

SUZi

socijalno
se uključiti
i zaposli

ZAŽELI!
Program zapošljavanja žena

Projekt Grada Zagreba



KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA



www.esf.hr



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



SADRŽAJ

1. UVOD	3
2. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRETEGIJE	4
3. CILJNE SKUPINE KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE	6
3.1. INTERNA CILJNA SKUPINA	6
3.2. EKSTERNA CILJNA SKUPINA	6
3.2.1. Zainteresirana javnost	6
3.2.2. Opća javnost	7
4. KOMUNIKACIJSKE MJERE	8
5. KOMUNIKACIJSKI KANALI, ALATI I AKTIVNOSTI	10
5.1. VIZUALNI IDENTITET	10
5.1.1. Logotip Projekta	10
5.1.2. Tipografija.....	13
5.1.3. Vizual projekta.....	14
5.1.4. Logotip ESF i Vizual Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali	15
5.1.5. Lenta s logotipima	15
5.2. WEB STRANICA PROJEKTA.....	16
5.3. TISKANI PROMOTIVNI MATERIJAL.....	17
5.4. DOKUMENTARNI / PROMOTIVNI VIDEO	17
5.5. MEDIJSKI ČLANCI	18
5.6. DRUŠTVENE MREŽE	19
5.6.1. Facebook grupa Projekta SUZI.....	20
5.6.2. LinkedIn	21
5.6.3. Instagram.....	21
5.6.4. Twitter	22
5.6.5. YouTube.....	23
5.7. ELEKTRONIČKI BILTEN.....	23
5.8. POČETNA KONFERENCIJA PROJEKTA.....	24
5.9. DOGAĐANJA – OKRUGLI STOL.....	24
5.10. ZAVRŠNA KONFERENCIJA	24
6. PRORAČUN	26
7. PRAĆENJE KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE	27
7.1. MJERENJE UČINKOVITOSTI	27
7.2. IZVJEŠTAVANJE	28
7.3. PRAĆENJE I PROCJENA.....	29

8. KOMUNIKACIJSKI PLAN	30
8.1. CILJEVI KOMUNIKACIJSKOG PLANA.....	30
8.2. CILJNE SKUPINE KOMUNIKACIJSKOG PLANA.....	30
8.2.1. Interna ciljna skupina	31
8.2.2. Eksterna ciljna skupina	31
9. KONTAKT TOČKE ZA KOMUNIKACIJU.....	32
10. DODACI	33
10.1. MREŽA ALATA, KANALA I AKTIVNOSTI ZA POSTIZANJE VIDLJIVOSTI PROJEKTA	33
10.2. KOMUNIKACIJSKI PLAN PROJEKTA	35
10.3. PLAN DISTRIBUCIJE FIZIČKIH KOMUNIKACIJSKIH ALATA PROJEKTA (LETAK/PLAKAT).....	39
10.4. PLAN PROMOCIJE PROJEKTA PUTEM AUDIOVIZUALNIH I RADIJSKIH NAKLADNIKA SUBVENCIONIRANIH OD STRANE GRADA ZAGREBA	42
10.5. PLAN PROMOCIJE PROJEKTA PUTEM NAKLADNIKA I PORTALA SUBVENCIONIRANIH OD STRANE GRADA ZAGREBA	45

1. UVOD

Projekt „Socijalno se uključi i zaposli - SUZI“ financira Ministarstvo rada i mirovinskog sustava u Otvorenom trajnom pozivu za dodjelu bespovratnih sredstava „Zaželi - program zapošljavanja žena“, a koji se financira u okviru Europskog socijalnog fonda, Operativnog programa „Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.“

Riječ je o projektu socijalne tematike u potpunosti financiranom EU sredstvima u trajanju od 30 mjeseci (kolovoz 2019.g. do veljače 2022.g).

Opći cilj projekta: potaknuti stručnu osposobljenost i zapošljavanje teško zapošljivih žena pripadnica višestruko marginaliziranih skupina – žene Romkinje, žene žrtve obiteljskog nasilja, žene branitelja, beskućnice s najviše završenim srednjoškolskim obrazovanjem.

Specifični cilj projekta: aktivirati zapošljavanje nezaposlenih žena pripadnica višestruko marginaliziranih skupina na poslovima skrbi o osobama starije životne dobi i/ili osobama u nepovoljnom položaju kojima je pomoć u kućanstvu potrebna.

Rezultat projekta je 50 stručno osposobljenih i zaposlenih žena pripadnica višestruko marginaliziranih skupina za zanimanje traženo na tržištu rada i pomoć u vidu pružanja usluga skrbi u kućanstvu za 250 osoba starije životne dobi i/ili osobama u nepovoljnom položaju, kojima je pomoć u kućanstvu potrebna, a ista im već nije osigurana iz sredstava Državnog proračuna ili drugog javnog izvora.

U skladu sa smjernicama za EU projekte, Projekt SUZI mora komunicirati i promovirati projekt i njegove rezultate, pružiti informacije višestrukim ciljnim skupinama na strateški i učinkovit način te u dvosmjernoj razmjeni. Zbog toga je, dokument Komunikacijska strategija alat koji planira provedbu aktivnosti u funkciji upravljanja procesima komuniciranja s brojnim dionicima. Kroz dokument definiraju se ciljevi i ciljne skupine, komunikacijske mjere i alati komunikacije, kako interne tako i prema svim vanjskim zainteresiranim, odnosno ciljnim skupinama, zatim praćenje i vrednovanje učinaka komuniciranja, izvori financiranja i kontaktne točke informiranja i komuniciranja. Za praktičnu provedbu projekta Komunikacijska strategija služi svim partnerima projekta za vremenski pregled, način i odgovornosti pojedine komunikacijske aktivnosti. Koriste je svi partneri za razvoj njihovih pojedinačnih i zajedničkih komunikacijskih aktivnosti koje doprinose općem cilju projekta.

Održivost projekta, između ostaloga, počiva i na učinkovitoj komunikaciji, kako između partnera u provedbi, tako i prema ciljnim skupinama, te dionicima na području provedbe projekta.

Ovaj dokument sastoji se od Komunikacijske strategije (KS), Komunikacijskog plana (KP) za provedbu te Proračuna.

2 . CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Komunikacijska strategija je postavljena tako da se osigura da se u potpunosti identificiraju identificirane ciljne skupine koristeći najučinkovitije i najprikladnije komunikacijske alate.

Svrha komunikacijske strategije projekta je:

- osigurati kvalitetno prezentiranje i vidljivost Projekta različitim ciljnim skupinama;
- pružiti pomoć projektnoj organizaciji u prezentaciji Projekta;
- podići svijesti javnosti o koristima projekta za zajednicu,
- unaprijediti znanja i vještine interne i eksterne javnosti o sustavu pomoći u zapošljavanju, socijalne dimenzije pomoći potrebitima imajući u vidu potrebu svakog partnera da priopći rezultate i postignuća nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj publici
- jamčiti transparentnost i odgovornost kako bi se osiguralo da su javnost (segmenti identificirane publike) ispravno i pravovremeno informirani o trošenju novca koji primamo

Opći cilj komunikacijske strategije: kontinuirano izvještavati i promovirati rezultate projekta te tako doprinijeti vidljivosti projekta i njegovim rezultatima u društvu.

Specifični cilj komunikacijske strategije: kako bi se postigao gore navedeni opći cilj potrebno je izraditi sljedeće specifične ciljeve i osigurati njihovu mjerljivost:

- Identificirati glavne komunikacijske aktivnosti i njihovo vremensko izvršenje te planirati i koordinirati sve komunikacijske procese (Komunikacijski plan u Dodatku);
- Identificirati i potvrditi ciljne skupine, glavne partnere i glavni komunikacijski kanal na koji će se staviti komunikacijski fokus tijekom provedbe projekta
- Izraditi i distribuirati fizički promotivni materijal

S obzirom na važnost socijalne dimenzije projekta, koristit ćemo i njegovati dvije vrste komunikacije:

- unutarnju komunikaciju i
- vanjsku komunikaciju.

Unutarnja komunikacija odnosi se na dijeljenje informacija i komunikaciju među partnerima projekta. Prema tomu, prvu ciljanu skupinu KS čine svi partneri u provedbi projekta. Unutarnja/interna komunikacija-komunikacija među partnerima, ključna za osiguravanje pravilnog izvršavanja projekta, s tim da su komunikacijske poruke formulirane i usmjerene na pravu osobu u pravom trenutku. Stoga interna komunikacija uključuje otvorenu komunikaciju poput sastanka licem u lice ili poziva na

video/Skype konferenciju te privatne pozive kako bi se razgovaralo o tehničkim ili upravljačkim pitanjima, prikazivanju rezultata ili donošenje odluka.

Glavna odgovornost za definiranje komunikacijskih postupaka leži na Gradu Zagrebu. Od ostalih partnera se očekuje da daju svoj doprinos i slijede definirane postupke pri obavljanju internih ili vanjskih komunikacijskih aktivnosti.

Voditelj projekta bit će ujedno i voditelj projekta za komunikacije i vidljivost, uz potporu koordinatora projekta za marketinške i komunikacijske aktivnosti te odnose s javnošću.

Njihove zadaće i odgovornosti obuhvaćaju sljedeće točke:

- uspostaviti komunikacijski plan, kako za vanjsku tako i za unutarnju komunikaciju;
- za osiguranje usklađenosti ciljeva, ciljnih skupina, sadržaja, pristupa i alata;
- podržati planiranje i provedbu komunikacije svih partnera;
- surađivati s ugovornim tijelom u bilo kojem pitanju komunikacije;
- praćenje rezultata cjelokupne komunikacijske strategije;
- predložiti stil komunikacijskog identiteta i ponuditi predloške za bilo koji komunikacijski alat;
- pravodobno osigurati sve instrumente kako bi se partneri mogli predstaviti temeljito;
- osigurati uključenost svakog partnera slijedeći transparentan i proaktivan pristup.

Odabrani partneri na projektu imaju zadatak sudjelovati u evaluaciji rezultata komunikacijske strategije, dostavljati informacije za osvježavanje zajedničke web stranice te dostavljati kvalitetne informacije društvenim medijima, izražavati svoje mišljenje o komunikacijskim alatima; pripremati priopćenja za javnost i medijske članke, distribuirati letke i plakate ali i distribuirati i sve rezultate projekta; surađivati na izradi plana eksploatacije i memoranduma o razumijevanju te aktivno sudjelovati na završnoj konferenciji Projekta.

Vanjsku komunikaciju čini dijeljenje informacija s lokalnim dionicima i zainteresiranom javnošću s namjerom pozivanja i poticanja na uključivanje u projektne aktivnosti te na izvještavanje o ostvarenim rezultatima. Stoga, drugu ciljanu skupinu KS sačinjavaju pojedinci, institucije, udruge i organizacije te opća javnost i mediji. Posebna pozornost će se posvetiti kreatorima lokalnih politika, institucijama socijalne skrbi i nevladinim organizacijama.

3. CILJNE SKUPINE KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

3.1. INTERNA CILJNA SKUPINA

Internu ciljnu skupinu komunikacijske strategije predstavljaju obvezni i ostali partneri na projektu.

Obvezni projektni partneri definirani uvjetima natječaja Ministarstva rada i mirovinskog sustava kroz Otvoreni trajni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava „Zaželi - program zapošljavanja žena“, a koji se financira u okviru Europskog socijalnog fonda, Operativnog programa „Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.“ su:

1. Hrvatski zavod za zapošljavanje, Regionalni ured Zagreb
2. Centar za socijalnu skrb Zagreb.

Ostali projektni partneri odabrani od strane Grada Zagreba kao Nositelja projekta su:

Organizacije civilnog društva:

1. Hrvatski Crveni križ, Gradsko društvo Crvenog križa Zagreb,
2. Caritas Zagrebačke nadbiskupije te
3. Zajednica saveza osoba s invaliditetom Hrvatske,
4. Zajednica udruga i članova hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata Grada Zagreba (HVIDRA),
5. Unija Roma Hrvatske.

3.2. EKSTERNA CILJNA SKUPINA

Javnost dijelimo na:

3.2.1. Zainteresirana javnost

- a) Skupina žena koje ispunjavaju kriterije zapošljavanja kroz projekt i zainteresirane su za rad te članovi njihovih obitelji
- b) Osobe starije životne dobi, osobe s invaliditetom i druge osobe u potrebi primanja usluge kroz projekt
- c) Partneri projekta i organizacije civilnog društva koje sudjeluju u projektu

d) Kreatori politika i donosioci odluka

e) Političke stranke

3.2.2. Opća javnost

- a) Lokalna zajednica zainteresirana za rad Gradske uprave s naglaskom na korištenje sredstva iz europskih fondova
- b) Udruge civilnog društva koje imaju za cilj promicanje socijalne uključenosti

Mediji:

- a) Lokalni mediji primarno oni koji su subvencionirani od strane Grada Zagreba
- b) Nacionalni mediji u programima koji prate socijalne teme i projekte financirane iz EU fondova

Komunikacija s ciljnim skupinama odvijat će se u okviru općih načela komunikacije:

- Transparentnost
- Provjerljivost izvora
- Točna i pravovremena informacija
- Jasno, nedvosmisleno komuniciranje
- Neutralnost, neovisnost i apolitičnost
- Otvorena suradnja i dijalog te uzajamno uvažavanje

4. KOMUNIKACIJSKE MJERE

Komunikacijske mjere provode se kroz dvije faze:

1. Fazu pripreme i izrade
2. Fazu provedbe i izvještavanja o provedbi

Komunikacijske mjere	Faza 1.	Faza 2.
Rok izvršenja:		
Savjetovanje s partnerima projekta o obuhvatu komunikacijske strategije	Siječanj 2020.	Siječanj 2020.
Uspostava središnje kontakt točke	Uspostavljena	Uspostavljena
Oblikovanje vizualnog identiteta projekta	Prosinac 2019.	Izvršeno
Izrada komunikacijskih alata projekta	Siječanj 2020.	Veljača 2022.
Komunikacija s tvrtkom iz područja upravljanja ljudskim potencijalima za potrebe motivacijskih radionica	Studeni 2019.	Siječanj 2020
3 Motivacijske radionice za nezaposlene žene	Studeni 2019.	Siječanj 2020.
Definiranje i izrada kriterija za odabir nezaposlenih žena	Studeni 2019.	Izvršeno
Definiranje i izradu opisa posla i protokola postupanja za pružanje usluge prema korisničkim skupinama	Studeni 2019.	Izvršeno
Organiziranje i održavanje individualnih razgovora s polaznicama	Prosinac 2019.	Lipanj 2020.
Izrađen popis odabranih žena	Prosinac 2019.	Lipanj 2020.
Izrada personalnih dosjea o svakoj polaznici	Studeni 2019.	Veljača 2020.
Izrada kriterija za odabir krajnjih korisnika pomoći u kući	Studeni 2019.	Izvršeno
Uspostava mreže 250 krajnjih korisnika za usluge pomoći u kući		Ožujak 2020.
Formiranje Stručnog tima za potporu		Veljača 2020.
Definiranje opisa posla i protokola postupanja Stručnog tima za potporu		Veljača/ožujak 2020.
Izrada kratkog vodiča snalaženja u očekivanim i neočekivanim situacijama za zaposlene žene		Lipanj 2020
Izrada prvog dokumentarnog/promotivnog videa		Lipanj 2020.
Izrada drugog dokumentarnog/promotivnog videa		Lipanj 2021.

Izrada trećeg dokumentarnog/promotivnog videa		Siječanj 2022.
Promocija dostupne usluge prema krajnjim korisnicima	Studenj 2019.	Kontinuirano
Javna događanja		
Predstavljanje projekta (Gradonačelnik/početna konferencija)	Siječanj 2020	Siječanj 2020
Okrugli stol na temu provedbe projekta		Listopad 2020
Dodjela 50 javnih isprava o osposobljenosti žena		Svibanj 2021.
Završna konferencija Projekta		Siječanj 2022.

5. KOMUNKACIJSKI KANALI, ALATI I AKTIVNOSTI

Komunikacijski alati su ključni za ispunjavanje ciljeva Komunikacijske strategije te su odabrani na način da doprinose općem i specifičnim ciljevima Komunikacijske strategije. U procesu provedbe predloženi alati se koriste koordinirano radi postizanja sinergije pozitivnih učinaka te radi opće informiranosti i učinkovite komunikacije na način da budu:

- prilagođeni ciljnoj publici;
- da budu učinkoviti i ažurni;
- kampanja širenja bude dosljedna (događaji+članci+priopćenja za javnost)

Putem izabranih komunikacijskih kanala posebno će se obilježiti međunarodni dani vezani uz tematiku projekta:

- Svjetski dan socijalne pravde – 20. veljače
- Svjetski dan Roma – 8. travnja
- Dan hrvatskih branitelja Grada Zagreba - 30. svibnja
- Dan nacionalnih zajednica Grada Zagreba – lipanj
- Međunarodni dan starijih osoba - 1. listopada
- Svjetski dan dostojanstvenog rada – 7. listopada
- Svjetski dan beskućnika - 10. listopada
- Međunarodni dan borbe protiv nasilja nad ženama – 25. studenoga
- Međunarodni dan osoba s invaliditetom – 3. prosinca
- Međunarodni dan borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti

5.1. VIZUALNI IDENTITET

5.1.1. Logotip Projekta

Logotip projekta ženstven je i fluidan, u dvije nijanse roza boje kako bi se naglasilo da su žene skupina kojoj je projekt namijenjen.

Isprepletana slova i zakrivljene crte koje spajaju kratki i dugi naziv projekta simboliziraju poveznicu žena koje sudjeluju u projektu i osoba kojima će njihova humanost pomoći.

Izgled glavnog logotipa projekta:

SUZ
socijalno
se uključi
i zaposli



C: 25% M: 73% Y: 26% K: 5,5%
R: 188 G: 93 B: 129
Pantone 7432C



C: 35% M: 95% Y: 51% K: 52%
R: 106 G: 26 B: 50
Pantone 7421C

Izvedenice glavnog logotipa projekta



C:19% M: 40% Y: 26% K: 3%
R: 207 G: 163 B: 167
Pantone 7432 C



C:19% M: 40% Y: 26% K: 3%
R: 207 G: 163 B: 167
Pantone 7432 C



C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%
R: 29 G: 29 B: 27
Pantone Process Black C



C: 64% M: 48% Y: 49% K: 40%
R: 81 G: 89 B: 89
Pantone 445 C

Pozitiv / Negativ

Pozitiv i negativ logotipa koriste se ukoliko postoji nemogućnost korištenja karakterističnih boja logotipa (kao npr. na pozadinama čije su boje slične karakterističnim bojama ili radi određenih potreba samog dizajna ili tehnika tiska).



Logotip projekta biti će otisnut na svim dokumentima, obrascima i materijalima koji će se izraditi u okviru Projekta te na materijalima za promidžbu i vidljivost Projekta

5.1.2. Tipografija

Tipografija je jedan od osnovnih elemenata vizualnog identiteta (uz logotip i boju).

Na vizualnim materijalima na kojima se koristi bilo koja verzija logotipa za dodatne grafičke elemente preporučljivo je koristiti navedenu tipografiju.

Tipografija

BODONI 72

BOOK

a b c č ć d đ e f g h i j k l m n o p r s š t u
v z ž w x y

A B C Č Ć D Đ E F G H I J K L M N O P R S Š T U
V Z Ž W X Y

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

BOLD

**a b c č ć d đ e f g h i j k l m n o p r s š t u
v z ž w x y**

**A B C Č Ć D Đ E F G H I J K L M N O P R S Š T U
V Z Ž W X Y**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

5.1.3. Vizual projekta

Vizual projekta sadrži image fotografiju na kojoj se jasno prikazuje glavnu ideju projekta - humanost. Fotografija prikazuje ruke starije i mlađe osobe.

Vizual ocrta glavnu ideju projekta kroz image fotografiju koja prikazuje ruke starije i mlađe osobe.

ZAŽELI!
Program zapošljavanja žena
Projekt Grada Zagreba

SUZI

**socijalno
se uključi
i zaposli**

Trajanje projekta:
30 mjeseci

Ukupna vrijednost:
9.912.004,00 kn

Iznos EU potpore: 100%
Nositelj projekta: Grad Zagreb



www.esf.hr



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.



Ova publikacija izrađena je uz pomoć Europske unije. Sadržaj publikacije isključivo je odgovornost Grada Zagreba i ne odražava nužno gledište Europske unije.

Logotip projekta i pripadajući vizual koristit će se u svrhu promocije projekta putem definiranih komunikacijskih mjera, kanala, alata i aktivnosti.

5.1.4. Logotip ESF i Vizual Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali

Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali koji uključuje prioritetne osi Zapošljavanje, Socijalno uključivanje, Obrazovanje i Dobro upravljanje potpomognut je ESF-om.

Vizual je izgrađen na ideji da je polazište ranije definiran logotip ESF, stilizirana vjetrenjača, iz koje se šire elementi.

Početni element se oblikom i bojom podudara sa plavim elementom na logotipu ESF koji predstavlja EU. Ishodišni element se oblikom i bojom podudara sa crvenim elementom na logotipu ESF koji predstavlja Hrvatsku.

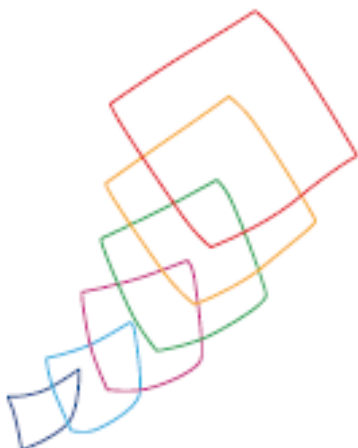
Ta dva elementa povezana su sa četiri objekta u osnovnim bojama prioritetnih osi.

Ti objekti se oblikom pretapaju tako da slijede zamišljeni niz koji povezuje oblike početnog i ishodišnog elementa i na taj način simbolizira korelaciju EU fondovi - Hrvatska.

Logotip ESF korišten na izrađenim materijalima, kanalima i alatima u okviru Projekta:



Vizual korišten na izrađenim promotivnim materijalima, kanalima i alatima u okviru projekta:



5.1.5. Lenta s logotipima

Lenta s logotipima korištena je prilikom izrade svih komunikacijskih alata i kanala u okviru Projekta.

Redosljed logotipa s lijeve na desnu stranu je Europska unija, Strukturni i investicijski fondovi, ESF. Lenta je korištena kao jedan element obzirom da sadrži sve osnovne elemente vidljivosti definirane Uputama za korisnike sredstava Informiranje, komunikacija i vidljivost projekata financiranih u okviru Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRR), Europskog socijalnog fonda (ESF) i Kohezijskog fonda (KF) za razdoblje 2014.-2020.

Lenta s logotipima korištena na izrađenim promotivnim materijalima, kanalima i alatima u okviru Projekta:



5.2. WEB STRANICA PROJEKTA

Web stranica projekta pod web domenom www.zagreb.hr i pod nazivom www.projekt-suzi.zagreb.hr služi kao primarni izvor informacija o ciljevima, napretku i rezultatima SUZI s ciljem organiziranja informacija o projektu u jedinstveni izvor za njezine posjetitelje. Kako projekt napreduje sadržaj web stranice se kontinuirano proširuje i ažurira.

Glavni komunikacijski ciljevi web stranice su:

- pružiti relevantne i aktualne informacije široj publici;
- osigurati dostupnost informacija na pristupačan i upotrebljiv način;
- kreirati zajedničku dokumentacijsku bazu za sve partnere, koja sadrži glavnu projektu dokumentaciju i rezultate projekta;
- kreirati informacijsku bazu podataka o svim aktivnostima i ishodima koje provodi Grad Zagreb i njegovi partneri.

Uspostava i održavanje web stranice je odgovornost Grada Zagreba, dok su pojedine informacije i dokumentacija odgovornost i drugih partnera.

5.3. TISKANI PROMOTIVNI MATERIJAL

Kako bi se doprinijelo što većoj vidljivosti i promociji projekta SUZI tiskati će se i izraditi tiskani promotivni materijal.

Tiskani promotivni materijali odnose se jednim dijelom na direktne korisnice, višestruko marginalizirane nezaposlene žene kojima će se koristiti prilikom edukacije i prilikom samog pružanja usluga starijim i nemoćnim osobama uključenim u projekt. Tako će im biti podijeljeno:

- 400 blokova formata A4;
- 1000 kemijskih olovka s logom;
- 100 ruksaka s logom;
- 100 kišobrana s logom.

Drugi dio tiskanih promotivnih materijala namijenjen je eksternoj ciljnoj skupini. Materijali bi bili postavljeni u domovima za starije i nemoćne osobe kako bi se korisnici i posjetitelji osvijestili o postojanju projekta SUZI. Nadalje, materijali bi bili istaknuti na oglasnim prostorima kojima upravljaju Mjesni odbori. To su idealna mjesta za upućivanje poruka svim zainteresiranima kao i idealna mjesta za obavještanje šire javnosti o postojanju i načinu provođenja projekta SUZI jer su visokofrekventna, a čitatelji informacije koje se na njima nude smatraju relevantnima. Također, zainteresirani korisnici, većinom osobe starije životne dobi, s oštećenjima zdravlja i socijalno ugroženi građani, često nisu u posjedu potrebnih uređaja ili nemaju usvojene vještine korištenja društvenih mreža odnosno Web stranica koje se koriste kao komunikacijski kanali u ovom projektu. U navedenu svrhu planira se na mjesta navedena pod točkom 10 DODATCI postaviti:

- 1000 letka A4 (deplijan format)
- 10 roll-up banneri;
- 100 plakata formata B2;

5.4. DOKUMENTARNI / PROMOTIVNI VIDEO

U okviru projekta izraditi će se nekoliko videoclipova/kratkih isječaka u svrhu praćenja provedbe pojedinih faza projekta. Za kratke videoclipove se neće raditi posebni scenariji jer je njihova svrha prikazivanje realnog stanja aktivnosti na projektu.

Isti će se objavljivati na web stranici projekta i društvenim mrežama Grada Zagreba.

U postupku provedbe Projekta snimit će se dva dokumentarna/promotivna videa na način da prikazuju radni dan zaposlene žene, pripadnice ciljne skupine i krajnjeg korisnika o kojem skrbi.

Filmovi će se temeljiti na osobnim iskustvima zaposlenih žena pripadnica ciljnih skupina i krajnjih korisnika stečenim tijekom provedbe projekta, uzimajući u obzir životne okolnosti koje su prethodile uključivanju u projekt, dobivanja saznanja o samom projektu i uključivanju u isti, motivacije, te na koncu samih benefita kroz projekt za obje strane.

Filmovi će se snimati kroz različite faze provedbe projekta.

Prvi film fokusirat će se na nezaposlene žene, njihovu motivaciju na uključivanje u projekt, njihovu edukaciju za odabrano zanimanje te radni dan kod krajnjeg korisnika.

Drugi film fokusirat će se na korisnika, njihovu motivaciju na uključivanje u Projekt te same benefite ostvarene posredstvom pomoći u kućanstvu.

Dva snimljena dokumentarna filma objedinit će se u završni dokumentarni/promotivni video u duljini 3-5 minuta koji će se prikazati na završnoj konferenciji projekta.

Isti će u HD rezoluciji biti pohranjen na web stranici projekta www.projekt-suzi.zagreb.hr i na YouTube kanalu Grada Zagreba <https://www.youtube.com/channel/UctUwvdTf9W6oivP8I8U2tSw>.

Projektni partneri će putem svojih komunikacijskih kanala snimljene dokumentarne/promotivne filmove dodatno plasirati javnost.

5.5. MEDIJSKI ČLANCI

Glavne isporuke i milestone-si (događaji) projekta bit će objavljeni na web stranici projekta i dostupni medijima. Prema dinamici aktivnosti priopćenjem će se popratiti svaku značajniju aktivnost na projektu.

Medijske kuće i listovi identificirani za suradnju su:

MEDIJSKE KUĆE	VRSTA MEDIJA
Zg news	Novine/Tiskovine
Zg info	Novine/Tiskovine
OTVORENA TELEVIZIJA ZAGREB d.d., (Jabuka TV)	Televizija
Z1 TELEVIZIJA d.o.o.	Televizija
NEZAVISNA TELEVIZIJA d.o.o	Televizija
LAUDATO TV	Televizija
OBITELJSKI RADIO (Antena Zagreb) d.o.o.	Radio
Radio Yammam d.o.o, Albinijeva 6, Zagreb	Radio
RADIO KAJ d.o.o.	Radio
RADIO 101 d.o.o.	Radio
MT Eter d.o.o. – Radio Martin	Radio
KATOLIČKI radio	Radio
www.zagreb-danas.com	Web portal
www.zagrebancija.com	Web portal
www.mojzagreb.info	Web portal

www.direktno.hr	Web portal
www.zna.hr	Web portal
www.promise.hr	Web portal
www.totalinfo.hr	Web portal
www.prglas.com	Web portal
www.nacional.hr	Web portal
www.index.hr	Web portal
www.sesvete-danas.hr	Web portal
www.nacionalno.hr	Web portal
www.braniteljski.hr	Web portal
www.politikaplus.com	Web portal
www.nacionalnemanjine.hr	Web portal
www.in-portal.hr	Web portal
www.paraf.hr	Web portal
www.poslovnifm.com	Web portal
www.zagreb.in	Web portal
www.mojevrijeme.com	Web portal
www.dalje.com	Web portal

Odnosi s medijima za vrijeme trajanja projekta

- Uspostava i kontinuirano održavanje odnosa s medijima
- Dogovaranje intervjua i gostovanja u lokalnim medijima s ciljem informiranja javnosti o napretku projekta (subvencionirani mediji i mediji projektnih partnera)
- Odgovori na medijske upite (e-mailom putem web stranice projekta i putem društvenih mreža Grada Zagreba. Voditelj projekta autorizira odgovore)
- Izrada i slanja priopćenja za medije
- Organizacija konferencija za medije
- Organizacija i provedba događanja

5.6. DRUŠTVENE MREŽE

Projekt SUZI će imati profil projekta na društvenim mrežama kako bi se povećao utjecaj i stvorio izravan komunikacijski kanal koji omogućava interakciju s publikom ovisno o različitim alatima i komunikacijskom cilju. Društvene mreže moćan su alat za postizanje multiplikacijskog promotivnog učinka Projekta SUZI. Zbog toga će se i napredak projekta, njegov sadržaj (život korisnika i rad pojedinih dionika projekta SUZI) stalno ažurirati.

Prisutnost projekta na društvenim mrežama ključan je za postizanje ciljeva projekta SUZI. Koristit će se kao relevantan alat komunikacije prema svim zainteresiranim ciljnim skupinama. Prilikom korištenja društvenih mreža ključno je postići velik broj pratitelja kako bi diseminacija rezultata ovog projekta imala značajan i stvaran društveni utjecaj.

Sadržaj za društvene mreže generirat će Projektni tim Ureda gradonačelnika uz suradnju s ostalim članovima projekta. Partneri u projektu također će objavljivati relevantne podatke na svojim društvenim mrežama.

Očekuje se da će ovaj komunikacijski kanal biti prilično učinkovit u komuniciranju napretka projekata i jedan od najvažnijih kanala komuniciranja vidljivosti projekta. Tijekom projekta koristit će se sljedeće društvene mreže:

5.6.1. Facebook grupa Projekta SUZI

Grad Zagreba posjeduje svoj službeni profil na Facebook-u pod naslovom Službena stranica Grada Zagreba, verificirana tzv. „blue badge-om“. Facebook stranica Grada Zagreba aktivni je komunikacijski kanal koji prati rad Gradske uprave Grada Zagreba (Gradonačelnika, zamjenica gradonačelnika, gradskih upravnih tijela). Na dnevnoj bazi se objavljuju vijesti, komunicira s građanima uz svaku pojedinu objavu, u grupama, u eventovima, ali i u tzv. Inboxu.

Na Službenoj stranici Grada Zagreba bit će otvorena i aktivna javna grupa Projekta SUZI.

Na Facebook profilu kao najposjećenijoj društvenoj mreži pratiti će se aktivnosti i napredak projekta.

- Cilj: povećati svijest o projektu i njegovom napretku / stvoriti mrežu / povećati informiranost javnosti o socijalno ugroženim skupinama / educirati o njihovim potrebama / povećati prihvaćanje i želju za rješavanjem ovog društvenog izazova
- Publika: 29.500 pratitelja, najviše Grad Zagreb i Zagrebačka županija, ali i s područja čitave Republike Hrvatske i iz inozemstva
- Poruka: informacije o svim aktivnostima na projektu
- Vrsta sadržaja: fotozapis sa opisom aktivnosti; kreiranje najava evenata i konferencije, live snimka najvažnijih milestonesa projekta
- Isporučitelj sadržaja: Grad Zagreb i partneri na projektu
- Učestalost komuniciranja: konstantno praćenje aktivnosti

U svojim objavama označavat ćemo i partnere na Projektu i poveznice na njihove Facebook stranice: Hrvatski zavod za zapošljavanje, Centar za Socijalnu Skrb Zagreb, Crveni križ Zagreb, Caritas Zagrebačke nadbiskupije Hvidra Zagreb, Unija Roma Hrvatske-CROATIAN ROMA UNION, Soih Croatia, Strukturni fondovi.

Koristit će se zajednički hashtagovi: #suzi #socijalnoseuključiti #nezaposleni #zaželi #zapošljavanje #žene #branitelji #beskućnici #romi #romkinje #beskućnice #najmudriji #seniori #umirovljenici #osobesinvaliditetom #briga#briga #skrb #zagreb #gradzagreb #eu #fondovieu #eufondovi #esf #strukturnifondovi #europskisocijalnifond #projektntim

5.6.2. LinkedIn

Grad Zagreb im svoj profil na poslovnoj mreži LinkedIn pod nazivom „City of Zagreb“. Komunicirajući Projekt SUZI nastojat ćemo povećati broj pratitelja profila.

- Cilj: usredotočiti se na činjenicu da komuniciramo projekt koji je financiran EU sredstvima jer su na profilu najbolje čitane objave vezano uz EU, ali i ostale gradske projekte
- Publika: 102 pratitelja, većinom poslovni ljudi raznih profila, najviše zaposlenici Gradske uprave – cca 50%
- Poruka: Informacije o projektu
- Vrsta sadržaja: objavit ćemo isključivo podatke o projektu i završnu konferenciju
- Isporučitelj sadržaja: Grad Zagreb
- Učestalost komuniciranja: najvažnije poruke i rezultati, početak projekta i završetak

U svojim objavama označavat ćemo i partnera HZZ – Regionalni ured Zagreb, koji ima otvoren profil na LinkedIn-u.

Koristit će se hashtagovi: #socialinclusion #socijalnoseuključiti #inkluzija #suzi #unemployed #nezaposleni #romi #homeless #beskućnici #veterans #branitelji #homecare #pomoćukući #seniorcare #eufunded #euproject

5.6.3. Instagram

Službeni Instagram profil Grada Zagreba dnevno prati aktivnosti Gradske uprave i Gradonačelnika, ali i protokolarne objave, fotografije grada, događanja u gradu. Kako je Instagram društvena mreža koja traži više vizualnih sadržaja uz minimalno komentiranje, naša svaka objava imat će najviše 10 fotografija.

- Cilj: približiti projekt mlađoj populaciji i podići svijest o skrbi za starije osobe i osobe s invaliditetom, o aktivnom i zdravom starenju, razbiti stereotipe i predrasude o osobama starije životne dobi i osobama s invaliditetom
- Publika: 4700 pratitelja, mlađa populacija
- Poruka: objavama ćemo slati poruke o zapošljavanju kroz projekt
- Vrsta sadržaja: kratke tekstualne objave uz fotografije s terena ili video dužine 30 sek.
- Isporučitelj sadržaja: Grad Zagreb
- Učestalost komuniciranja: po dobivenim materijalima

U svojim objavama označavat ćemo i partnere: Hrvatski Crveni križ – Gradsko društvo Crvenog križa Zagreb, HZZ – Regionalni ured Zagreb

Koristit će se hashtagovi: #suzi #socijalnoseuključiti #nezaposleni #zaželi #zapošljavanje #žene #branitelji #beskućnici #romi #romkinje #beskućnice #najmudriji #seniori #umirovljenici #briga #skrb #zagreb #gradzagreb #eu #fondovieu #eufondovi #esf #strukturnifondovi #europskisocijalnifond #projektntim

5.6.4. Twitter

Twitter profil Grada Zagreba aktivan je kanal kojim se na dnevnoj bazi komuniciraju kratke poruke (Twitter dozvoljava 280 znakova i 4 fotografije u jednoj objavi).

Ova će društvena mreža biti ključna za događanja i konferencije gdje se privlače pratitelji Twittera u stvarnom vremenu.

- Cilj: Povećati svijest o projektu i njegovom napretku / stvoriti mrežu / povećati informiranost javnosti o socijalno ugroženim skupinama / educirati o njihovim potrebama / povećati prihvaćanje i želju za rješavanjem ovog društvenog izazova
- Publika: zajednica od 4.466 pratitelja, uglavnom iz političkog i medijskog života
- Poruka: Informacije o konferenciji, dijeljenje dokumenata, članaka i recenzija
- Vrsta sadržaja: Infographics, video, linkovi, vijesti, dokumenti, live sadržaj
- Isporučitelj sadržaja: Grad Zagreb
- Učestalost komuniciranja: tijekom konferencija

U objavama koristit će se hashtagovi: #socialinclusion #nezaposleni #homeless #homelessness #homecare

5.6.5. YouTube

YouTube je mrežna usluga za razmjenu videozapisa na kojoj korisnici mogu postavljati, pregledavati i ocjenjivati videozapise. Grad Zagreb ima službeni kanal na Youtube-u na kojem objavljujemo sve videozapise koji se odnose na rad gradskih upravnih tijela. Na njemu se objavljuju promotivni videozapisi projekata, snimke gradilišta; npr. sljemenske žičare-dronom, rotora Remetinec, ZICER-a i ostalih.

Općepoznato je kako je mlađa populacija danas aktivna upravo na ovoj mreži odnosno da ju često koriste.

Službeni kanal Grada Zagreba ima 171 pretplatnika i 81 videozapisa pod linkom:

<https://www.youtube.com/channel/UCtUwvdTf9W6oivP8l8U2tSw>

- Cilj: Podići svijest javnosti o skrbi za starije osobe, o aktivnom i zdravom starenju, razbiti stereotipe i predrasude o starijim i nemoćnim osobama
- Publika: 171 pretplatnik
- Poruka: objavama ćemo slati poruke o provedbi projekta
- Vrsta sadržaja: Promotivni video
- Isporučitelj sadržaja: Grad Zagreb
- Učestalost komuniciranja: po isporučenim materijalima

5.7. ELEKTRONIČKI BILTEN

Elektroničkim biltenom želi se iscrpnije informirati o temama iz projekta i tematike koju projekt prati.

- Cilj: Upoznati širu javnost s ključnim rezultatima projekta
- Publika: Posjetitelji web stranice projekta i web stranica partnerskih organizacija
- Poruka: Informiranje javnosti o postignutim rezultatima projekta
- Vrsta sadržaja: Pisana informacija i fotografije
- Isporučitelj sadržaja: Grad Zagreb i partneri na projektu
- Učestalost komuniciranja: 4 puta tijekom provedbe projekta

5.8. POČETNA KONFERENCIJA PROJEKTA

- Cilj: Službeno predstaviti projekt javnosti u suradnji s partnerima na projektu i identificiranim medijima
- Publika: sva zainteresirana javnost
- Poruka: Informiranje javnosti o ciljevima i aktivnostima projekta
- Vrsta sadržaja: konferencija za medije i prezentacija
- Isporučitelj sadržaja: nositelj projekta i partneri projekta,
- Učestalost komuniciranja: na početku provedbe projekta

5.9. DOGAĐANJA – OKRUGLI STOL

- Cilj: podijeliti dosadašnje rezultate projekta i iskustva sa korisnicima projekta i u drugim gradovima i županijama
- Publika: partneri i zainteresirana javnost
- Poruka: Informiranje javnosti o ciljevima i aktivnostima projekta
- Vrsta sadržaja: prezentacija i moderirana diskusija
- Isporučitelj sadržaja: nositelj projekta i partneri projekta, stručna javnost, predstavnici drugih gradova i županija koji su već proveli ovakav projekt
- Učestalost komuniciranja: 3 puta tijekom provedbe projekta

5.10. ZAVRŠNA KONFERENCIJA

Pri kraju projekta SUZI održat će se završna konferencija, koja će biti organizirana od strane svih partnera projekta. Cilj: podijeliti konačne ishode i rezultate projekta

- Publika: partneri projekta, korisnici projekta, mediji, šira javnost
- Poruka: podizanje svijesti o dugotrajno nezaposlenim ženama, pomoć pri samozapošljavanju, usluga pomoći u kući
- Vrsta sadržaja: prezentacije, panel diskusija, svjedočanstvo korisnika
- Isporučitelj sadržaja: partneri projekta, korisnici projekta
- Učestalost komuniciranja: pri završetku projekta

6. PRORAČUN

Stavka	Trošak
Dizajn i tisak loga projekta; Logotip će se koristiti u svrhu promocije projekta i socijalnog dijaloga; bit će otisnut na svim materijalima koji se koriste tijekom projekta te materijalima za promidžbu i vidljivost projekta	5.250,00 kn
Dizajn i tisak 1000 letaka; Letak će biti korišten za promidžbu projekta, informiranje dionika i javnosti o projektnim aktivnostima i važnosti socijalnog dijaloga	13.750,00 kn
Dizajn i tisak 10 roll-up banera; Banner će biti korišten na svim okruglim stolovima i završnoj konferenciji te na konferencijama za tisak u svrhu promidžbe projekta. Tiskat će se 10 obostrani roll-up banner	8.000,00 kn
Dizajn i tisak 100 plakata formata B2	6.200,00 kn
Izrada 400 blokova formata A4;	2.550,00 kn
1000 kemijskih olovka sa logom;	4,85 kn/kom
100 ruksaka sa logom;	120,00 kn/ kom
100 kišobrana s logom;	60,00 kn/kom
2 promotivna videa; Uključuje troškove snimanja 2 tematska promotivna videa "XXL" u Zagrebu; audio i video montažu, obradu cijele snimke, dizajn i print cover DVD-a u Full HD Formatu (opcija: Blu-ray, USB stick i web download);	21.000,00 kn
Završna konferencija projekta; (trošak pripreme, organizacije i provedbe konferencije za 100 sudionika iz Zagreba i okolice Zagreba; trošak najma konferencijske dvorane sa prezentacijskom opremom, coffe break; trošak cateringa);	17.000,00 kn
izrada i održavanje web stranice projekta;	19.500,00 kn
Oglašavanje na društvenim mrežama	5.000,00
UKUPNO:	121.250,00

7. PRAĆENJE KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Glavni cilj praćenja i vrednovanja je osiguranje kvalitetne provedbe komunikacijske strategije. projekt SUZI ima sveobuhvatnu strategiju praćenja i vrednovanja kako bi se osigurala kvaliteta provedbe cjelokupnog projekta. Međutim, potrebno je i odvojeno pratiti najznačajnije komunikacijske aktivnosti koje doprinose uspješnoj provedbi projekta. Važno je da se to vrednovanje provodi kontinuirano, kako bi se postigla:

- Učinkovita procjena utjecaja i ažuriranje ili redefinicija komunikacijskih aktivnosti te
- Kvaliteta provedenih komunikacijskih aktivnosti.

7.1. MJERENJE UČINKOVITOSTI

KOMUNIKACIJSKE MJERE	KOMUNIKACIJSKI ALAT	POKAZATELJ USPJEŠNOSTI
Oblikovanje vizualnog identiteta projekta	Fizički komunikacijski alati	Broj izrađenih fizičkih komunikacijskih alata
Promocija dostupne usluge prema krajnjim korisnicima i ostaloj zainteresiranoj javnosti	Fizički komunikacijski alati	Broj distribuiranih fizičkih komunikacijskih alata
Komuniciranje na internetskoj stranici projekta SUZI i društvenim mrežama Grada Zagreba	Internetska stranica projekta SUZI	Broj objava (informacija) na web stranici Projekta i statistika posjeta
	Facebook stranica Grada Zagreba	analiza objava projekta SUZI
	Facebook grupa projekta SUZI	analiza objava
	Instagram Grada Zagreba	analiza objava projekta SUZI
	Twitter Grada Zagreba	analiza objava projekta SUZI
	LinkedIn	analiza objava projekta SUZI
Objave u medijima	Sve komunikacijske aktivnosti (priopćenja za medije, objave	Broj gostovanja u informativnim emisijama audiovizualnih nakladnika (TV)

	na društvenim mrežama i internetskoj stranici)	
		Broj gostovanja i najava u informativnim emisijama radijskih nakladnika
		Broj objava u novinama/tiskovinama
Izravna komunikacija sa zainteresiranom javnosti	e-mail projekta, upiti/komentari posredstvom društvenih mreža	Broj upita preko službene stranice Projekta
		Broj upita putem društvenih mreža Grada Zagreba
		Broj komentara posredstvom društvenih mreža
	Eventi/događaji	Broj održanih konferencija za novinare
		Broj održanih događanja/okruglih stolova

Analitika objava na društvenim mrežama vodit će se za svaku vijest pojedinačno, uzimajući u obzir pokazatelje koji se i inače prate kao relevantni za svaku mrežu. Facebook grupa projekta SUZI je kanal koji je isključivo kreiran za potrebe projekta i kod njega će se pratiti aktivnost na bazi pratitelja. Internetska stranica projekta isključivo je vezana uz projekt SUZI i tu će se analitika voditi u odnosu na samu stranicu.

7.2. IZVJEŠTAVANJE

Izvešća Nositelja projekta prema Ugovornom tijelu o provedbi projekta podnose se kvartalno. U okviru tih izvešća ujedno se izvještava i o aktivnostima Elementa V. Promidžba i vidljivost projekta.

Izvešća podnosi voditelj projekta uz potpis odgovorne osobe za zastupanje Nositelja projekta-gradonačelnika Grada Zagreba.

7.3. PRAĆENJE I PROCJENA

Proces praćenja komunikacijskih aktivnosti provodit će se na način prikazan na slici niže:



8. KOMUNIKACIJSKI PLAN

Komunikacijski plan cjelokupnog projekta SUZI uključuje glavne događaje i akcije koje treba provesti tijekom provedbe projekta, a u koje su uključeni svi partneri.

Komunikacijski plan daje prikaz potrebnih komunikacijskih mjera i aktivnosti koje doprinose ostvarenju ciljeva Komunikacijske strategije.

Svrha komunikacijskih aktivnosti tijekom trajanja projekta jest podizanje svijesti javnosti o ciljevima i važnosti projekta te utjecaja projektnih aktivnosti na socijalnu inkluziju i podizanje kvalitete života starijih i osoba u potrebi, kao i poticanje stručne osposobljenosti i zapošljavanja teško zapošljivih žena pripadnica višestruko marginaliziranih skupina, kao i komuniciranje i informiranje cjelokupne javnosti o mogućnostima, postignućima i rezultatima projekta.

8.1. CILJEVI KOMUNIKACIJSKOG PLANA

usklađeni su sa općim i posebnim ciljevima komunikacijske strategije projekta

1. Uspostava učinkovite komunikacije i suradnje svih dionika na projektu
2. Informiranje ciljnih skupina o mogućnostima povećanja stručne osposobljenosti, znanja i kapaciteta te zapošljavanja potencijalnih pripadnica ciljnih skupina na lokalnoj razini
3. Informiranje šire javnosti i krajnjih korisnika o mogućnostima socijalne inkluzije i podizanja kvalitete života

8.2. CILJNE SKUPINE KOMUNIKACIJSKOG PLANA

usklađene su sa ciljnim skupinama komunikacijske strategije projekta:

8.2.1. Interna ciljna skupina

- Hrvatski zavod za zapošljavanje, Regionalni ured Zagreb
- Centar za socijalnu skrb Zagreb.
- Hrvatski Crveni križ, Gradsko društvo Crvenog križa Zagreb
- Caritas Zagrebačke nadbiskupije
- Zajednica saveza osoba s invaliditetom Hrvatske (SOIH),
- Zajednica udruga i članova hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata Grada Zagreba (HVIDRA),
- Unija Roma Hrvatske.

8.2.2. Eksterna ciljna skupina

- Zainteresirana javnost
- a) Skupina žena koje ispunjavaju kriterije zapošljavanja kroz projekt i zainteresirane su za rad te članovi njihovih obitelji
 - b) Osobe starije životne dobi, osobe s invaliditetom i druge osobe u potrebi koje imaju mogućnost primanja usluge kroz projekt
 - c) Kreatori politika i donosioci odluka
 - d) Političke stranke
- Opća javnost
- a) Lokalna zajednica zainteresirana za rad Gradske uprave s naglaskom na korištenje sredstva iz europskih fondova
 - b) Udruge civilnog društva koje imaju za cilj promicanje socijalne uključenosti

Mediji

- a) Lokalni mediji primarno oni koji su subvencionirani od strane Grada Zagreba
- b) Nacionalni mediji u programima koji prate socijalne teme i projekte financirane iz EU fondova

U svrhu provedbe Komunikacijskog Plana Projekta, nužno je identificirati i uspostaviti sve alate, kanale i aktivnosti za postizanje vidljivosti Projekta.

Vidi Dodatak 1. MREŽA ALATA, KANALA I AKTIVNOSTI ZA POSTIZANJE VIDLJIVOSTI PROJEKTA

Komunikacijski plan Projekta detaljno je razrađen pod poglavljem 10, Dodatkom 2 ove Strategije.

9. KONTAKT TOČKE ZA KOMUNIKACIJU

U svrhu učinkovite interne i eksterne komunikacije u procesu provedbe Projekta, uspostavljene su ključne kontakt točke za komunikaciju:

Organizacija	Nadležno tijelo	Adresa	Kontakt
Voditelj projekta			
Grad Zagreb	Ured za međugradsku i međunarodnu suradnju i promicanje ljudskih prava	Park Stara Trešnjevka 1	Tel: +385 1 658 5786 E-mail: andrija.petrovic@zagreb.hr
Iskaz interesa za sudjelovanje u projektu Grad Zagreb Tel: 01/6100 310 Tel: 01/6166 368			
Kontakt adrese svih partnera na Projektu navedene na web stranici Projekta			
Komunikacija sa zainteresiranom javnošću i upiti građana Web stranica Projekta www.projekt-suzi.zagreb.hr			
Komunikacija sa zainteresiranom javnošću i upiti građana Društvene mreže Grada Zagreba			

10. DODACI

10.1. MREŽA ALATA, KANALA I AKTIVNOSTI ZA POSTIZANJE VIDLJIVOSTI PROJEKTA

BR.	Element projekta	Web stranica Projekta	Tiskani promotivni materijal	Dokumentarni / promotivni video	Medijski članci	Društvene mreže	Elektronički bilten	Događanja/ Okrugli stol	Konferencije za novinare	Gostovanja u radio i tv emisijama	Završna konferencija
E 4.	Odabir i zapošljavanje nezaposlenih žena ciljne skupine										
E 1.1	Izrada kriterija za odabir žena										
E 1.2	Definiranje opisa posla i protokola za postupanje										
E 1.3	Objava javnog poziva u medijima										
E 1.4	Angažman stručnjaka iz područja ljudskih potencijala i održavanje motivacijskih radionica										
E 1.5	Selekcija nezaposlenih žena										
E 1.6	Izrada kriterija i odabir krajnjih korisnika za pomoć u kući										
E 1.7	Javna nabava - Komunikacijska opreme										
E 1.8	Javna nabava - IT oprema										
E 1.9	Zapošljavanje žena										
E 1.10	Zapošljavanje kontrolora za praćenje										
E 1.11	Definiranje pojedinačnih potreba za osposobljavanjem sukladno potrebama na tržištu										
E 1.12	Javna nabava - Odabir ustanove za edukaciju i edukacija žena										
E 1.13	Javna nabava - Higijenske potrepštine										
E 1.14	Formiranje i praćenje rada stručnog tima za potporu										
E 1.15	Javna nabava - Karte ZET										

V	Promidžba i vidljivost									
V 2.1	Javno predstavljanje projekta - Gradonačelnik									
V 2.2	Javna nabava - Dizajn i tisak promidžbenog materijala									
V 2.3	Javna nabava - Izrada web stranice									
V 2.4	Javna nabava - Izrada 2 promotivnog videa									
V 2.5	Završna konferencija - Javna nabava-najam dvorane									
V 2.6	Javna nabava - Catering za konferenciju									
V 2.7	Javna nabava - Angažman vanjskih stručnjaka za savjetovanje									
V 2.8	Konferencije za medije i komunikacija s javnošću (izrada komunikacijske strategije, komunikacijskog plana i praćenje provedbe projekta u javnosti)									
PM	Upravljanje projektom i administracija									
PM 3.1	Formiranje projektnog tima									
PM 3.2	Podnošenje zahtjeva za predujam									
PM 3.4	Zapošljavanje asistenta projekta									
PM 3.5	Potpisivanje partnerskih sporazuma									
PM 3.6	Izrada i provedba Plana nabave									
PM 3.7	Izrada i potpisivanje ugovora za zapošljavanje žena									
PM 3.8	Izrada i potpisivanje ugovora za zapošljavanje koordinatora									
PM 3.9	Izrada i podnošenje kvartalnih izvješća									
PM 3.10	Izrada i podnošenje godišnjih izvješća									
PM 3.11	Izrada i podnošenje završnog izvješća									
PM 3.12	Plaćanja prema partnerima i dobavljačima									
PM 3.13	Odluka o prihvaćanju završnog izvješća									

10.2. KOMUNIKACIJSKI PLAN PROJEKTA

PRIKAZ KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI S VREMENSKIM RASPOREDOM

Komunikacijska aktivnost	Kratki opis	Komunikacijski cilj	Ciljna skupina	Vrijeme održavanja	Indikator uspješnosti
Sastanci projektnih timova	Sastanci na temu informiranja članova projektnog tima o tijeku provedbe Projekta, detaljni dogovori oko provedbe planiranih aktivnosti; informiranje zainteresirane javnosti o napretku projektnih aktivnosti i pripadajući fotografski zapisi	1.		Interna ciljna skupina	Sastanci projektnih timova
Uspostava FB grupe SUZI	Na službenoj FB stranici Grada Zagreba (30 000 pratitelja) kao jedan od komunikacijskih kanala uspostavljen u svrhu objavljivanja aktivnosti Projekta i informiranja javnosti. FB grupa će pratiti sve projektne aktivnosti.	1, 2, i 3	Interna i eksterna ciljna skupina (korisnici društvenih mreža)	Listopad 2019.	Doseg objava unutar FB Grupe
Definiranje i izrada kriterija za odabir nezaposlenih žena	Propisivanje uvjeta koje zainteresirane žene moraju ispunjavati da bi se zaposlile kroz Projekt	2	Žene, pripadnice ciljnih skupina Projekta	Studeni 2019.	Broj žena pripadnica ciljnih skupina Projekta koje su popunile i predale obrazac za uključivanje u Projekt
Izrada kriterija za odabir krajnjih korisnika pomoći u kući	Propisivanje uvjeta koje zainteresirani krajnji korisnici moraju ispunjavati da bi primali uslugu kroz Projekt	3	Krajnji korisnici	Studeni 2019.	Broj krajnjih korisnika
Definiranje i izrada opisa posla i protokola postupanja za pružanje usluge prema korisničkim skupinama	Definiranje konkretnih usluga/aktivnosti koje će zaposlene žene pružati/obavljati za krajnjeg korisnika	2	Žene, pripadnice ciljnih skupina Projekta	Studeni 2019.	Broj žena, pripadnica ciljnih skupina Projekta zaposlenih kroz Projekt
Uspostava web stranice Projekta	Web stranica projekta pod web domenom www.zagreb.hr i pod nazivom www.projekt-suzi.zagreb.hr kao primarni izvor informacija o ciljevima, napretku i rezultatima Projekta	1, 2 i 3	Interna i eksterna ciljna skupina	Kontinuirano tijekom provedbe Projekta	Broj objava (informacija) na web stranici Projekta i statistika posjeta
Motivacijske radionice za nezaposlene žene	Održati 3 motivacijske radionice iz područja upravljanja ljudskim potencijalima u suradnji s obveznim partnerom na Projektu, Hrvatskim zavodom za zapošljavanje, Regionalnim uredom Zagreb, u svrhu	2	Žene, pripadnice ciljnih skupina Projekta	Studeni 2019.	Broj žena polaznica motivacijskih radionica koje

	motivacije zainteresiranih žena, pripadnica ciljnih skupina za zapošljavanje kroz Projekt.				su se uključile u Projekt
Oblikovanje vizualnog identiteta projekta	Dizajn glavnog logotipa projekta, Izvedenice glavnog logotipa projekta, tipografije i vizuala projekta, usklađivanje sa elementima vidljivosti operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali, Usklađivanje sa elementima vidljivosti Grada Zagreba i projektnih partnera	1, 2 i 3	Interna i eksterna ciljna skupina	Prosinac 2019.	Oblikovan vizualni identitet projekta
Savjetovanje s partnerima projekta o obuhvatu komunikacijske strategije Projekta	Izrada Komunikacijske strategije i Komunikacijskog plana Projekta	1	Interna ciljna skupina	Siječanj 2020.	Usvojena Komunikacijska strategija i Komunikacijski plan za provedbu Projekta
Izrada i distribucija fizičkih komunikacijskih alata projekta	Komunikacijska strategija Projekta sadrži detaljan opis svih fizičkih komunikacijskih alata koji će se izraditi u okviru Projekta te njihovo komuniciranje internoj i eksternoj ciljnoj skupini. Fizički komunikacijski alat namijenjeni eksternoj ciljnoj skupini distribuirati će se sukladno Planu distribucije fizičkih komunikacijskih alata projekta.	1, 2 i 3	Interna i eksterna ciljna skupina	Siječanj 2020.	Broj izrađenih fizičkih komunikacijskih alata; Broj distribuiranih fizičkih komunikacijskih alata
Početna konferencija projekta	Prvo službeno predstavljanje Projekta javnosti u suradnji sa partnerima na Projektu i medijima navedenim u Komunikacijskoj Strategiji Projekta, sukladno Planu promocije projekta putem audiovizualnih i radijskih nakladnika subvencioniranih od strane Grada Zagreba i Plana promocije projekta putem nakladnika i portala subvencioniranih od strane grada Zagreba	2 i 3	Interna i eksterna ciljna skupina	Siječanj 2020.	Broj sudionika konferencije
Objave na društvenim mrežama Grada Zagreba	Osim web stranice Projekta i FB grupe SUZI na službenom profilu Grada Zagreba provedba Projekta će se pratiti na ostalim društvenim mrežama Grada Zagreba (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn i Youtube) i projektnih partnera kako je navedeno u Komunikacijskoj strategiji Projekta	1, 2 i 3	Interna i eksterna ciljna skupina	Kontinuirano tijekom provedbe Projekta	Analiza objava projekta SUZI
Objava Poziva zainteresiranim ženama i krajnjim korisnicima za sudjelovanje u Projektu	Plaćenom FB kampanjom definiranih parametara motivirati pripadnike ciljnih skupina za uključivanje u Projekt	1	Eksterna ciljna skupina	Veljača 2020.	Analiza dosegla oglasa
Izrada elektroničkog biltena	Elektroničkim biltenom želi se iscrpnije informirati o temama iz projekta i tematike koju projekt prati te upoznati širu javnost sa ključnim rezultatima projekta. Bilten broj 1 sadržavati će informacije prvog polugodišta provedbe Projekta sa pratećim fotografskim	2	Eksterna ciljna skupina	Ožujak 2020.	Objavljen prvi elektronički bilten

	zapisima. Bilten će se objaviti na web stranici projekta i web stranicama partnerskih organizacija				
Gostovanja u TV i radijskim emisijama i objave u tiskovinama	Sukladno Planu promocije projekta putem audiovizualnih i radijskih nakladnika subvencioniranih od strane Grada Zagreba za 2020. godinu; te ostalim identificiranim medijima Komunikacijske strategije realizirati gostovanja u emisijama audiovizualnih i radijskih nakladnika	3	Eksterna ciljna skupina	Kontinuirano tijekom 2020.	Broj gostovanja u informativnim emisijama audiovizualnih nakladnika (TV); Broj gostovanja u informativnim emisijama radijskih nakladnika; Broj objava u novinama/tiskovinama
Izrada dokumentarnog /promotivnog videa	Prvi dokumentarni/promotivni film fokusirat će se na nezaposlene žene, njihovu motivaciju na uključivanje u Projekt, njihovu edukaciju za odabrano zanimanje te radni dan kod krajnjeg korisnika.	3	Eksterna ciljna skupina	Lipanj 2020.	Izrađen prvi dokumentarni /promotivni film
Objave informacija o Projektu na internetskim portalima	Sukladno Planu promocije projekta putem nakladnika i portala subvencioniranih od strane Grada Zagreba za 2020. godinu	3	Eksterna ciljna skupina	Kontinuirano tijekom 2020.	Broj objavljenih vijesti na internetskim portalima
Izrada kratkog vodiča snalaženja u očekivanim i neočekivanim situacijama za zaposlene žene	Brošura u fizičkom i digitalnom obliku namijenjena zaposlenim ženama kroz Projekt	1	Žene, pripadnice ciljnih skupina Projekta	Lipanj 2020.	Broj izrađenih i distribuiranih vodiča
Okrugli stol na temu provedbe Projekta	Prezentacijama i modeliranom diskusijom podijeliti ostvarene rezultate Projekta te razmijeniti iskustva sa korisnicima projekta u drugim gradovima i županijama	3	Interna i eksterna ciljna skupina	Listopad 2020.	Broj sudionika na događanju
Izrada elektroničkog biltena	Elektroničkim biltenom želi se iscrpnije informirati o temama iz projekta i tematike koju projekt prati te upoznati širu javnost sa ključnim rezultatima projekta. Bilten broj 2 sadržavat će informacije drugog polugodišta provedbe Projekta sa pratećim fotografskim zapisima. Bilten će se objaviti na web stranici projekta i web stranicama partnerskih organizacija	3	Eksterna ciljna skupina	Studeni 2020.	Objavljen drugi elektronički bilten
Izrada elektroničkog biltena	Elektroničkim biltenom želi se iscrpnije informirati o temama iz projekta i tematike koju projekt prati te upoznati širu javnost sa ključnim rezultatima projekta. Bilten broj 3 sadržavat će informacije trećeg polugodišta provedbe Projekta sa pratećim fotografskim	3	Eksterna ciljna skupina	Svibanj 2021.	Objavljen treći elektronički bilten

	zapisima. Bilten će se objaviti na web stranici projekta i web stranicama partnerskih organizacija				
Izrada drugog dokumentarnog /promotivnog videa	Drugi dokumentarni/promotivni film fokusirat će se na Drugi film fokusirat će se na korisnika, njihovu motivaciju na uključivanje u Projekt te same benefite ostvarene posredstvom pomoći u kućanstvu.	3	Eksterna ciljna skupina	Lipanj 2021.	Izrađen drugi dokumentarni /promotivni film
Gostovanja u TV i radijskim emisijama i objave u tiskovinama	Sukladno Planu promocije projekta putem audiovizualnih i radijskih nakladnika subvencioniranih od strane Grada Zagreba za 2021. godinu; te ostalim identificiranim medijima Komunikacijske strategije realizirati gostovanja u emisijama audiovizualnih i radijskih nakladnika	3	Eksterna ciljna skupina	Kontinuirano tijekom 2021.	Broj gostovanja u informativnim emisijama audiovizualnih nakladnika (TV); Broj gostovanja u informativnim emisijama radijskih nakladnika; Broj objava u novinama/tiskovinama
Objave informacija o Projektu na internetskim portalima	Sukladno Planu promocije projekta putem nakladnika i portala subvencioniranih od strane Grada Zagreba za 2021. godinu	3	Eksterna ciljna skupina	Kontinuirano tijekom 2021.	Broj objavljenih vijesti na internetskim portalima
Izrada trećeg dokumentarnog /promotivnog videa	Dva snimljena dokumentarna filma objedinit će se u završni dokumentarni/promotivni video u duljini 3-5 minuta koji će se prikazati na završnoj konferenciji projekta. Isti će u HD rezoluciji biti pohranjen na web stranici projekta www.projekt-suzi.zagreb.hr i na YouTube kanalu Grada Zagreba	3	Eksterna ciljna skupina	Prosinac 2021.	Izrađen treći dokumentarni /promotivni film
Izrada elektroničkog biltena	Elektroničkim biltenom želi se iscrpnije informirati o temama iz projekta i tematike koju projekt prati te upoznati širu javnost sa ključnim rezultatima projekta. Bilten broj 4 sadržavati će informacije četvrtog polugodišta provedbe Projekta sa pratećim fotografskim zapisima. Bilten će se objaviti na web stranici projekta i web stranicama partnerskih organizacija	3	Eksterna ciljna skupina	Svibanj 2021.	Objavljen četvrti elektronički bilten
Završna konferencija Projekta	Pri završetku projekta SUZI održat će se završna konferencija, koja će biti organizirana od strane svih partnera projekta na kojoj će se prezentirati konačni ishodi i rezultati Projekta	1, 2 i 3	Interna i Eksterna ciljna skupina	Siječanj 2022.	Broj sudionika završne konferencije

10.3. PLAN DISTRIBUCIJE FIZIČKIH KOMUNIKACIJSKIH ALATA PROJEKTA (LETAK/PLAKAT)

Oglasni prostori za fizičke komunikacijske alate:

PODRUČNI UREDI				
Područni ured	Za gradsku četvrt	Adresa	Komunikacijski alat	
			Letak (kom)	B2 plakat (kom)
PU Centar	Donji Grad i Podsljeme	Ilica 25	/	1
PU Čnomerec	Čnomerec	Trg francuske republike 15	/	1
PU Dubrava	Gornja Dubrava i Donja Dubrava	Dubrava 49	/	1
PU Maksimir	Maksimir	Petrova 116	/	1
PU Medveščak	Gornji Grad-Medveščak	Draškovićeve 15	/	1
PU Novi Zagreb	Novi Zagreb Istok i Novi Zagreb Zapad	Av. Dubrovnik 12	/	1
PU Peščenica	Peščenica-Žitnjak	Zapoljska 1	/	1
PU Sesvete	Sesvete	Sesvete, Trg D. Domjanića 4	/	1
PU Susedgrad	Stenjevec i Podsused-Vrapče	Sigetje 2	/	1
PU Trnje	Trnje	Ulica grada Vukovara 56-60	/	1
Ukupno:			/	10
<ul style="list-style-type: none"> Područni uredi nemaju predviđene utore ili mjesta za postavljanje letaka 				

MJESNA SAMOUPRAVA/ Prostori po mjesnim odborima	
Gradska četvrt	Broj oglasnih mjesta prilagođenih za B2 format
Gornji Grad Medveščak	12 mjesta
Peščenica Žitnjak	2 mjesta
Novi Zagreb- Istok	33 mjesta
Novi Zagreb- Zapad	31 mjesto
Trešnjevka sjever	3 mjesta
Trešnjevka jug	26 mjesta
Čnomerec	44 mjesta
Gornja Dubrava	11 mjesta
Donja Dubrava	4 mjesta

Stenjevec	37 mjesta
Podsused Vrapče	34 mjesta
Podsljeme	8 mjesta
Sesvete	24 mjesta
- Predviđeno ukupno 40 plakata	

DOMOVI ZA STARIJE OSOBE			
<i>Naziv Doma</i>	<i>Adresa</i>	<i>Komunikacijski alat</i>	
		<i>Letak (kom)</i>	<i>B2 plakat (kom)</i>
Dom za starije osobe Centar	Klaićeva 10	5	1
Dom za starije osobe Dubrava	Milovana Gavazzija 26	5	1
Dom za starije osobe Ksaver	Nemetova 2	5	1
Dom za starije osobe Maksimir	Hegedušićeva 20	5	1
Dom za starije osobe Medveščak	Trg Drage Iblera 8	5	1
Dom za starije osobe Park	Ivanićgradska 52	5	1
Dom za starije osobe Park	Lašćinska cesta 98a	5	1
Dom za starije osobe Peščenica	Donje Svetice 89	5	1
Dom za starije osobe Sveta Ana Zagreb	Islandska 2	5	1
Dom za starije osobe Sveti Josip Zagreb	Dunjevac 17	5	1
Dom za starije osobe Sveti Josip Zagreb- podružnica Sveti Maksimilijan kolbe	Topnička 29	5	1
Dom za starije osobe Sveti Josip Zagreb- podružnica-Cjelodnevn boravak	Bolnička cesta 1	5	1
Dom za starije osobe Trešnjevka Zagreb	Trg Slavoljuba Penkale 1	5	1
Dom za starije osobe Trešnjevka Zagreb- Podružnica Drenovačka	Drenovačka 30	5	1
Dom za starije osobe Trešnjevka Zagreb- Gerontološki centar Trešnjevka	MO Pongračevo	5	1
Dom za starije osobe Trešnjevka Zagreb- Gerontološki centar Trešnjevka	MO Knežija	5	1
Dom za starije osobe Trnje	Poljička 12	5	1
Zaklada Zajednički put	Miljackina ulica 42a	5	1
UKUPNO:		90	18

DOMOVI ZDRAVLJA	
<i>Mjesto</i>	<i>B2 plakat (kom)</i>
Istok	1
Centar	1
Zapad	1
UKUPNO:	3

PARTNERI			
<i>Ime partnera:</i>	<i>Adresa</i>	<i>Komunikacijski alat</i>	
		<i>Letak</i>	<i>B2 plakat</i>
HZZ-Regionalni ured Zagreb	Ulica kralja Zvonimira 15	100	1
Centar za socijalnu skrb Zagreb	Eugena Kumičića 5	150	1
Hrvatski crveni križ- gradsko društvo crvenog križa Zagreb	Ilica 223	150	1
Caritas Zagrebačke nadbiskupije	Kaptol 31, pp 71	70	1
Zajednica saveza osoba s invaliditetom Hrvatske	Savska cesta 3/l	50	1
Zajednica udruga i članova HVIDR-a Grada Zagreba	Slovenska 21.	70	7
	Dubrava,Vile Velebita 1.		
	Sesvete, Zagrebačka 2.		
	Maksimir,Jordanovac 5/1		
	Trešnjevka, Ozaljska 16.		
	Susedgrad, Meksička 2., NZZ-NZI, Meštrovićev trg 1		
Unija Roma Hrvatske	IV. Kozari put 6	50	1
UKUPNO:		640 kom	13 kom

10.4. PLAN PROMOCIJE PROJEKTA PUTEM AUDIOVIZUALNIH I RADIJSKIH NAKLADNIKA SUBVENCIONIRANIH OD STRANE GRADA ZAGREBA

Audiovizualni i radijski nakladnici subvencionirani od strane Grada Zagreba za potrebe proizvodnje i emitiranja audiovizualnih i/ili radijskih programskih sadržaja od interesa za Grad Zagreb sukladno PROGRAMU državne potpore za subvencioniranje proizvodnje i emitiranja audiovizualnih i radijskih programskih sadržaja u programima nakladnika televizija ili radija za razdoblje od 2015. do 2020.

REDNI BROJ	NAZIV I SJEDIŠTE NAKLADNIKA	PROGRAMSKI SADRŽAJI
1.	OTVORENA TELEVIZIJA ZAGREB d.d., (Jabuka TV) Ulica grada Vukovara 68, Zagreb	1. SERBUS ZAGREB (gostovanje u programu) 2. Zagrebancija
2.	Z1 TELEVIZIJA d.o.o., Ljudevita Posavskog 48, Zagreb	1. Zoom Zagreb (gostovanje u programu) 2. Mirovinski odrezak (gostovanje u programu) 3. Branitelji danas (gostovanje u programu) 4. Isti smo (osobe s invaliditetom vode i sudjeluju u programu)
3.	NEZAVISNA TELEVIZIJA d.o.o., Dalmatinska 10, Zagreb	1. Metropola (gostovanje u programu) 2. Zagreb u špiglu (gostovanje u programu)
4.	OBITELJSKI RADIO (Antena Zagreb) d.o.o., Avenija Većeslava Holjevca 29, Zagreb	1. Zagrebačke vijesti - vijest 2. Aktualni sadržaj – prilog ili reportaža
5.	Radio Yammam d.o.o., Albinijeva 6, Zagreb	1. Gradske minute - vijest 2. Selo moje malo - prilog 3. Nula 41 – prilog
7.	RADIO KAJ d.o.o., Haendelova 4, Zagreb	1. Kaj ima v Zagrebu – vijest ili prilog 2. Kaj je aktualno - vijest ili prilog
8.	RADIO 101 d.o.o., Ljudevita Gaja 10, Zagreb	1. Zagrebačke vijesti - vijest ili prilog 2. Zagreb-moj grad - vijest ili prilog
9.	MT Eter d.o.o. – Radio Martin	1. Zagrebačke vijesti 2. Život Grada

OPIS EMISIJA

1. JABUKA TV – NAKLADNIK OTV d.d.

SERBUS ZAGREB (Informativno-kulturno-športska emisija)

Informativna kontakt emisija koja svakodnevno gledateljima donosi novosti iz Zagreba i okolice. Promiče sve teme društvenog života od kulture i sporta do socijalne problematike, nacionalnih manjina, ravnopravnosti spolova itd. Emisija se emitira svih 7 dana u tjednu u trajanju od 20 minuta radnim danima i 30 minuta subotom i nedjeljom.

ZAGREBANCIIJA (Informativno- stručna kontakt emisija)

Kontakt emisija u kojoj građani iznose svoje probleme i pitanja na koje uz pomoć predsjednika Vijeća gradskih četvrti novinari pokušavaju doći od odgovora. Emitira se svakim radnim danom u trajanju od 25 minuta.

2. Z1 TELEVIZIJA d.o.o.

ZOOM ZAGREB (Informativno – kulturna kontakt emisija)

Emisija se bavi temama vezanim za Grad Zagreb, prati rad gradonačelnika, gradske uprave i Skupštine Grada Zagreba. Također promiče teme iz kulturne i sporta. Emitira se svaki radni dan u trajanju od 60 minuta s tim da će emisije koje se realiziraju u susret sjednicama Gradske skupštine trajati 30 minute duže.

MIROVINSKI ODREZAK (zdravstvena i socijalna zaštita)

Emisija je namijenjena umirovljeničkom populaciji. Sastavljena je od priloga i reportaža i intervjua u kojima se obrađuju teme vezane uz umirovljenike, njihove probleme ali i aktivnosti - kulturne, sportske i ine. Emitira se jednom tjedno u trajanju od 25 minuta.

BRANITELJI DANAS (informativna kontakt emisija)

Emisija je posvećena braniteljima i članovima njihovih obitelji kao i svima koji se profesionalno ili volonterski bave ovom populacijom. Emitira se jednom tjedno u trajanju od 30 minuta.

ISTI SMO (obrazovni program)

Jedina emisija o problematici osoba s invaliditetom koju one same uređuju i vode. Projekt je zamišljen kao medijski prostor koji će osobama s invaliditetom i posebnim potrebama uvijek biti dostupan da ga mogu koristiti za svoju vidljivost, progovarati o svojim problemima uspjesima i podvizima, ali i osvještavati javnost o brojnim područjima u kojima još za to postoji potreba. Samo ime emisije govori, to je 30 minuta programa tjedno u kojem se brišu sve razlike.

3. NEZAVISNA TELEVIZIJA d.o.o.

METROPOLA (Informativno – mozaička emisija)

Emisija informira gledatelje o važnim gradskim ustanovama i projektima. Radi se o modificiranoj i poboljšanoj emisiji Gradska špica. Emitira se uživo jednom tjedno u trajanju od 30 minuta.

ZAGREB U ŠPIGLU

Emisija koja gledateljima pruža mogućnost zadnjeg dana u tjednu saznati najbitnije događaje proteklog tjedna u Gradu Zagrebu. Također, prati i teme bliske i važne osobama s invaliditetom.

4. OBITELJSKI RADIO d.o.o. Antena Zagreb

ZG VIJESTI (Informativna emisija)

Radi se kratkoj radijskoj informativnoj formi trajanja dvije minute u kojoj se obrađuju teme od interesa za građane grada Zagreba. Emisija nije specijalizirana za pojedini kriterij iz natječaja, ali prati i prenosi gotovo sva događanja na području grada Zagreba. Također prati i rad Gradske skupštine Grada Zagreba. Emitira se cijeli tjedan dva puta dnevno.

AKTUALNI SADRŽAJ – PRILOG ILI REPORTAŽA

Radi se kratkoj radijskoj informativno-reportažnoj emisiji u o trajanju od dvije minute. Emitira se dva puta dnevno kroz cijeli tjedan.

5. RADIO YAMMAT FM d.o.o.

GRADSKE MINUTE

Informativna kontakt emisija koja obuhvaća aktualna zbivanja, ali i ukazuje na probleme s kojima se susreću razne društvene skupine. Emisija se emitira dva puta tjedno u trajanju od 40 minuta. Emisiju je moguće slušati i na zahtjev.

SELO MOJE MALO

Emisija donosi pregled događanja i vijesti vezanih isključivo za grad Zagreb i bližu okolicu. Prati rad Gradonačelnika i drugih tijela gradske vlasti. Emitira se radnim danima u trajanju od 10 minuta.

NULA 41

Emisija se bavi zagrebačkom kulturnom scenom, najavama, osvrtima i kratkim kritikama, kazališnim i kino repertoarom. Strategija emisije je informiranje o sceni i njegovanje stalne povezanosti kulturnih institucija s javnošću. Emisija se emitira radnim danima u trajanju od 5 minuta.

6. PLAVI 9 d.o.o. Radio Soundset plavi - Laganini Zagreb

ZAGREBAČKI REPORTERI (Informativna kontakt emisija)

Emisija obrađuje aktualna gradska događanja u trajanju od 2 minute iako nakladnik u prijavi navodi da traje 3 minute. Emitira se 9 puta dnevno svakim danom u tjednu.

7. RADIO KAJ d.o.o.

ZAGREBAČKE VIJESTI-KAJ IMA V ZAGREBU (Informativna-emisija)

Prati aktivnosti gradonačelnika, Gradske skupštine i gradskih upravnih tijela, kulturna događanja i rad civilnog društva. Emitira se radnim danom osam puta u trajanju od dvije minute.

KAJ JE AKTUALNO (Informativna emisija)

Središnja dnevna informativna emisija s posebnim naglaskom na grad Zagreb. Emitira se svaki dan u trajanju od 15 minuta.

8. RADIO 101 d.o.o.

ZAGREBAČKE VIJESTI (Informativna emisija)

Informativna emisija koja se bavi isključivo temama vezanim uz grad Zagreb. Emisija se emitira pet puta dnevno u trajanju od jedne minute.

ZAGREB – MOJ GRAD

Emisija donosi osvrt na događanja u Zagrebu koja su obilježila protekli tjedan. Emitira se subotom u dva termina po 10 minuta.

9. MT ETER d.o.o. – Radio Martin

ZAGREBAČKE VIJESTI (Informativna emisija – VIJESTI)

Informativna emisija koja donosi novosti o događanjima u gradu Zagrebu. Emitira se radnim danom 5 puta u trajanju od 3 minute.

ŽIVOT GRADA

Informativna emisija koja se emitira jednom tjedno u trajanju do 15 minuta u kojoj se građanima predstavlja 5-6 najzanimljivijih tema iz života Grada Zagreba i Gradskih četvrti.

10. Radio 92 FM – Slavonski Brod

10.5. PLAN PROMOCIJE PROJEKTA PUTEM NAKLADNIKA I PORTALA SUBVENCIONIRANIH OD STRANE GRADA ZAGREBA

Nakladnici i portali subvencionirani od strane Grada Zagreba za sufinanciranje proizvodnje i objave programskih sadržaja u elektroničkim publikacijama sukladno PROGRAMU potpore male vrijednosti za sufinanciranje proizvodnje i objave programskih sadržaja u elektroničkim publikacijama za razdoblje 2015. - 2020.

R. br.	NAZIV NAKLADNIKA	NAZIV PORTALA
1.	VRELO INFORMACIJA d.o.o.	www.politikaplus.com
2.	SESVETE DANAS j.d.o.o.	www.sesvete-danas.hr
3.	ACT - udruga za nezavisno kreativno djelovanje	www.nacionalnemanjine.hr
4.	UDRUGA KULTUROSFERA	www.totalinfo.hr
5.	AGM d.o.o.	www.zagreb-danas.com
6.	URIHO	www.in-portal.hr
7.	PROMISE – Udruga za medijsko promicanje istine	www.promise.hr
8.	PIS SHOP d.o.o.	www.mojzagreb.info
9.	ABC WEB	www.paraf.hr
10.	Zagrebačka novinska udruga - ZNA	www.zna.hr
11.	JABUKA TELEVIZIJA d.o.o.	www.zagrebancija.com
12.	INDEKS PROMOCIJA d.o.o.	www.index.hr
13.	Udruga RAST	https://branjeljski.hr
14.	NACIONAL NEWS CORPORATION d.o.o.	www.nacional.hr
15.	PROPULS d.o.o.	www.direktno.hr
16.	POSLOVNI FM	www.poslovnifm.com
17.	KARYDIA	www.zagreb.in
18.	HD7 CONSULTING j.d.o.o.	www.nacionalno.hr
19.	UDRUGA OKRUGLICA	www.prglas.com
20.	Udruga za razvoj internetskih sadržaja HOĆU STRANICU	www.mojevrijeme.com
21.	MISLI JAVNO j.d.o.o.	www.dalje.com