



Evropska unija

## Komunikaciona kampanja

*„Uključivanje organizacija civilnog društva u proces donošenja energetske i klimatske politike na lokalnom nivou”*

*„Inclusion of Civil Society Organizations in Energy and Climate Policy Making at Local level“*

*/Podizanje svesti predstavnika lokalne samouprave i civilnog društva o značaju kreiranja energetske i klimatske politike u opštinama Vrbas i Kula/*

*Septembra, 2011. godine, u Beogradu, Republika Srbija*



Evropska unija

## SADRŽAJ

---

- 1. Uvodne napomene*
- 2. Background*
- 3. „Crvena nit“ u komunikaciji*
- 4. Ciljne grupe*
- 5. Komunikacijski ciljevi*
- 6. Poruke po ciljnim grupama*
- 7. Kanali komunikacije*
- 8. Alatke komunikacije*
- 9. Monitoring i evaluacija*
- 10. Komunikacijski nacrt*



Evropska unija

## 1. Uvodne napomene

Projekat „Uključivanje organizacija civilnog društva u proces donošenja energetske i klimatske politike na lokalnom nivou“ realizuje Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID) u okviru programa Podrška civilnom društvu. Program finansira Evropska unija (EU), njime rukovodi Delegacija Evropske unije u Republici Srbiji, a implementiran je od strane GOPA Consultants.

Projekat se realizuje od 29. juna 2011 do 29. juna 2012. godine na teritorijama opština Vrbas i Kula. Zvanični partneri na projektu su opštine Vrbas i Kula, kao i Centar za ekologiju i održivi razvoj (CEKOR) iz Subotice.

Osnovna svrha ove strategije je da podstakne lokalnu samoupravu i predstavnike lokalnog civilnog društva na aktivnije učešće u kreiranju energetske i klimatske politike.

Primarne ciljne grupe su lokalne samouprave u opštinama Vrbas i Kula i lokalni civilni sektor, pre svega, onaj koji se bavi aktivnostima u oblasti zaštite životne sredine. Kao sekundarne ciljne grupe izdvojili smo opštu i stručnu javnost, kao i predstavnike civilnog društva na nivou Republike Srbije. Krajnji korisnici ovog projekta biće građani koji žive u navedenim opštinama, ali i građani Vojvodine odnosno Republike Srbije, s obzirom na to da bi ovaj projekat mogao da bude model za dalje aktivnosti u oblasti energetske i klimatske politike.

Da bi se ostvarili ovi ciljevi, kampanja je osmišljena tako da na vreme isporuči dobro koncipirane, kreativno osmišljene, jasne i sažete poruke segmentiranoj publici, koju, pre svega, čini lokalna samouprava i civilni sektor u opštinama Vrbas i Kula.



Evropska unija

## 2. Background

U Izveštaju o napretku Srbije (2010) Evropske komisije naglašeno je da organizacije civilnog društva trebaju da budu aktivne u socijalnom, ekonomskom i političkom životu Srbije. Stoga je naš projekat pošao od pretpostavke da je za uspešan proces kreiranja energetske i klimatske politike, neophodna aktivnija uloga organizacija civilnog društva.

Glavni ciljevi našeg projekta su:

1. smanjenje emisije štetnih gasova, u sektorima koji su pokriveni SEAP-om (Sustainable Energy Action Plan), na teritorijama opština Vrbas i Kula prema SEAP odredbama i,
2. partnerstvo organizacija civilnog društva sa lokalnom samoupravom u promovisanju EU standarda u procesu donošenja energetske i klimatske politike na lokalnom nivou u Srbiji.

Upravo su ovi ciljevi osnova od koje polaze sve aktivnosti predviđene u komunikacionoj strategiji.

Opštine Vrbas i Kula suočavaju se sa nedostatkom dugoročno održive energetske politike. S jedne strane, nije realno očekivati podršku centralne vlasti u rešavanju ovih problema, a sa druge strane, lokalnoj samoupravi je potreban podsticaj da, u okviru svojih kapaciteta (koji nisu mali), dugoročno reše probleme u energetske oblasti.

Lokalne organizacije civilnog društva slabo su organizovane i ne poseduju dovoljne kapacitete da sprovedu ulogu posrednika između građana sa jedne i organa lokalne samouprave, sa druge strane. Istovremeno, hipoteza od koje polazimo je da nedovoljni aktivizam civilnog društva potiče i od „straha“ da se ne može uticati na donosiocima odluka u oblasti energetike. Stoga je jedan od najvažnijih ciljeva ove strategije da uključimo organizacije civilnog društva u javnu debatu i obezbedimo im dovoljno informacija i znanja kako bi uzeli ušesća u planiranju i implementaciji energetske i klimatske politike u saradnji sa lokalnom samoupravom.



Evropska unija

### 3. „Crvena nit“ u komunikaciji

„Crvena nit“ projekta je idejni koncept cele komunikacione strategije i svih događaja koji će sa tim ciljem biti organizovani. „Crvena nit“ nije i neće se poklapati sa porukama koje će se plasirati tokom trajanja projekta, a koje će predstavljati konkretne načine uticaja na definisane ciljne grupe. Ona će biti sveobuhvatan koncept koji će biti zajednički imenitelj za sve komunikacione aktivnosti.

U ovom projektu, ona će biti definisana u obliku lajt motiva kampanje: „uključite se u dobre odluke – energija i klima idu zajedno“.



Evropska unija

## 4. Ciljne grupe

U ovom dokumentu ćemo pod ciljnim grupama/javnostima podrazumevati onu grupu pojedinaca, institucija, organizacija prema kojima će biti usmerene komunikacione aktivnosti, odnosno to su one grupe na koje želimo delovati da bismo rešili problem i ostvarili predviđene ciljeve. Ciljne grupe biće podeljene u dve grupe: primarne i sekundarne.

Primarne grupe su one na koje će dominantno biti usmereni naši komunikacioni naponi. Komunikaciona strategija u svom fokusu ima dve primarne ciljne grupe/javnosti, u skladu sa projektnim aktivnostima koje su predviđene. Sekundarne grupe su one koje koristimo da bismo ostvarili uticaj na primarne ciljne grupe: civilno društvo u Srbiji, stručna i opšta javnost.

Primarne ciljne grupe:

### 1. Lokalna samouprava u Vrbasu i Kuli

Organi opština su: Skupština opštine, predsednik opštine i opštinsko veće. Radi ostvarivanja poslova iz nadležnosti opštine, osim organa opštine, obrazuje se i opštinska uprava. Vrbas pripada južnobačkom, a Kula zapadnobačkom upravnom okrugu.

### 2. Civilno društvo u Vrbasu i Kuli

Civilno društvo u Vrbasu i Kuli nije razvijeno u značajnoj meri, pa je ovo prilika da neki od njih budu aktivnije uključeni u projekat. U fokusu će biti organizacije koje se bave zaštitom životne sredine (poput Ekološkog pokreta iz Vrbasa).

Sekundarne ciljne grupe:



Evropska unija

### 3. Civilno društvo u Srbiji

Komunikacija će da obuhvati 50 organizacija civilnog društva u Srbiji različite provinijencije (profesionalna i strukovna udruženja, udruženja potrošača, udruženja aktivna u turizmu i lokalnom razvoju...), mada će i ovde naglasak da bude na organizacijama koje se bave zaštitom životne sredine. Vodiće se računa o geografskoj zastupljenosti.

### 4. Stručna javnost

Ova ciljna grupa obuhvata ministarstva relevantna za oblast koju komuniciramo (Ministarstvo za infrastrukturu i energetiku i Ministarstvo životne sredine, rudarstva i prostornog planiranja) i specijalizovane agencije, poput, Agencije za energetska efikasnost ili Agencije za zaštitu životne sredine. U ovu ciljnu grupu spadaju i Razvojne agencije Bačke i Srema i Centar za strateško ekonomska istraživanja (CESS Vojvodina) Vlade AP Vojvodina.

### 5. Opšta javnost

Građani opština Vrbas i Kula, AP Vojvodina i cele Republike Srbije. Prema poslednjem popisu iz 2002. godine, Vrbas ima 45,852, a Kula 48.353 stanovnika. Vojvodina ima 2.031.992 stanovnika, dok u Republici Srbiji živi 7.498.001 stanovnika.



Evropska unija

## 5. Komunikacijski ciljevi

Opšti cilj komunikacije je promocija aktivnije participacije lokalne samouprave i civilnog društva u definisanju energetske i klimatske politike u opštinama Vrbas i Kula. Kako bismo ispunili opšti cilj projekta želimo da uključimo, dve, po nama primarne grupe za realizaciju. Krajnju korist osetiće građani u opštinama Vrbas i Kula, ali je nužno da se u definisanje energetske i klimatske politike uključi i civilni sektor.

Specifični ciljevi komunikacije:

1. promovisanje aktivizma lokalne samouprave u Vrbasu i Kuli u pogledu rešavanja energetske probleme na lokalnom nivou;
2. podizanje svesti predstavnika lokalnog civilnog društva u Vrbasu i Kuli o značaju participacije u procesu donošenja odluka o energetske i klimatske politikama;
3. podizanje kapaciteta predstavnicima civilnog društva u Srbiji za efektivnu participaciju u procesu donošenja odluka o energetske i klimatske politikama, njihovu implementaciju i monitoring;
4. podizanje informisanosti opšte i stručne javnosti o značaju učešća u definisanju energetske i klimatske politike;
5. promena stava i percepcije građana o značaju energetske i klimatske politike.





Evropska unija

## 6. Poruke po ciljnim grupama

### Lokalna samouprava u Vrbasu i Kuli

PR poruka: „vi odlučujete o svojim problemima“, „klima i energija idu zajedno“

### Predstavnici lokalnog civilnog društva u Vrbasu i Kuli

PR poruka: „možete uticati na donosiocce odluka, aktivno participirajte u kreiranju energetske i klimatske politike i inicirajte promene“

Marketinška poruka (na lifletima, promo materijalu): „Tvoja energija čuva klimu“

### Predstavnici civilnog društva u Republici Srbiji

PR poruka: „možete uticati na donosiocce odluka, aktivno participirajte u kreiranju energetske i klimatske politike i inicirajte promene“

Marketinška poruka (na lifletima, promo materijalu): „Tvoja energija čuva klimu“

### Stručna javnost

PR poruka: „promovišite nova rešenja, održiva i efikasna i realizujte ih u partnerstvu sa lokalnim samoupravama“

### Opšta javnost

PR poruka: „podizanje svesti o značaju novih izvora energije“



Evropska unija

## 7. Kanali komunikacije

Karakteristika projekta, samim tim i ove komunikacione strategije jeste što se kampanja sprovodi na dva različita nivoa. Prvi je, geografski skoncentrisan prostor opština Vrbas i Kula, što će činiti i fokus ove strategije. Drugi je, teritorija Republike Srbije, budući da će komunikacione aktivnosti biti usmerene prema organizacijama civilnog društva, ali i celokupnoj populaciji. U našoj strategiji centralno mesto zauzeće medijski kanali komunikacije, pre svega, zbog događaja i aktivnosti koje su planirane u okviru njega. Međutim, ne radi se o o skupim marketinškim rešenjima, već o integrisanoj komunikaciji različitih vrsta medija (štampa, TV, web; nacionalni i lokalni mediji), kroz PR aktivnosti i, posebno, kroz organizaciju medijskih događaja.

A) **Neposredni kanali komunikacije:** lifleti, sveske, fascikle, radionice za predstavnike civilnog društva.

B) **Medijski kanali komunikacije:** štampani mediji, TV, web (nacionalna i lokalna pokrivenost), kreiranje web prezentacije za potrebe samog projekta, okrugli stolovi, pres konferencije, brifinzi za medije, produkcija TV/radijskih i print priloga.



Evropska unija

## 8. Alatke komunikacije *\*po ciljnim grupama*

### 1. Lokalna samoupava u Vrbasu i Kuli

*Okrugli sto, press konferencija, finalna radionica*

**Okrugli sto** biće organizovan sa ciljem da se upoznaju predstavnici lokalne i pokrajinske uprave, ali i predstavnici civilnih organizacija u opštinama Vrbas i Kula sa rezultatima javnomnjenjskog istraživanja o grejanju i transportu u targetiranim opštinama. Za septembar je planirano da se obavi istraživanje u Kuli i Vrbasu, gde bi se ispitale navike građana u pogledu grejanja njihovih domaćinstava i prevoznog sredstva koje koriste. Na okruglom stolu, prezentovaće se najznačajniji nalazi sprovedenog istraživanja, kao i dalji koraci u sprovođenju projekta. Održavanje okruglog stola planirano je za početak novembra 2011. godine u prostorijama opštine Vrbas.

**Press konferencija** održaće se u novembru u Izvršnom veću AP Vojvodina u Novom Sadu. Cilj press konferencije je promovisanje učešća opština Vrbas i Kula u Paktu gradonačelnika. Od prisutnih na press konferenciji, planirano je da budu predstavnici Vlade Republike Srbije i Vlade AP Vojvodina, resorna ministarstva zadužena za pitanja energije i zaštite životne sredine, predstavnici lokalnih vlasti Vrbasa i Kule, predstavnici CESS Vojvodina i Regionalne razvojne Agencije za Bačku i Srem, lokalni i nacionalni mediji, kao i predstavnici Stalne konferencije gradova i opština. Glavna tema na konferenciji bila bi upoznavanje predstavnika i učesnika sa principima Pakta gradonačelnika i pozitivnih efekata uključivanja u Pakt gradonačelnika za opštine Vrbas i Kula. Nakon konferencije, press release će biti prosleđen svim relevantnim nacionalnim i lokalnim medijima.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ovaj događaj biće organizovan samo pod uslovom da opštine Vrbas i Kula odluče da pristupe Paktu gradonačelnika.



Evropska unija

**Finalna radionica** planirana je za 15. jun 2012. godine u Media centru (ili prostoru prikladnom za organizaciju medijskih događaja) sa ciljem da se predstavne svi rezultati projekta „Uključivanje organizacija civilnog društva u donošenje energetske i klimatske politike na lokalnom nivou“. Takođe, planirano je da se otvore diskusije na temu energetske studije koje su napravljene za opštine Vrbas i Kula, kao i o mogućim načinima prenošenja iskustava i pozitivnih efekata na ostale gradove u Srbiji. Ciljne grupe: relevantna ministarstva i agencije, predstavnici civilnog društva, Stalne konferencije gradova i opština i medija.

## 2. Civilno društvo u Vrbasu i Kuli

*Radni sastanci sa predstavnicima CeSID-a i CEKOR-a, 4 radionice, Vodič za učešće javnosti u kreiranju energetske i klimatske politike, web prezentacija projekta, lifleti, sveske<sup>2</sup>*

Na **radnim sastancima** civilnog društva sa CeSID-om i CEKOR-om, planirano je da se predstavnici lokalnog civilnog sektora upoznaju sa projektom i modalitetima učešća u kreiranju energetske i klimatske politike.

Predstavnici civilnih organizacija, imaju priliku da se na **radionicama** (ukupno četiri) upoznaju sa: Relevantnim evropskim i nacionalnim zakonima u oblasti energije i ekologije, Najboljim dostupnim tehnologijama, Zagovaranjem i lobiranjem i Socijalnim i ekološkim uticajima na energetske sektor.

**Vodič** za učešće javnosti u kreiranju energetske i klimatske politike ima za cilj da podstakne i ukaže na modalitete uticaja predstavnika civilnog društva na kreiranje energetske i klimatske politike, njihovu implementaciju i monitoring. U prvoj fazi, biće pripremljena Draft verzija u elektronskoj formi koja će na kraju biti revidirana u skladu sa feedback-om dobijenim na 4 radionice sa civilnim sektorom.

**Lifleti, sveske i fascikle** biće distribuirani na radionicama i sastancima.

## 3. Predstavnici civilnog društva u Republici Srbiji

---

<sup>2</sup> O web prezentaciji više u delu *Medijske alatke*.



Evropska unija

*4 radionice, Vodič za učešće javnosti u kreiranju energetske i klimatske politike, web prezentacija projekta, lifleti, sveske, fascikle<sup>3</sup>*

**Radionice** će se organizovati za 50 udruženja građana (među njima će biti i one iz Vrbasa i Kule) koje deluju, pre svega, u oblasti energetike, održivog razvoja i zaštite životne sredine, ali će biti uključene i druge organizacije (strukovna udruženja, udruženja potrošača...). Teme koje će biti obuhvaćene na ovim radionicama su sledeće: Relevantni evropski i nacionalni zakoni u oblasti energije i ekologije, Najbolje dostupne tehnologije, Zagovaranje i lobiranje i Socijalni i ekološki uticaji na energetske i ekološki sektor.

**Vodič** za učešće javnosti u kreiranju energetske i klimatske politike ima za cilj da podstakne i ukaže na modalitete uticaja predstavnika civilnog društva na kreiranje energetske i klimatske politike, njihovu implementaciju i monitoring. U prvoj fazi, biće pripremljena Draft verzija u elektronskoj formi koja će na kraju biti revidirana u skladu sa feedback-om dobijenim na 4 radionice sa civilnim sektorom.

**Lifleti, sveske i fascikle** biće distribuirani na radionicama.

#### 4. Stručna javnost

*Okrugli sto, press konferencija, finalna radionica, web prezentacija projekta, lifleti<sup>4</sup>*

---

<sup>3</sup> Ibidem

<sup>4</sup> Ibidem



Evropska unija

Kada je u pitanju stručna javnost, ideja ove komunikacione strategije je da se ona uključi i poziva na sve događaje na kojima mogu da se čuju njihovi planovi, sugestije i predlozi. To su: okrugli sto, press konferencija i finalna radionica. Press konferencija u Izvršnom veću AP Vojvodine biće dobra prilika, ne samo da se prisutni upoznaju sa principima Pakta gradonačelnika, već i da se podstaknu na aktivnije učešće u ovim procesima.

## 5. Opšta javnost

*Opšta javnost biće targetirana kroz korišćenje medijskih alatki komunikacije, što čini poglavlje ispod.*

### MEDIJSKE ALATKE

Medijske alatke: 1. izjave i intervjui u nacionalnim i lokalnim medijima, 2. press releases, 3. zvanične prezentacije Centra za slobodne izbore i demokratiju, CEKOR-a i opština Vrbas i Kula, 4. web prezentacija projekta i 5. Produkcija TV i radijskih priloga i produkcija članaka u štampanim medijima.

1. *Izjave i intervjui u nacionalnim i lokalnim medijima.* Tokom trajanja projekta (12 meseci), a naročito, pre i nakon, medijskih događaja, Project manager, Energy planning expert i predstavnici CeSID-a redovno će komunicirati sa nacionalnim i lokalnim medijima, sa ciljem promocije projekta i očekivanih rezultata. Naglasak u komunikaciji će da bude na lokalnim i regionalnim medijima u Vojvodini.

2. *Press releases.* Na sve događaje koji budu organizovani u sklopu projekta biće pozivani nacionalni, regionalni i lokalni mediji. Saopštenja sa događaja biće prosleđena svim relevantnim medijima, sa ciljem da se o događaju upoznaju i one redakcije koje nisu imali svoje novinare.

3. *Zvanične prezentacije Centra za slobodne izbore i demokratiju, CEKOR-a i opština Vrbas i Kula.* Svi materijali, saopštenja, vesti, lifleti i publikacije biće objavljivani na zvaničnoj web prezentaciji CeSID-a. Istovremeno, sve aktivnosti partnera na projektu (opštine Vrbas i Kula, odnosno NVO CEKOR) biće promovisane na njihovim oficijelnim sajtovima.



Evropska unija

4. *Web prezentacija projekta.* Priprema web prezentacije projekta je jedna od osnovnih alatki za podršku i inkluziju organizacija civilnog društva u kreiranje energetske i klimatske politike, ali i najšire javnosti. Sajt će biti tako koncipiran da pruži sve potrebne informacije o projektu, ali i mnogo više od toga: na njemu će biti dostupna komunikaciona strategija, Vodič za participaciju civilnog društva u energetske i klimatske politikama, korisni linkovi, studije... Sajt će služiti kao svojevrsni „podsetnik“ za organizacije civilnog društva, na kome će im biti dostupne sve potrebne informacije.

5. *Produkcija TV i radijskih priloga i produkcija članaka u štampanim medijima.* U drugoj fazi projekta, kada u opštinama Vrbas i Kula budu pripremljene dodatne energetske studije, CeSID će dogovoriti saradnju sa lokalnim i regionalnim medijima oko pripreme produkcije. Produkcija će uključiti pripremu priloga u elektronskim medijima (RTV, lokalna TV u Vrbasu, lokalne radio stanice u Vrbasu i Kuli) i štampanim medijima (Dnevnik iz Novog Sada).

## 9. Monitoring i evaluacija

Monitoring komunikacione kampanje će se vršiti na dva različita nivoa. Na prvom nivou preko redovnih sastanaka Project managera i Energy planning experta sa partnerima na projektu. Na drugom nivou, Project manager će spremati kvartalne izveštaje o napretku projekta. Uz to, biće pripremljen i finalni (technical) izveštaj.

Alati za evaluaciju: Izveštaj sa javnomnjenjskog istraživanja; Broj urađenih anketa; Pres kliping i TV monitoring; analiza medijskog sadržaja; Povratne informacije od učesnika na okruglim stolovima, media brifinzima, press konferencijama; evaluacioni listovi za učesnike radionica (za predstavnike civilnog društva)

Mogući indikatori koji će se koristiti za procenu uspeha kampanje su: priprema materijala za kampanje u skladu sa rasporedom vremena/budžeta, supervizija aktivnosti lokalnih organizacija civilnog društva, organizacija svih medijskih događaja na projektu, završni izveštaj po završetku komunikacionog projekta.



Evropska unija

## 10. Komunikacijski nacrt

*Komunikacijski nacrt i timeline biće dostavljeni u odvojenom .xls dokumentu.*