komunikacijski ciljevi bit će ostvareni kroz komunikacijske mjere. Ministarstvo poljoprivrede (u daljnjem tekstu: Ministarstvo), kao nositelj izrade Nacionalnog plana, odgovorno je tijelo i za realizaciju ciljeva Komunikacijske strategije.

3. CILJNE SKUPINE

Ciljne skupine su skupovi dionika koji imaju aktivnu ili pasivnu ulogu u ostvarenju ciljeva, razvojnih prioriteta i mjera i/ili projekata razvoja prerade drva i proizvodnje namještaja. Kontinuirana suradnja i komunikacija s ciljnim skupinama omogućit će učinkovitiji postupak izrade i provedbe Nacionalnog plana.

Ciljne skupine za Komunikacijsku strategiju obuhvaćaju sljedeće dionike:

- Stručnu radnu skupinu za izradu prijedloga Nacionalnog plana,
- donositelje odluka na svim razinama
- jedinice lokalne samouprave i jedinice područne (regionalne) samouprave,
- nositelje i/ili sunositelje razvojnih mjera i/ili projekata Nacionalnog plana
- gospodarske i socijalne partnere
- znanstvenu i stručnu zajednicu te obrazovni sustav
- zainteresiranu javnost i širu zajednicu i
- medije i druge prenositelje informacija.

S ciljem osiguravanja preduvjeta za kvalitetnu izradu i provedbu kao i pravodobnog reagiranja na rizike u postupku izrade i provedbe Nacionalnog plana, Komunikacijska strategija posebno će se obraćati:

- Vladi Republike Hrvatske kao donositelju političkih odluka te
- tijelima državne uprave i drugim tijelima, institucijama, organizacijama uključenim u izradu, provedbu i praćenje provedbe Nacionalnog plana.

Ministarstvo će putem Glavnog tajništva, Službe za informiranje, Odjela za odnose s javnošću osigurati da informacijske i komunikacijske mjere obuhvaćaju najširu medijsku prekrivenost koristeći razne oblike i metode komuniciranja i diseminacije informacija. S obzirom na to da Nacionalni plan uključuje raznolike i brojne dionike, održavanje redovite komunikacije od izrazite je važnosti stoga identificirane komunikacijske mjere i alati trebaju osigurati jasne i otvorene komunikacijske kanale kako bi se olakšala provedba razvojnih mjera Nacionalnog plana.

4. KOMUNIKACIJSKE PORUKE, MJERE I ALATI

4.1. Komunikacijske poruke

Ciljevi Komunikacijske strategije realizirat će se provedbom komunikacijskih mjera i aktivnosti, koje će se tijekom razdoblja izrade i provedbe Nacionalnog plana usklađivati s pojedinim fazama. Sve aktivnosti u okviru Komunikacijske strategije primijenit će se na odgovarajući način, odnosno:

- informacije će biti prezentirane u jasnom, pristupačnom i razumljivom obliku i jeziku,
- aktivnosti će se temeljiti na usmjeravanju svih relevantnih poruka ciljnim skupinama,
- ciljne skupine bit će uzete u obzir prilikom razvijanja i korištenja komunikacijskih alata,
- aktivnosti će biti komplementarne i konzistentne te će se težiti uspostavljanju dodatnih komunikacijskih alata i odašiljanju cjelovite poruke,
- uspostaviti će se sustav praćenja i ažuriranja informacija, kako bi iste bile u tijeku s vremenom i potencijalnim promjenama situacije.

Komunikacijske mjere i aktivnosti poduzimat će se u tri faze kojima odgovaraju ključne komunikacijske poruke:

1. u prvoj fazi bit će usmjerene na uspostavljanje i usklađivanje komunikacije među dionicima uključenima u izradu Nacionalnog plana i informiranje javnosti o načinima uključivanja i koracima koji slijede u procesu njegove izrade,
2. u drugoj fazi bit će usmjerene na informiranje javnosti o odrađenim aktivnostima i na uključivanje zainteresiranih dionika u samu izradu Nacionalnog plana kroz postupak javnog savjetovanja,
3. u trećoj fazi bit će usmjerene na informiranje javnosti o provedbi aktivnosti Nacionalnog plana u okviru posebnih ciljeva za svaku pojedinu godinu i na sudjelovanje javnosti u vrednovanju za vrijeme njegove provedbe.

U periodu provedbe komunikacijskih aktivnosti, provodit će se aktivnosti praćenja i vrednovanja ostvarenja komunikacijskih mjera i aktivnosti te ciljeva i pokazatelja Komunikacijske strategije. Komunikacijski pristup bit će prilagođen s obzirom na rezultate navedene aktivnosti, u svrhu realizacije ciljeva postavljenih u Komunikacijskoj strategiji.

4.2. Komunikacijske mjere

Komunikacijske mjere uključuju:

- redovitu internu komunikaciju i koordinaciju dionika, poput pisane i usmene komunikacije i koordinacije, sastanaka, održavanja fokus grupa, savjetovanje i sjednica Stručne radne skupine za izradu Nacionalnog plana, s ciljem učinkovitosti procesa i rezultata izrade te kvalitete, brojnosti i sinergije ostvarenih rezultata,
- redovito informiranje i savjetovanje s dionicima putem prikladnih i dostupnih komunikacijskih alata o svim značajnim koracima poduzetim u procesu izrade i provedbe Nacionalnog plana, poput održavanja sastanaka i koordinacija i dijeljenja medijskih objava vezanih za njegovu izradu i provedbu,
- pravovremenu dostupnost informacija na službenoj mrežnoj stranici Ministarstva kao glavnom komunikacijskom alatu u svrhu informiranja javnosti, zainteresirane javnosti, partnera i svih dionika o izradi i provedbi Nacionalnog plana
- održavanje javnih događanja radi povezivanja i poticanja partnerstva dionika u postupku izrade i provedbe Nacionalnog plana, a osobito radi informiranja o mogućnostima financiranja razvojnih projekata,
- osiguranje medijske vidljivosti s ciljem omogućavanja protoka informacija o izradi i provedbi Nacionalnog plana do najšire javnosti.

4.3. Komunikacijski alati

Komunikacijski alati su načini prenošenja informacija ciljnim skupinama, odnosno kanali kojima će se Ministarstvo koristiti za informiranje i savjetovanje s javnošću. Komunikacijske aktivnosti prema ciljnim skupinama provodit će se putem opće, medijske i interne komunikacije korištenjem sljedećih alata:

- **Službena elektronička pošta** – komunikacijski alat u svrhu redovitog službenog komuniciranja i razmjene informacija svih dionika koji su izravno i/ili neizravno uključen u izradu i provedbu Nacionalnog plana.
- **Interna komunikacija** – interni komunikacijski alat u svrhu informiranja i educiranja službenika o izradi i provedbi Nacionalnog plana.
- **Službena mrežna stranica Ministarstva**, [Službena stranica Ministarstva poljoprivrede](#) glavni komunikacijski alat u svrhu informiranja javnosti, zainteresirane javnosti, partnera i svih dionika o izradi i provedbi Nacionalnog plana. Ministarstvo na svojoj stranici ima podstranicu *e-Savjetovanja* koja omogućuje internetsko savjetovanje s javnošću o prijedlozima zakona i podzakonskih akata pa tako i strateških, operativnih i planskih dokumenata. Također na mrežnoj stranici u odjeljku *Šume - Drvna industrija - Nacionalni plan razvoja prerade drva i proizvodnje namještaja Republike Hrvatske za razdoblje od 2022. do 2030. godine*, javno su dostupne sve relevantne informacije vezane za izradu ovoga dokumenta, kao i za njegovu provedbu i vrednovanje.
- **Profil na društvenim mrežama**, [Facebook Ministarstva poljoprivrede](#), profil Ministarstva otvoren je na društvenoj mreži *Facebook*, koji će biti i u svrhu izravnog informiranja i predstavljanja vijesti vezanih za izradu i provedbu Nacionalnog plana.
- **Medijska vidljivost** – glavni komunikacijski alat u svrhu protoka informacija do šire javnosti koja nije izravno uključena u izradu i provedbu Nacionalnog plana. Osiguranje medijske vidljivosti bit će ostvareno putem priopćenja za medije, radio i TV promidžba i promidžba putem internetskih medija. Ove aktivnost medijske promidžbe i vidljivosti zbog svojeg karaktera provodit će se u određenim vremenskim razmacima, dok će se prilikom odabira medija u obzir uzeti karakter informacije i ciljana skupina koja je u fokusu, a kojoj se obraća, odnosno doseg koji određeni medij ima prema određenim ciljanim skupinama.
- **Javna događanja** – glavni komunikacijski alat u svrhu ostvarenja izravne komunikacije sa zainteresiranom javnošću za vrijeme izrade i provedbe Nacionalnog plana, putem predstavljanja, informativnog događaja, sjednice, fokus grupa, sastanka i drugih oblika izravne komunikacije.

5. FINANCIJSKI OKVIR ZA PROVEDBU KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Provedba Komunikacijske strategije zahtjeva osiguravanje potrebnih financijskih sredstva kao i odgovarajućih tehničkih kapaciteta i ljudskih potencijala od strane Ministarstva. Sredstva za promidžbu i provedbu komunikacijskih aktivnosti osigurat će se u Državnom proračunu Republike Hrvatske, unutar razdjela Ministarstva poljoprivrede, a indikativni iznos potrebnih sredstava utvrdit će se na godišnjoj razini.

Osim financijskih sredstava, za provedbu Komunikacijske strategije nužno je osigurati potrebne tehničke preduvjete, koji se prvenstveno odnose na informatičku i telekomunikacijsku opremu te odgovarajuće prostorne uvjete za održavanje radnih sastanaka, tematskih radionica i javnih događanja, a koje će Ministarstvo u okviru svojih mogućnosti osigurati i staviti na raspolaganje.

6. PRAĆENJE I VREDNOVANJE PROVEDBE KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Kako bi se utvrdilo u kojoj su mjeri provedene komunikacijske aktivnosti i realizirani komunikacijski ciljevi, Ministarstvo će provoditi evaluaciju uspješnosti provedbe Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana pa će na godišnjoj razini u okviru izvještavanja o provedbi Nacionalnog plana i Akcijskog plana provedbe Nacionalnog plana za razdoblje od 2022. do 2024. godine (u daljnjem tekstu: Akcijski plan provedbe Nacionalnog plana), izvještavati i o njezinoj provedbi.

U skladu s odredbama Zakona o sustavu strateškog planiranja i upravljanja razvojem Republike Hrvatske, koordinativno tijelo ili koordinacijsko tijelo je Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, dok je koordinator za strateško planiranje unutarnja ustrojstvena jedinica nadležna za poslove strateškog planiranja u Ministarstvo, Uprava za financijske poslove i javnu nabavu, Odjel za strateško planiranje, upravljanje rizicima i izvještavanje o fiskalnoj odgovornosti.

Uspješnost provedbe Komunikacijske strategije pratit će se putem indikativnih pokazatelja uspješnosti navedenih u Tablici 1. te će se u skladu s rezultatima praćenja, prema potrebi, modificirati / prilagoditi komunikacijski pristup i izmijeniti komunikacijski akcijski plan za narednu godinu.

Tablica 1. Pokazatelji uspješnosti prema komunikacijskoj mjeri i komunikacijskom alatu

Komunikacijska mjera	Komunikacijski alat	Pokazatelj uspješnosti	Početna (p) / ciljna (c) vrijednost
Redovita interna komunikacija i koordinacija dionika	Interni sastanci, radionice, fokus grupe sjednice, seminari	1. broj sastanaka/ /sjednica/ konzultacija Stručne radne skupine za izradu Nacionalnog plana 2. broj sudionika	1. P-0; C-20 2. P-0; C-200
Redovito informiranje i savjetovanje s dionicima o svim značajnim koracima poduzetim u procesu izrade i provedbe Nacionalnog plana	Službena mrežna stranica Ministarstva i profil na društvenoj mreži, medijske objave	1. broj objava na mrežnoj stranici i profilu 2. statistika posjeta 3. provedeno savjetovanje s javnošću	1. P-0; C-30 2. P-0; C- 2000 3. P-0; C-2
Pravovremena dostupnost informacija	Službena mrežna stranica Ministarstva i profil na društvenoj mreži	1. broj objava na mrežnoj stranici i profilu 2. statistika posjeta	1. P-0; C-20 2. P-0; C-1500
Održavanje javnih događanja	Javna predstavljanja, konferencija, okrugli stol i druga javna događanja	1. broj održanih javnih događanja 2. broj sudionika	1. P-0; C-5 2. P-0; C-100
Osiguranje medijske vidljivosti	Medijska priopćenja, sudjelovanje u medijima	1. Broj priopćenja za medije 2. Broj objava u medijima	1. P-0; C-10 2. P-0; C-10

7. AKCIJSKI PLAN KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE 2022. – 2024.

Akcijски plan je prikaz komunikacijskih mjera koje doprinose ostvarenju ciljeva Komunikacijske strategije. U nastavku je sveobuhvatni plan primjenjiv za trogodišnje trajanja izrade i provedbe Nacionalnog plana i Akcijskog plana provedbe Nacionalnog plana.

Tablica 2. Komunikacijski akcijski plan za postupak izrade i provedbe Nacionalnog plana i Akcijskog plana provedbe Nacionalnog plana

OPĆI KOMUNIKACIJSKI CILJ	POSEBNI KOMUNIKACIJSKI CILJ	CILJANE SKUPINE	KOMUNIKACIJSKE MJERE I ALATI	VREMENSKI OKVIR	NOSITELJ PROVEDBE
Jačanje transparentnosti, dostupnosti i partnerstva u postupka izrade, provedbe te praćenja provedbe i vrednovanja Nacionalnog plana	Uspostava učinkovite komunikacije i suradnju svih dionika u procesu izrade i provedbe Nacionalnog plana	Stručna radna skupina za izradu Nacionalnog plana, socijalni partneri, donositelji odluka	Interna komunikacija i koordinacija održavanje fokus grupa	Kontinuirano 2022. – 2024.	Ministarstvo poljoprivrede
	Unaprijeđenje transparentnosti i informiranosti dionika i javnosti u svim fazama izrade i provedbe Nacionalnog plana	Dionici, javnost, donositelji odluka, mediji	- Informiranje o koracima u izradi i provedbi Nacionalnog plana - Savjetovanje s javnošću - Pravovremena dostupnost informacija na službenoj mrežnoj stranici	Kontinuirano 2022. – 2024.	Ministarstvo poljoprivrede
	Podizanje svijesti o ulozi i značaju Nacionalnog plana za razvoj prerade drva i proizvodnje namještaja i cjelokupnog gospodarstva Republike Hrvatske	Dionici, javnost, donositelji odluka, mediji	Održavanje javnih događanja	Kontinuirano 2022. – 2024.	Ministarstvo poljoprivrede
	Informiranje potencijalnih korisnika o mogućim izvorima financiranja namijenjenim projektima razvoja prerade drva i proizvodnje namještaja	Poslovni subjekti u području prerade drva i proizvodnje namještaja	- Pravovremena dostupnost informacija na službenoj mrežnoj stranici - Održavanje javnih događanja - Osiguravanje medijske vidljivosti	Kontinuirano 2022. – 2024.	Ministarstvo poljoprivrede

KLASA: 310-01/21-01/04
URBROJ: 525-11/0577-21-49
Zagreb, 17. rujna 2021.

PREDSJEDNICA STRUČNE RADNE SKUPINE

RAVNATELJICA

dr. sc. Renata Ojurović