»NAČRT VKLJUČEVANJA JAVNOSTI«

v sklopu izdelave Občinske celostne prometne strategije

Projekt:
OBČINSKA CELOSTNA PROMETNA STRATEGIJA (OCPS) MESTNE OBČINE MURSKA SOBOTA

Št. projekta: 1715

Namen dokumenta:
AKCIJSKI NAČRT SODELOVANJA Z ZAINTERESIRANO JAVNOSTJO V SKLOPU IZDELAVE OCPS

Datum nastanka dokumenta: marec 2024

AVTOR:
mag. Matej DOBOVŠEK (Lineal d.o.o.) v sodelovanju z ostalimi člani strokovne delovne skupine

CELOSTNA PROMETNA STRATEGIJA
MESTNA OBČINA MURSKA SOBOTA

1. NAMEN SODELOVANJA Z JAVNOSTJO

Načrtovanje za ljudi vključuje načrtovanje z ljudmi. Temeljno vodilo projekta OCPS, je trajno sodelovanje oz. vključevanje občanov, v oblikovanje skupne bodoče vizije mobilnosti v občini. Mnenje oz. **komuniciranje z javnostjo je pomemben element pri izdelavi OCPS**.

Zagotoviti se želi vključenost, vidnost in upoštevanje mnenj ter pričakovanj občanov in tudi tistih, ki prihajajo v občino iz drugih krajev (zaposleni iz drugih občin, turisti ipd.). Cilj je, da z vključevanjem javnosti, bodoče odločitve na področju načrtovanja prometa v občini, pridobijo čim višjo stopnjo stopnjo **»javne legitimnosti«.**

Sodelovanje z javnostjo se načrtuje v naslednjih vsebinskih sklopih:

I. PRIDOBIVANJE VHODNIH INFORMACIJ GLEDE OBSTOJEČIH PROMETNIH POTREB IN NAVAD MED OBČANI

Če želimo načrtovati prihodnost, moramo najprej dobro poznati sedanjost. Torej, preden začnemo načrtovati prihodnje prometne ureditve, moramo najprej poznati kakšne so sedanje prometne potrebe občanov in ostalih, ki prihajajo v občino. V ta namen se predvideva izvedba ankete med občani na reprezentativnem vzorcu. Vsebino ankete bo naročnik potrdil pred izvedbo le te.

V anketi o potovalnih navadah občanov, se bo spraševalo o sedanjih in možnih bodočih prometnih navadah občanov. S definiranimi pomembnejšimi **lokalnimi deležniki v občini** (npr. šole, zdravstveni domovi, policija, turistična društva, večja podjetja…), pa se bodo ločeno **izvedli intervjuji**, v katerih se bo spraševalo o sedanjem in predvsem o željenem stanju na področju mobilnosti v občini iz njihovega vidika.

II. JAVNE RAZPRAVE Z OBČANI S PODAJANJEM MNENJ IN ŽELJA BODOČE UREDITVE

Stalno informiranje in dvosmerna komunikacija z javnostjo (izvedba okroglih miz, delavnic), je tudi pomemben element pri oblikovanju vsebin OCPS. Z informiranjem ter komunikacijo z javnostjo, se bo poskušala zagotoviti **čim večja javna podpora** in pridobiti pomembne povratne informacije pri definiranju bodoče **vizije, ciljev in konkretnih ukrepov.**

Skozi izvedbo projekta se bo javnost sproti obveščalo o načrtih, ukrepih in rezultatih projekta, zainteresirane pa bomo tudi povabili k bolj podrobnemu sodelovanju ter jih prosilo za natančnejša mnenja in predloge.

III. PROMOCIJA ALTERNATIVNIH OBLIK PROMETA (PEŠ, KOLO, JAVNI POTNIŠKI PROMET)

Pomemben cilj v sklopu izdelave OCPS je tudi postopna sprememba potovalnih navad občanov, ki predstavlja pomemben korak proti trajnostni mobilnosti. Pri čemer se je potrebno zavedati, da **spremembe ni pričakovati »takoj«, temveč na srednji oz. daljši rok**. Tudi današnje stanje in velika odvisnost večine prebivalcev od osebnega motornega prometa ni nastala v kratkem obdobju, ampak se je razvijala v obdobju zadnjih 25 let. Pri tem je nujno

potrebno ločiti vožnje po namenu potovanj (npr. v/iz dela, v prostem času,…) ter glede na relacijo (znotraj občine, v/iz občine).

Ločeno bo potrebno nagovarjati različne socialne skupine. Npr. pri starejši populaciji je moč pričakovati manjšo pripravljenost na spremembe, mladi so do sprememb bolj dovzetni. Mladi so na primer, bolj kot na osebno vozilo navezani na svoj pametni telefon in aplikacije na njem, zato je potrebno rešitve iskati tudi v tej smeri.

Promocija večje uporabe alternativnih oblik prometa bo izvedena s pomočjo:

- medijskih objav,
- zloženke,
- razstave in
- prireditve na prostem v času Evropskega tedna mobilnosti.

Kot že opisano, trajnostno mobilnost je potrebno načrtovati dolgoročno. Sprememb na hitro ni moč pričakovati. A če nimamo strategije (akcijskega načrta) oz. če se sprememb sploh ne načrtuje, potem le teh sploh ni mogoče pričakovati.

Končno definirani cilji podani v OCPS, morajo biti (čim) bolj usklajeni z lokalnimi prebivalci, torej realno dosegljivi. **Če se prebivalci ne morejo poistovetiti z zastavljenimi cilji, potem ne moremo pričakovati sprememb.**

V nadaljevanju je shematski prikaz krogotoka komunikacije z javnostjo, ki mora potekati po »metodi učnega procesa«.

Krogotok komuniciranja z javnostjo.

2. ZASTAVLJENI CILJI

SPLOŠNI CILJI:

- Seznanitev občanov da se OCPS v občini izdeluje.
- Poziv k sodelovanju občanov pri izdelavi OCPS (podajanje predlogov/mnenj in udeležba na javnih dogodkih).

SPECIFIČNI CILJI

- Pritegniti čim več občanov, da sodeluje v načrtovanih aktivnostih/dogodkih.
- Doseči čim večje poistovetenje večine občanov z vsebino OCPS občine.
- Doseči čim večje poistovetenje večine občanov, da v večji meri uporabljajo peš, kolesarski in javni potniški promet (seveda je potrebno prej izboljšati pogoje izvajanje le tega).
- Ustvariti trajni način povezave/komuniciranja med občani in občino glede prometne tematike v občini.

3. VSEBINSKI IN TERMINSKI OPIS NAČRTOVANIH AKTIVNOSTI

➢ **anketa za splošno javnost**

Anketa se izvede na reprezentativnem vzorcu občanov. Vzorec bo kvotni, reprezentativen za slovensko populacijo v občini glede na spol, starost in tip naselja. Z vključitvijo tipa naselja, bo zajeta tudi prostorska komponento, da se zagotovi čim boljša distribucija glede na občino, upošteva se izračun reprezentativnosti glede na slovensko populacijo. Predvideno je 10 vprašanj. Po izvedbi ankete se naročniku predstavi rezultate, ki bodo pomembno začrtali razvoj bodoče vizije in ciljev mobilnosti v občini.

➢ **Zloženka za občane**

Predvidi se zloženka v formatu A4. Število zloženk in način distribucije se doreče z naročnikom. Predvidoma bo zloženka zajemala sledečo sporočilnost:

- seznanitev, da občina izdeluje OCPS in
- promocija trajnostne mobilnosti.

Primer izgleda zloženke.

- **Razstava**
  Cilj je, da bo razstava na temo trajnostne mobilnosti čim bolj navdihujoča ter z visoko noto osveščanja. Ker se izvedba razstave predvideva v do 1. mejnika izdelave OCPS, se predstavi predvsem vizija in promocija trajnostnih načinov prevozov. Lokacija razstave bo praviloma v prostorih občine (ali drugem objektu v upravljanju občine), čas trajanja razstave se določi v sodelovanju z naročnikom na uvodnih sestankih.

Primer izvedbe razstave.

- **objave na spletni strani občine**
  Vse ključne vsebine (vmesna poročila OCPS, vabila na dogodke ipd.) se objavijo tudi na spletni strani občine. Izdelovalec OCPS preda naročniku vsebine v dogovorjeni obliki in času, za tehnično objavo na spletni strani občine je zadolžen naročnik.

- **javne razprave in delavnice**
  V sklopu celotnega procesa izdelave OCPS je predvidenih 5 javnih dogodkov od tega se bosta 2 dogodka izvedla digitalno, z namenom interakcije oz. pridobivanja povratnih mnenj s strani občanov. Vabila za dogodke se izda cca. 14 pred izvedbo. Izvedba posameznih dogodkov se dokumentira (zapis in foto-arhiv).

Primer izvedbe javne razprave.

- **intervju**

Z definiranimi lokalnimi deležniki (šole, vrtci, zdravstveni dom, turistična društva,…) se izvede intervjuje o sedanji in željeni bodoči ureditvi mobilnosti v občini. Pridobljene vsebine v sklopu intervjujev, se povzame in uporabi v poročilu.

- **prireditev na prostem** (v sklopu Evropskega tedna mobilnosti-ETM)

Organizirati in izvesti je potrebno eno prireditev na prostem. Naročnik in izvajalec se glede na oceno učinkov odločita, v kateri fazi bosta izvedla prireditev ter na kateri lokaciji. Analizirati je potrebno predvsem, ali se prireditev izdela v času ETM, ali kasneje. Naročnik in izvajalec, vsaj 1 mesec pred izvedbo dorečeta vsebino izvajanja in načrt oglaševanja prireditve. Oglaševanje se prične cca. 14 dni pred prireditvijo.

Primer izvedbe prireditve na prostem.

- **medijska poročila**

V sklopu izdelave OCPS je potrebno objaviti vsaj 3 medijska sporočila. Le ta se objavijo v lokalnem časopisu oz. občinskem glasilu. Zapis mora biti kratek in jedrnat, s čim bolj atraktivnim naslovom, krajšim uvodom, jedrom in zanimivim zaključkom.

Terminski načrt izvajanja

NAČRT KOMUNICIRANJA Z JAVNOSTJO					
Sklopi izdelave OCPS	**termin**	**opis načrtovane aktivnosti**			
A – Ureditev pogojev za delo	marec	1x medijsko sporočilo			
B – Vzpostavitev procesa	marec	seznam ključnih deležnikov			
C – Oris želenega stanja	april-maj	2x javni razpravi (1x v digitalnem okolju)	1x razstava o viziji/ciljih	1x medijsko sporočilo	
D – Analiza obstoječega stanja	maj-julij	1x anketa za splošno javnost (400 udeležencev, 10 vprašanj)	25x intervju z deležniki	ankete 3x OŠ in 3x večja podjetja v občini	3x javne razprave (1x v digitalnem okolju)
E – Opredelitev smeri ukrepanja					
F – Priprava in potrditev Strategije	november	1x zloženka	1x medijsko obvestilo		
DODATNO: 1x prireditev na prostem					

CELOSTNA PROMETNA STRATEGIJA
MESTNA OBČINA MURSKA SOBOTA