



In My Back Yard

## Zajednička komunikacijska strategija postupanja s otpadom u Gradu Velenju i Gradu Velikoj Gorici

PROJEKT »IMBY« – Operativni program Slovenija – Hrvatska 2007. – 2013.

Autorica: Kaja Flis, univ. dipl. inž. kraj. arh



# KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA

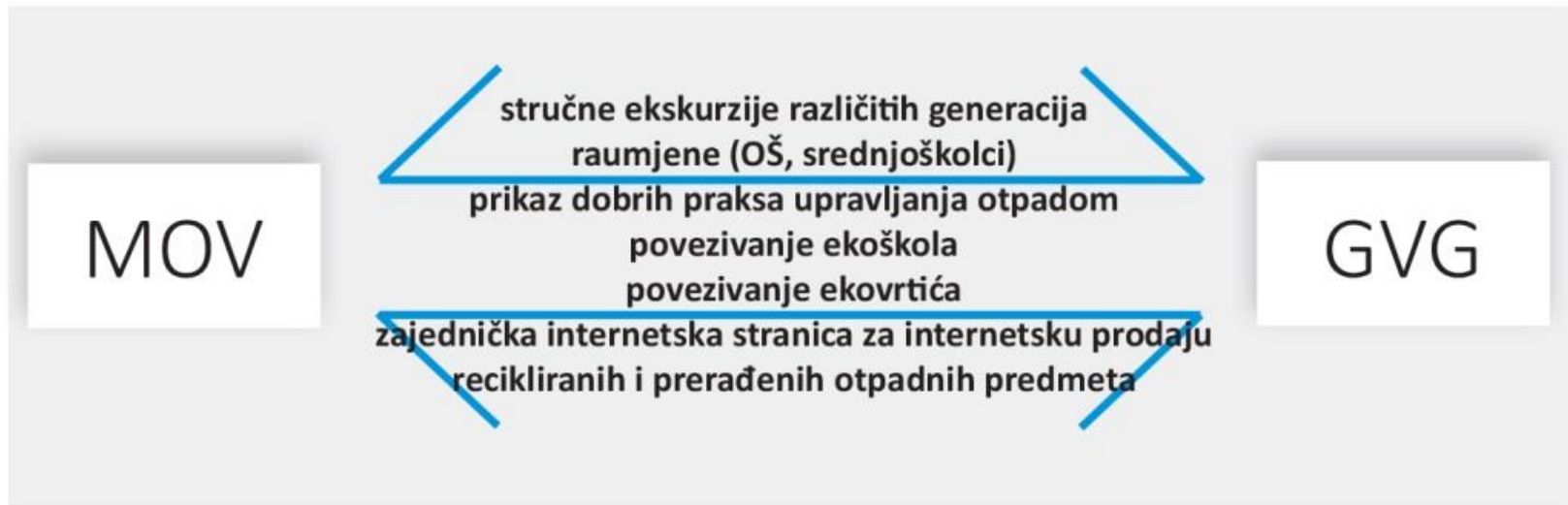
je plan s kojim izvođač usluga postupanja s otpadom svojoj ciljanoj javnosti na odgovarajući način pruža informacije s područja postupanja s otpadom i tako kod svojih korisnika postiže da postupaju u skladu s njegovim željama i ciljevima. Za provedbu komunikacijske strategije od ključne su važnosti raspoloživa financijska sredstva i zakoni.



# zajednička KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA



- udaljenost,
- razlike u geografskoj i demografskoj strukturi,
- razlike u načinu postupanja s otpadom



**VG Čistoća, d. o. o.**

dodatna redovita djelatnost

## NOSITELJ KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Prema državnom zakonodavstvu, VG Čistoća, d. o. o. obvezna je **svoje** korisnike usluga postupanja s otpadom redovito obavještavati o novostima iz područja gospodarenja otpadom te **osiguravati odgovarajuće obrazovno-informativne djelatnosti** s područja postupanja s otpadom.

**Grad Velika Gorica**

sve aktivnosti u vezi s komuniciranjem na području postupanja s otpadom provodi u okviru postojećega PR-a i nadležnih službi

- Vlasnik VG Čistoće, sufinancira djelatnosti VG Čistoće i drugih organizacija koje će biti uključene u izvođenje komunikacije,
- Postupanje s otpadom se događa na području Grada

# Cilj

**Povećanje količine odvojeno prikupljenog otpada i posljedično smanjenje mješovitog komunalnog otpada.**



# Strateška izjava

Odvojeno prikupljanje otpada korisno je ljudima i okolišu!

*Uz stratešku izjavu možemo pružiti još kratka objašnjenja:*

- *Odvojenim prikupljanjem osiguravamo da koristan otpad završi u prerađivačkoj industriji, a ne na odlagalištu.*
- *Industriji vraćamo sirovine za proizvodnju novih proizvoda.*
- *Čuvamo dragocjeni odlagališni prostor.*
- *Čuvamo prirodne resurse.*
- *Čuvamo prirodu.*



# Kako doseći cilj?



# 1. Analiza postojećeg korporativnog identiteta

- logo,
- slogan,
- karakteristične boje i font,
- jedinstveni način oblikovanja tiskanih proizvoda,
- pravila nastupanja u javnosti,
- kako treba izgledati javno predstavljanje,
- promotivni materijal,
- promocija u elektroničkim medijima

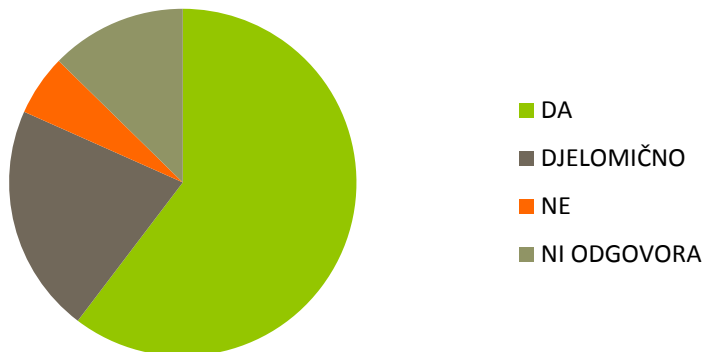


## 2. Analiza postojećih odnosa s javnošću

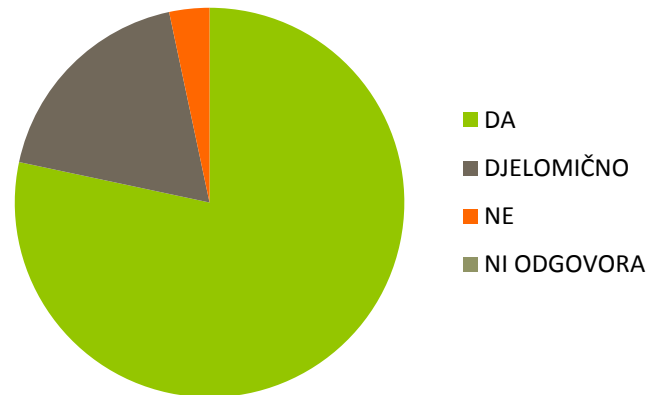
**SWOT analiza** s predstavnicima škola, vrtića i javne uprave u Velikoj Gorici.

**ANKETA** s korisnicima (ciljanom publikom) usluga VG Čistoće, d. o. o.: javno mnijenje o upravljanju otpadom u GVG, postojeća komunikacijska strategija poduzeća VG Čistoća, d. o. o.

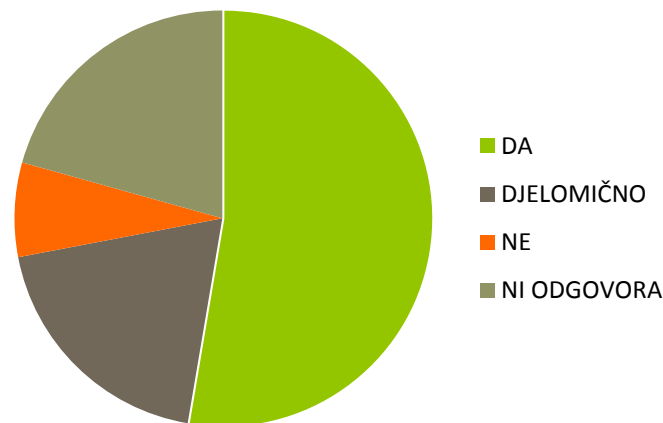
Jeste li zadovoljni preglednošću i kvalitetom informacija na našim mrežnim (web) stranicama?



Jeste li zadovoljni načinom obavještavanja o našim uslugama, promjenama, novostima?



Jeste li zadovoljni brzinom obrade vaših pitanja i reklamacija (telefonskih, putem e-pošte)?





### 3. Određivanje ciljanih skupina

- **svi građani (različite generacije)**
- ✓ obrazovne ustanove (vrtići, osnovne škole, srednje škole, fakulteti),
- ✓ ostale javne ustanove (Gradsko stambeno gospodarstvo Velika Gorica, VG Poduzetnički centar, VG Vodoopskrba, VG Komunalac, Gradska knjižnica, Turistička zajednica grada Velika Gorica, Javna vatrogasna postrojba VG ...),

### 4. Komunikacijski ton (ton poruke)

- ✓ organizacije za djecu i mlade (npr. Centar za djecu, mlade i obitelj),
- ✓ organizacije za ostale interesne skupine - neformalno obrazovanje (npr. Pučko otvoreno učilište),
- ✓ poduzeća,
- ✓ lokalna samouprava (→ državna uprava; zakonodavna tijela),
- ✓ političke stranke,
- ✓ mediji...



## 5. Izbor odgovarajućih komunikacijskih kanala

ciljana publika vrlo široka → za prijenos poruka izabrat ćemo različite komunikacijske kanale (tiskani mediji, radio i/ili televizija, “SMS”, internet, klasična pošta, događaji, sajmovi, vanjsko oglašavanje ...)

Tko?, Što?, Gdje?, Kad?, Zašto?

The logo for the 'Recycle App' is displayed on a green trapezoidal background. The word 'Recycle' is written in a large, white, sans-serif font, and the word 'App' is written below it in a slightly smaller, white, sans-serif font.

Recycle  
App



## 6. Komunikacijska infrastruktura

računala, telefone, televiziju i radiobrošure, letke, novine, časopise, različite obavijesne ploče, izložbeni prostori, izložbe

## 7. Komunikacijski resursi

Osobe koje će komunicirati s javnošću:  
predstavnici odnosa s javnošću,  
vanjski resursi.



## 8. Financijski okvir

“Zakon o održivom gospodarenju otpadom” – osigurati sredstva za financiranje – **obrazovanje, informiranje**

VG Čistoća, d. o. o. morala bi u godišnjem proračunu predvidjeti i sredstva za:

- dodatno redovito zaposlenje osobe za odnose s javnošću,
- mjesečne objave u lokalnim novinama, časopisima,
- mjesečne emisije na radiju i televiziji,
- objave članaka u lokalnim novinama (najmanje jednom mjesečno),
- dizajniranje i tiskanje promotivnih letaka i plakata koje bi u proljeće i jesen podijelili na istaknutijim javnih mjestima,
- unajmljivanje stručnjaka, za organizaciju javnih predavanja i radionica,
- unajmljivanje stručnjaka i animatora za predavanja i radionice u obrazovnim ustanovama,
- organizaciju jednokratnih događaja na temu postupanja s otpadom (organizatori događaja, umjetnici, kulturni djelatnici, dizajneri...).



## 8. Vremenski okvir

KORAK PO KORAK I DUGOROČNO



## 8. Vremenski okvir

### DO KRAJA 2016. GODINE:

- Zaposlenje 1 ili 2 osobe (VG Čistoća, d. o. o.).
- Priprema radnog i financijskog plana za 2017. godinu.
- U proračunu za 2017. predvidjeti financijska sredstva za provedbu aktivnosti komunikacijske strategije.





**2017:**

- međugeneracijska predavanja na temu odvajanja otpada.
- **Usavršavanje internetske stranice VG Čistoće, d. o. o. s naglaskom na postavljanju pitanja o pravilnom postupanju s otpadom i informiranje zainteresirane javnosti putem elektroničkih poruka.**
- Vođena ekskurzija u novo reciklažno dvorište za zainteresirane građane i obrazovne ustanove (vrtiće, osnovne i srednje škole), postavljanje internetske stranice Facebook i redovite objave na njoj.
- Dizajniranje dvaju plakata postavljenih na javnim mjestima u proljeće i jesen koji će stanovnike na putu kroz grad upozoravati na važnost odvajanja otpada.
- Objave u novinama, na radiju i televiziji (članci, emisije).
- Evaluacija odrađenih aktivnosti → priprema sadržajnog i financijskog plana za 2018. godinu.
- U proračunu za 2018. predvidjeti financijska sredstva za izvođenje aktivnosti komunikacijske strategije.

## Residential Guide to Single Stream Recycling

**Aluminum & metal cans**

**#1, #2 and #4, #5, #7 Plastic food & beverage containers (caps removed)**

**Phone books**

**Newspapers, magazines, brochures & inserts (no plastic bags, do not tie & bundle)**

**Paperboard boxes (cereal, pasta & tissue)**

**Cardboard boxes**

**Corrugated cardboard & Paper bags (flattened)**

**Greeting cards, regular & junk mail**

**Cardboard beverage carriers**

**Glass bottles & jars**

**File folders, office paper**

**Loose metal jar lids & steel bottle caps**

**Paper towel rolls**

**Paperback books**

**NO NEED TO REMOVE:**  
Paper clips, stamps, address labels, staples, metal fasteners, cellophane address windows, rubber bands, spiral bindings, plastic tabs

**NO**

- Scrap metal
- Plastic bags
- Plastic lids & caps
- Plastic 6-pack holders
- Needles or syringes
- Window panes, mirrors, ceramics & Pyrex dishware
- Plastics other than those listed
- Paint, pesticides, oil & cleansers
- Stickers or address label sheet waste
- Waxed paper or waxed cardboard
- Styrofoam or paper to-go containers
- Organic material and food waste
- Electronic waste (batteries, cell phones, computers, etc.)

Please flatten all cardboard boxes. Empty and rinse all containers.

**Please follow these guidelines carefully.**

Questions? Please contact:

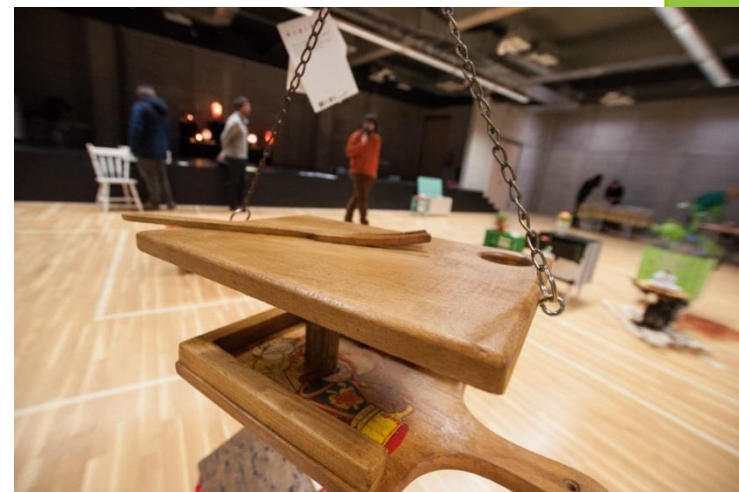
**camden county**  
Making It Better. Together.

**ReCYCLE** COMMUNITY

**AIM FOR MAXIMIZED RECYCLING**

## 2018:

- Provedba prošlogodišnjih aktivnosti (onih koje su pokazale pozitivan odaziv javnosti!).
- **Uvođenje „SMS obavijesti“.**
- Izvođenje prostornih instalacija na temu recikliranja.
- Razgledanje dobre prakse (organizacija ekskurzije za zainteresirane građane).
- Pilotno postavljanje informacijskih ploča u neka naselja.
- Provedba istraživanja o utjecaju aktivnosti komunikacijske strategije na mišljenje javnosti – utjecaji na odvojeno prikupljanje otpada.
- Evaluacija odrađenih aktivnosti → priprema sadržajnog i financijskog plana za 2019. godinu.
- U proračunu za 2019. predvidjeti financijska sredstva za provedbu aktivnosti komunikacijske strategije.





## 2019:

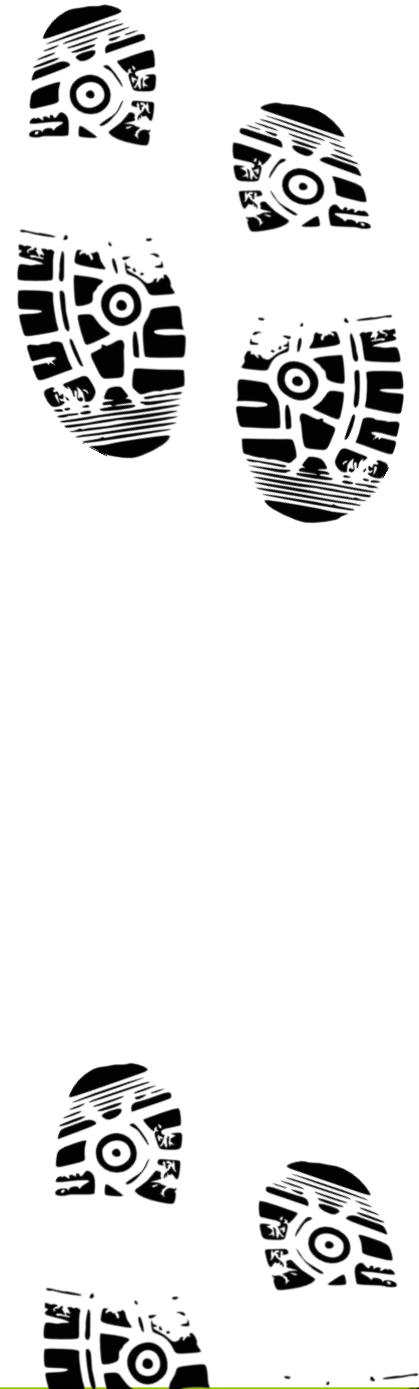
- Provedba prošlogodišnjih aktivnosti (onih koje su pokazale pozitivan odaziv javnosti!).
- Uvođenje elektroničke usluge „Newsletter“.
- Evaluacija odrađenih aktivnosti → priprema sadržajnog i financijskog plana za 2020. godinu.
- U proračunu za 2020. predvidjeti financijska sredstva za provedbu aktivnosti komunikacijske strategije.





## 2020:

- Provedba prošlogodišnjih aktivnosti (onih koje su pokazale pozitivan odaziv javnosti!);
- *Jesu li neke od aktivnosti postale tradicionalne?*
- Provedba istraživanja o utjecaju aktivnosti komunikacijske strategije na mišljenje javnosti – utjecaji na odvojeno prikupljanje otpada.
- Evaluacija odrađenih aktivnosti → priprema sadržajnog i financijskog plana za 2021. godinu.
- U proračunu za 2021. predvidjeti financijska sredstva za provedbu aktivnosti komunikacijske strategije.



# 9. Evaluacija komunikacijske strategije

JESMO LI PROVEDENIM AKCIJAMA USPJELI UTJECATI NA MIŠLJENJE NAŠIH CILJANIH SKUPINA TE TAKO OSTVARITI POSTAVLJENI CILJ?

mjerjenje učinkovitosti provedenih aktivnosti komunikacijske strategije (krajem svake kalendarske godine) → koliko su učinkovite i smislene naše aktivnosti



In My Back Yard



EVROPSKO TERITORIJSKO SUDJELOVANJE  
EVROPSKA TERITORIJSKA SURADNJA

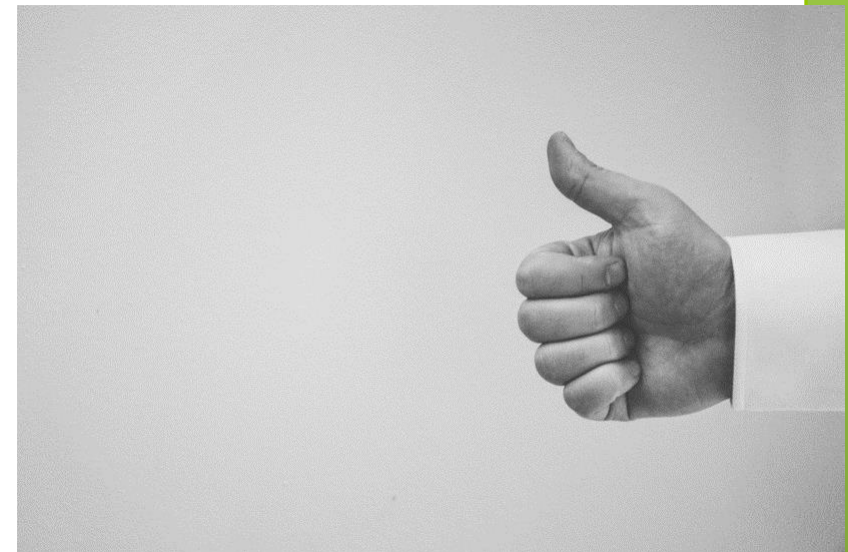
## ANKETNI LIST ZA GRAĐANE GRADA VELIKE GORICE

*Svojim odgovorima pomoći ćete nam poboljšati usluge gospodarenja otpadom. Anketa je anonimna.*

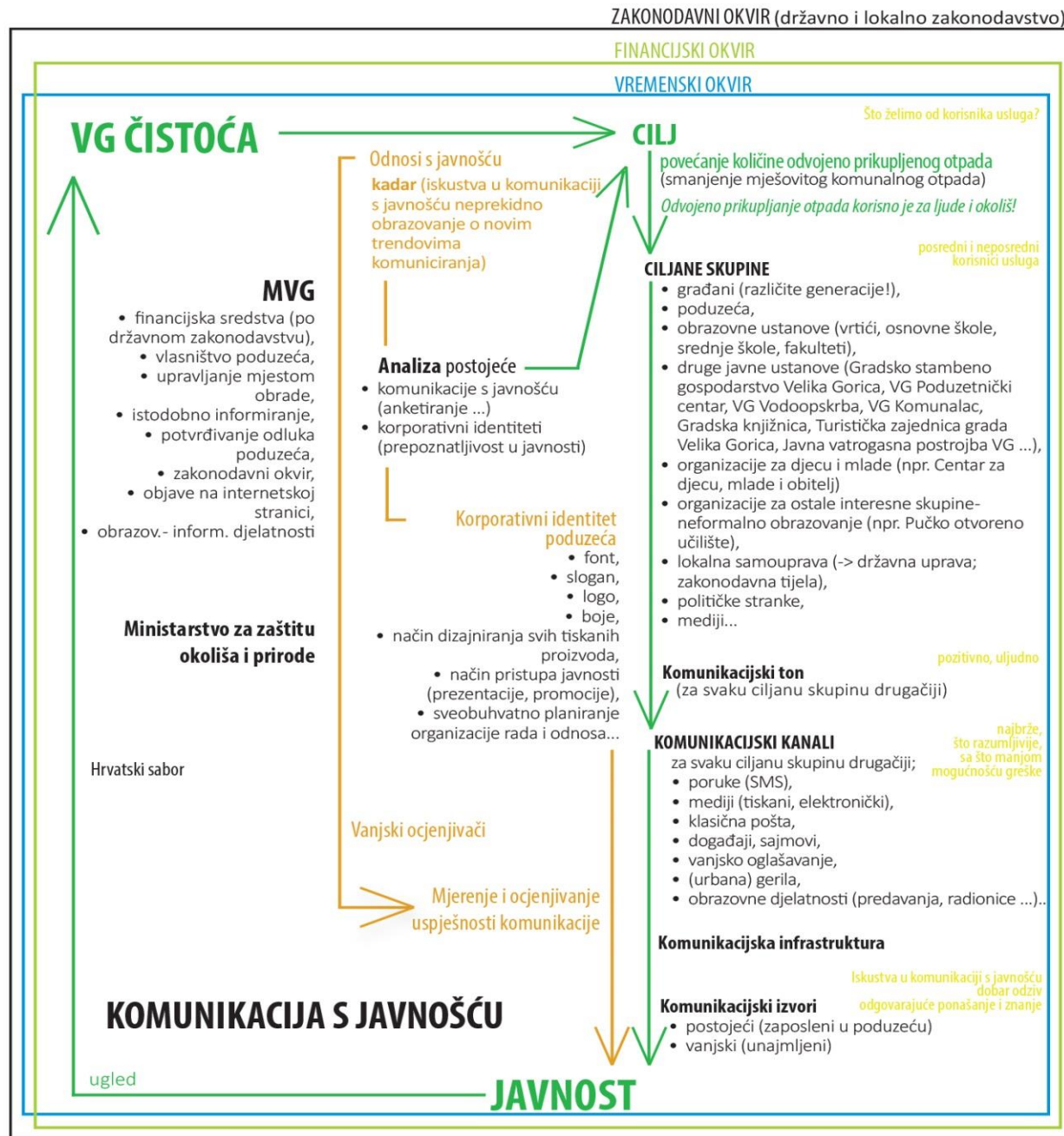
Mjesto stanovanja: Ulica, naselje: \_\_\_\_\_

Molim zaokružite:      STAMBENA ZGRADA      OBITELJSKA KUĆA

- 1. Jeste li zadovoljni učestalošću odvoza komunalnog otpada:**  
DA      DJELOMIČNO      NE      Zašto? \_\_\_\_\_
- 2. Jeste li zadovoljni brojem spremnika za odvojeno sakupljanje otpada u vašem naselju (papir, staklo, plastika, metal)?**  
DA      DJELOMIČNO      NE      Zašto? \_\_\_\_\_
- 3. Ako smatrate da treba u vašem naselju povećati broj posuda za odvojeno sakupljanje otpada, navedite kojih:**  
a. PLASTIKA I METAL      c. STAKLO  
b. PAPIR      d. BIORAZGRADIVI OTPAD
- 4. Jeste li zadovoljni uređenošću zelenih otoka u vašoj blizini?**  
DA      DJELOMIČNO      NE      Zašto? \_\_\_\_\_
- 5. Smatrate li da su zeleni otoci dovoljno blizu vašem mjestu stanovanja?**  
DA      DJELOMIČNO      NE      Zašto? \_\_\_\_\_
- 6. Ako biste imali posude za odvojeno sakupljanje otpada u svome dvorištu, bi li vas to potaknulo na odvojeno sakupljanje otpada?**  
DA      DJELOMIČNO      NE      Zašto? \_\_\_\_\_



# 9. Sažetak prijedloga komuniciranja s javnošću u GVG-u





# HVALA NA PAŽNJI!



## **Naložba v vašo prihodnost**

Operacijo delno financira Evropska unija  
Evropski sklad za regionalni razvoj



## **Ulaganje u vašu budućnost**

Operaciju dijelomično financira Evropska unija  
Evropski fond za regionalni razvoj