



**AGENCIJA ZA  
PLAĆANJA U  
POLJOPRIVREDI,  
RIBARSTVU I  
RURALNOM  
RAZVOJU**

**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA**

**AGENCIJE ZA PLAĆANJA U POLJOPRIVREDI,  
RIBARSTVU I RURALNOM RAZVOJU**

**ZPP 2023.-2027.**





## SADRŽAJ

Zašto nam treba komunikacija.....	3
1. UVOD.....	4
1.1 EU fondovi .....	4
1.2 Pravna osnova za kampanje informiranja i promidžbe.....	5
2. KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA APPRRRRA-a .....	6
3. KOMUNIKACIJSKI ALATI.....	6
3.1 Alati za informiranje.....	6
3.1.1 Događanja.....	7
3.1.2. Promotivni i informativni materijali.....	7
3.1.3. Internetska stranica APPRRR-a .....	8
3.1.4. Društvene mreže .....	8
3.2 Alati vizualnog identiteta.....	9
3.3 Medijski alati .....	9
4. MJERENJE I VREDNOVANJE .....	9
5. PRORAČUN.....	10



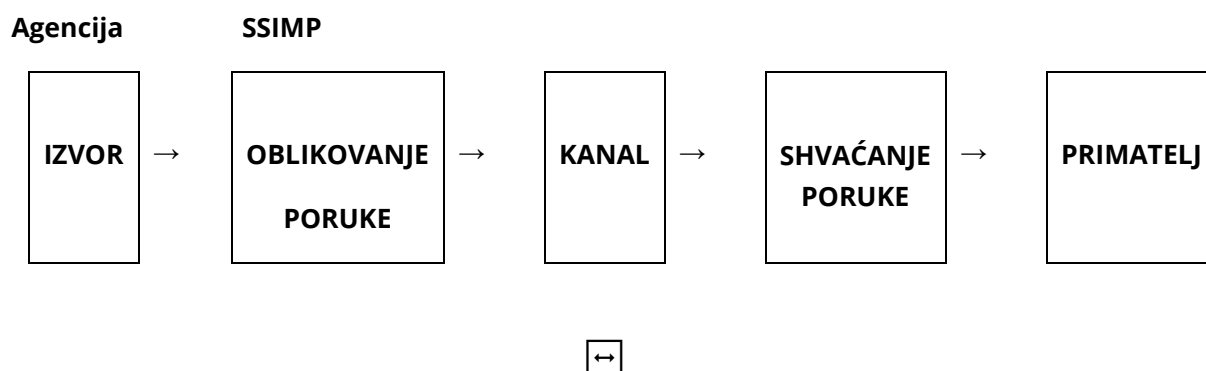


## Zašto nam treba komunikacija?

Komuniciranje je bitna djelatnost za uspješnu provedbu bilo koje politike ili programa. Zahtijeva snažnu suradnju i koordinaciju unutar, između i među glavnim uključenim akterima. Komunikacijska strategija mora se smatrati integralnim dijelom provedbe bilo koje politike/programa i ima za cilj osigurati da komuniciranje politika/programa zadovoljava različite informacijske potrebe.

Da bi komunikacija bila uspješna trebaju se uspostaviti unutarnji kanali komunikacije, a komunikator organizacije treba biti uključen u sve faze donošenja odluka i razvoja dugoročnih i kratkoročnih ciljeva ako se od njega očekuje da ih podrži i predstavi prema vanjskoj okolini. Učinkovit komunikator je onaj koji uspije prenijeti najveću količinu informacija sugovorniku na način koji će biti najbolje shvaćen.

### Shema komunikacijskog procesa



Dvostrani simetrični model komunikacije omogućava Agenciji da se približi svojim različitim interesno-utjecajnim skupinama, da spozna njihove probleme i osjetljive točke u svrhu očuvanja dobrih odnosa.

Komunikacija je menadžersko pomagalo. Ona podupire strateški menadžment organizacije i pomaže joj da riješi one probleme koji će utjecati na ostvarenje misije, dugoročnih i kratkoročnih ciljeva, odnosno unapređenje poslovanja.

Odnosi s javnošću su presudan alat koji pomaže graditi kulturu poštovanja između organizacije i njenih publika, međutim, efikasan može biti samo u okruženju u kojem postoji čvrsta poslovna strategija na osnovu koje se gradi marketinška strategija, iz koje proizlazi komunikacijska strategija.



Sve aktivnosti vezane uz provedbu Komunikacijske strategije provodi Samostalna služba za informativne i međunarodne poslove, koja svoje aktivnosti koordinira sa Samostalnom službom za odnose s javnošću Ministarstva poljoprivrede te ostalim partnerskim institucijama.

## 1. UVOD

### 1.1 EU fondovi

Otkako je od 1. srpnja 2013. godine Republika Hrvatska punopravna članica Europske unije, mora raditi na osnaživanju institucija zaduženih za implementiranje usvojenih regulacija i onih zaduženih za nadziranje njihove primjene da bi bila u skladu s pravnom stečevinom EU.

Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju je javno tijelo nadležno za operativnu provedbu mjera izravne potpore, mjera ruralnog razvoja, mjera za pomorstvo i ribarstvo (u dijelu delegiranih funkcija) i mjera zajedničke organizacije tržišta, kao i vođenje upisnika i registara te održavanje i korištenje Integriranog administrativnog i kontrolnog sustava (IAKS-a) preko kojeg se zaprimaju, obrađuju i kontroliraju izravna plaćanja poljoprivrednicima.

U koordinaciji s Ministarstvom poljoprivrede provodi mjere Zajedničke poljoprivredne politike i Zajedničke ribarstvene politike koje se financiraju iz državnog proračuna Republike Hrvatske i proračuna Europske unije. To znači da je Agencija za plaćanja dio sustava upravljanja i kontrole sljedećih fondova:

- Europskog fonda za jamstva u poljoprivredi (EFJP) iz kojeg se financiraju mjere izravne potpore i mjere zajedničke organizacije tržišta
- Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EPFRR) iz kojeg se financiraju mjere ruralnog razvoja
- Europskog fonda za pomorstvo i ribarstvo (EFPR) iz kojeg se financiraju mjere za pomorstvo i ribarstvo.





AGENCIJA ZA  
PLAĆANJA U  
POLJOPRIVREDI,  
RIBARSTVU I  
RURALNOM  
RAZVOJU

Agencija za plaćanja svoj rad temelji na akreditiranim procesima i procedurama Europske komisije u skladu s Uredbama i unaprijed određenim kriterijima primjenjivim za provedbu Zajedničke poljoprivredne politike (ZPP) i Zajedničke ribarstvene politike (ZRP).

## 1.2 Pravna osnova za kampanje informiranja i promidžbe

Nacrt Strateškog plana Zajedničke poljoprivredne politike Republike Hrvatske 2023. – 2027.

UREDBA (EU) 2021/2115 EUROPSKOG PARLAMENTA I VIJEĆA od 2. prosinca 2021. o utvrđivanju pravila o potpori za strateške planove koje izrađuju države članice u okviru zajedničke poljoprivredne politike (strateški planovi u okviru ZPP-a) i koji se financiraju iz Europskog fonda za jamstva u poljoprivredi (EFJP) i Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EPFRR) te o stavljanju izvan snage uredbi (EU) br. 1305/2013 i (EU) br. 1307/2013

Ispravak Uredbe (EU) 2021/2115 Europskog parlamenta i Vijeća od 2. prosinca 2021. o utvrđivanju pravila o potpori za strateške planove koje izrađuju države članice u okviru zajedničke poljoprivredne politike (strateški planovi u okviru ZPP-a) i koji se financiraju iz Europskog fonda za jamstva u poljoprivredi (EFJP) i Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EPFRR) te o stavljanju izvan snage uredbi (EU) br. 1305/2013 i (EU) br. 1307/2013

PROVEDBENA UREDBA KOMISIJE (EU) 2021/2289 od 21. prosinca 2021. o utvrđivanju pravila za primjenu Uredbe (EU) 2021/2115 Europskog parlamenta i Vijeća o prikazivanju sadržaja strateških planova u okviru ZPP-a i elektroničkom sustavu za sigurnu razmjenu informacija

UREDBA (EU) 2021/2116 EUROPSKOG PARLAMENTA I VIJEĆA od 2. prosinca 2021. o financiranju i nadzoru zajedničke poljoprivredne politike te upravljanju njome i o stavljanju izvan snage Uredbe (EU) br. 1306/2013





## 2. KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA APPRRR-a

Komunikacijski plan APPRRR-a informira dionike i druge relevantne aktere o mogućnostima koje nude ZPP i ZRP i također informira javnost o koristima za sve građane koje proizlaze iz provedbe ovih politika. Kroz jasne i transparentne radne procedure APPRRR informira svoje korisnike o tome kako se uspješno prijaviti i uživati pogodnosti EU fondova, a posebno od ZPP i ZRP.

Glavne informativne aktivnosti APPRRR-a koje se odnose na ZPP i ZRP:

- Upravlja procesom prijave projekata: priprema i čini dostupnim dokumente nužne za prijavu i odabir (opće informacije, standardizirani obrasci za prijavu i selekciju)
- Organizira radionice i informativne konferencije u vidu pružanja dodatnih informacija te pojašnjenja
- Koordinira informativne aktivnosti (kao što su informativne konferencije, priprema i distribucija brošura i drugih vrsta informativnog materijala)

## 3. KOMUNIKACIJSKI ALATI

Alati za provedbu komunikacijskog plana podijeljeni su u tri skupine prema njihovim specifičnom cilju:

- Alati informiranja
- Alati vizualnog identiteta
- Medijski alati

Svi komunikacijski alati koristit će specifični 'jezik': jednostavan, lagan za razumijevanje i prilagođen ciljnoj skupini.

Informativni i komunikacijski materijal o mjerama i inicijativama sufinanciranim iz EU fondova mora sadržavati jasni pokazatelj sudjelovanja Unije na naslovnoj stranici.

### 3.1. Alati za informiranje

Alati za informiranje imaju interaktivni karakter i osiguravaju pristupačnost informacija različitim ciljnim skupinama.

Njihova glavna svrha je širenje informacija i osvještavanje o mogućnostima programa pomoću:





- *događanja*
- *promotivni i informativni materijali, koji sadrže jasne i lako razumljive podatke*
- *mrežna stranica*
- *društvene mreže*

### 3.1.1 Događanja

Događanja su iznimno važno važni komunikacijski alat, kako zbog njihova interaktivna karaktera umrežavanja tako i zbog medijskih mogućnosti koje pružaju. APPRRR također sudjeluje i podržava zajedničke komunikacijske inicijative s drugim javnim/privatnim partnerima kako bi dodali vrijednost komunikacijama APPRRR. Tijekom događanja, dionici i potencijalni partneri, predstavljajući nacionalne, regionalne i lokalne vlasti, regionalne razvojne agencije, i druge aktere imaju mogućnost dobiti svježije informacije o novostima u vezi EFJP, EPFRR i EFPR.

**Informativne konferencije** – osiguravaju širenje informacija o politikama ZPP i ZRP i povećavaju vidljivost APPRRR-a te se obično događaju u nekoliko različitih gradova.

**Komunikacijske radionice** – radionice se često organiziraju kako bi se poboljšalo širenje informacija. Radionice se često održavaju na nekoliko različitih lokacija u Hrvatskoj.

**Sudjelovanje u događajima trećih strana** - APPRRR može također sudjelovati i pridonijeti u događajima koja su organizirala druga tijela, a gdje je slična ciljna publika, poljoprivredni sajmovi itd., omogućujući standove, informativne materijale, održavajući prezentacije, govore i sl.

### 3.1.2. Promotivni i informativni materijali

Tiskane publikacije kao i one u elektronskom formatu ostaju važna sredstva razmjene informacija. Planirane publikacije uključuju kako specijalizirani materijal (namijenjen dionicima, potencijalnim korisnicima i korisnicima), tako i opće publikacije (namijenjene medijima i javnosti) koje su jednostavne, koncizne, ilustrirane i pokazuju praktičke implikacije za prijavitelje i dodanu vrijednosti za EU i hrvatske građane, kao što su primjeri najboljih praksi, uspješne priče itd.





Svi tiskani materijali su također dostupni za preuzimanje u elektronskom obliku. Prioritet će se dati materijalima na internetu kad god je to moguće, obzirom da se mogu lakše ažurirati te su lakše dostupni preko web stranice.

Audio-video materijali se također proizvode i emitiraju na nacionalnoj i lokalnoj razini. *Videotutoriali* se također proizvode kako bi se olakšalo razumijevanje, primjerice procesa prijavljivanja ili obaveza korisnika. Sav je audio-video materijal dostupan na web stranici APPRRR i na internetskim video kanalima (youtube i sl.).

Materijali, kao što su baneri, plakati i sl. koristit će se u svim mogućim prilikama kako bi se povećala vidljivost APPRRR-a.

### **3.1.3. Mrežna stranica APPRRR-a**

Internet je najvažniji kao isplativo sredstvo komunikacije. Brzim rastom pristupa internetu za pojedince, poduzeća i druge organizacije potvrđuje se važnost mrežne stranice kao alata za promoviranje ključnih poruka organizacije i kao izvora ažuriranih informacija. To je razlog zašto je internetska stranica APPRRR-a glavni izvor informacija, „mjesto susreta“ svih ciljnih skupina.

Cilj web stranice APPRRR-a ([www.apprrr.hr](http://www.apprrr.hr)) je kontinuirano pružati identificiranim ciljnim skupinama APPRRR-a adekvatne, ažurirane i visoko kvalitetne informacije o ZPP i ZRP. Kako bi postigla svoju svrhu, internetska se stranica konstantno ažurira s relevantnim informacijama. Štoviše, nova suvremena mrežna stranica je visoko transparentna, dobro strukturirana i prilagođena korisniku što posjetiteljima uvelike olakšava pronalaženje informacija. Na internetskoj stranici APPRRR-a nalaze se linkovi na glavne institucije EU i hrvatske institucije povezane sa sektorima djelatnosti.

### **3.1.4. Društvene mreže**

Društvene mreže nude brojne mogućnosti, kao i izazove. Društveni mediji privlače ogroman broj korisnika. Mogu dati brzi pristup informacijama i proširiti materijal nepredvidljivom brzinom. Korištenje društvenih mreža omogućava uključivanje u dijalog s našim ciljnim skupinama o pitanjima vezanima za aktivnosti APPRRR-a.







### 3.2 Alati vizualnog identiteta

Vizualni identitet trebao bi se koristiti na način da omogući unificiran, prepoznatljiv i pamtljiv izgled APPRRR-a. Sve tiskane i internetske komunikacije lako je prepoznati da proizlaze iz APPRRR-a posredstvom loga.

### 3.3. Medijski alati

Medijski alati su usmjereni na pružanje sredstava za izgradnju čvrstog odnosa s medijima te uključuju:

- Materijale za tisak: koncentrirane informacije usmjerene na potrebe novinara,
- Priopćenja za tisak
- Oglasi

Kako bi privukli interes hrvatskih medija (kao što su poljoprivredni i ribarstveni ili oni koji su specijalizirani za okoliš, hranu, kuhinju) za ZPP i ZRP, APPRRR će poboljšati veze s nacionalnim, regionalnim i lokalnim medijima, dostavljajući im visokokvalitetne vijesti i ažurirani materijal.

Predviđeni medijski alati uključuju:

javne oglase u medijima povodom poziva za prijave; pozivanje novinara na radionice i informativne konferencije; kontinuirano ažuriranu bazu podataka novinara.

## 4. MJERENJE I VREDNOVANJE

Mjerenjem postavljenih i postignutih ciljeva možemo biti sigurni da je naša komunikacija postigla željeni efekt. Vrednovanje (evaluacija) plana će sadržavati mjerne kriterije za praćenje i procjenu u svrhu mjerenja učinkovitosti komunikacijskih djelatnosti. Pokazatelji će biti podijeljeni na izlazne pokazatelje i pokazatelje utjecaja.

a) Izlazni pokazatelji:

- broj odgovorenih telefonskih upita (naznačeni prema problematici)
- broj odgovorenih e-mailova (naznačeni prema problematici)
- broj događaja na kojima se Agencija predstavila
- broj objavljenih i dostavljenih publikacija
- broj napisanih priopćenja za medije
- broj pripremljenih govora/prezentacija/izjava za nastupe u medijima





AGENCIJA ZA  
PLAĆANJA U  
POLJOPRIVREDI,  
RIBARSTVU I  
RURALNOM  
RAZVOJU

- broj posjećenosti web stranice
  - b) Pokazatelji utjecaja:
    - promjene u razini svijesti
    - medijska pokrivenost (zastupljenost u medijima)

## 5. PRORAČUN

Da bi se komunikacijske aktivnosti aktualnog plana APPRRR-a mogle provesti, potrebna je dostupnost financijskih izvora. Potrebni proračun uzeo bi u obzir specifične, postojeće potrebe i one u nastajanju za cijelu godinu. Obzirom da komunikacijski plan APPRRR-a predviđa višegodišnji pristup, godišnji proračun mora se procijeniti, uključujući troškove širenja tiskanih materijala i emitiranja audio i video spotova.

Za resurse za 2023- 2027 .godinu, tiskanje brošura i postera, te proizvodnja radio i video spotova uključeni su u proračun M Tehnička pomoć i u nacionalni proračun. Ekonomičnost komunikacijskih aktivnosti bit će evaluirana kad god je to moguće kako bi se promovirale one koje donose najviše rezultata uz minimalne troškove.

