



**OLOMOUC
SPOKOJENÁ**

Komunikační strategie

pro fázi zpracování Plánu udržitelné městské
mobility Olomouc

Zpracovatel: Centrum dopravního výzkumu, v. v. i.

Finální verze: 22. srpen 2016

Obsah

Úvod	3
1. Základní informace	4
1.1. Identifikace projektu	
1.2. Popis PUMMO a vazby na Komunikační strategii	
1.3. Patron PUMMO a „komunikátor“ PUMMO	
2. Analýza současné situace7	
2.1. Komunikační audit – externí komunikace	
2.2. Komunikační audit – interní komunikace	
2.3. Projekt „K čisté Olomouci“	
3. Identifikace cílových skupin	13
3.1. Úvodem	
3.2. Volení představitelů města a pracovníci magistrátu města	
3.3. Široká veřejnost, podnikatelský sektor, NNO	
4. Určení hlavního cíle, klíčová sdělení	20
4.1. Nastavení hlavních cílů Komunikační strategie	
4.2. Specifický komunikační cíl - podpora komunity	
4.3. Komunikační sdělení PUMMO	
5. Komunikační nástroje	25
5.1. Vytvoření brandu „Spokojená Olomouc“ a centralní webová prezentace PUMMO	
5.2. Interní komunikace v rámci PUMMO	
5.3. Práce s médii	
5.4. Vztahy se širokou veřejností, podnikateli a NNO	
6. Harmonogram kampaní	30
7. Rozpočet.....	32
8. Evalvace navržených řešení	32

Úvod

Město Olomouc se rozhodlo zlepšit život svých obyvatel a vyrovnat se tak moderním evropským městům. Nechává si proto vypracovat **Plán udržitelné městské mobility Olomouc (PUMMO)**, který si klade za cíl skloubit zájmy bezpečnosti dopravy, parkování a veřejného prostoru s důrazem na pěší, cyklistickou a veřejnou dopravu. Právě propojení těchto druhů dopravy je kvalitním základem pro spokojený pracovní i osobní život každého obyvatele. V rámci zpracování plánu proběhne výzkum dopravního chování domácností, analýzy městské mobility a výzkum veřejného mínění.

Olomouc následuje další evropská města a snaží se vytvořit strategický materiál, který pomůže odhalit slabiny v městské dopravě a parkovacích prostorech a vytvořit nový design veřejného prostoru a ulic města. Návrhy opatření ke zlepšení budou trvat dva roky a zpracovatelem celého plánu je veřejná vědecká instituce Centrum dopravního výzkumu. Za město Olomouc má projekt v kompetenci odbor koncepce a rozvoje.

Komunikační strategie má pomoci usnadnit zvládnutí komunikační role jak při zpracování samotného PUMMO, tak se dotýká i otázek změny postojů k dopravnímu chování. Tento materiál poskytuje základní informace o projektu, včetně popisu významu komunikace a cílech komunikační strategie (kapitola 1), představuje analýzu současné situace tzv. komunikační audit (kapitola 2.) a v neposlední řadě navrhuje činnosti k jejich naplnění (další kapitoly). Komunikační strategie PUMMO tak obsahuje základní odpovědi na otázky z oblasti komunikace:

- PROČ? – úloha komunikace (viz kapitola 1.);
- KDO? – komunikátor (viz kapitoly 1. a 2.);
- JAK? – komunikační strategie – analýza zúčastněných stran, identifikace cílových skupin, určení hlavního cíle a volba strategie postupu (viz kapitoly 3. a 4.);
- POMOCÍ ČEHO A KOHO? – doporučené nástroje komunikace (určení komunikačních nástrojů a následně pomocí evalvací navrhovaných řešení - viz kapitola 5.);
- KDY? – komunikace v závislosti na etapách projektu (harmonogram kampaní - viz kapitola 6.);
- ZA KOLIK? – rozpočet na komunikaci (viz kapitola 7.).

1. Základní informace

1.1. Identifikace projektu

- Název projektu: Plán udržitelné městské mobility Olomouce (dále jen „PUMMO“)
- Zadavatel: Statutární město Olomouc
- Zpracovatel: Centrum dopravního výzkumu, v. v. i.
- Termín realizace: únor 2016 – říjen 2017

1.2. Popis PUMMO a vazby na Komunikační strategii

Předkládaná Komunikační strategie je součástí realizace projektu „Plán udržitelné městské mobility Olomouce“ (dále jen PUMMO). **Cílem této strategie** je zajištění vzájemné komunikace s obyvateli Olomouce, podniky, ale také samosprávou města, návštěvníky a dojíždějícími denně do Olomouce, a to po celou dobu zpracování dokumentu. Cílem aktivity je informovat všechny dotčené subjekty o probíhajícím projektu a současně je zapojit do procesu plánování a řešení dopravních problémů města.

VYUŽÍT VÝSTUPY Z ANALÝZ JAKO NÁSTROJ SDĚLENÍ

Prvním krokem PUMMO je zpracování podrobných analýz, které budou provedeny v roce 2016 a které pomohou poodhalit, jaké jsou naše potřeby v dopravě, jak dostupné jsou cíle našich cest, jaké máme problémy s hlukem, čistotou ovzduší, nedostatkem pohybu atd. Každý výstup analýzy nám něco řekne o nás samotných. Z těchto analýz vzniknou východiska pro návrhovou část.

VYUŽÍT NÁVRHOVANÉ OPATŘENÍ JAKO NÁSTROJ SDĚLENÍ

V roce 2017 se projekt zaměří na návrhovou část. Společně budeme navrhovat opatření v těchto oblastech: 1. Základní pátevní komunikační síť; 2. Veřejný prostor; 3. Veřejná doprava a intermodalita; 4. Parkovací politika aneb doprava v klidu; 5. Cyklistická a pěší doprava; 6. Management mobility a plány mobility, 7. Marketing a kampaně. Nicméně již od roku 2016 je možné např. prostřednictvím Facebooku ukazovat možná řešení dle výše 7 uvedených tematických okruhů.

PRŮŘEZOVOST MOBILITY S ŽIVOTEM OBYVATEL

Pro návrhy konkrétních opatření budou k dispozici i průřezová témata, která nám mají pomoci správně si vybrat nejvhodnější opatření: 1. sociální vyváženost a genderová rovnost; 2. Olomouc - Smart City; 3. vzdělávání; 4. životní prostředí; 5. zdraví a zdravotnictví; 6. bezpečnost; 7. kvalita a dostupnost dopravních služeb a infrastruktury; 8. územní a hospodářský rozvoj; 9. energetika; 10. ostatní - městská logistika, nákladní a letecká doprava.

Komunikační strategie chce upozorňovat na hodnoty lidské společnosti, které dnešní ekonomicky zaměřená doba poněkud opomíjí. Jde o hodnotový systém, který výrazně ovlivňuje náš život. Zdraví, bezpečnost, životní prostředí, to jsou všechna témata, která doprava a mobilita výrazně ovlivňují a je třeba je začít vnímat v souvislostech.

Plán bude navržen ve třech variantách, v tzv. nulovém, minimalistickém a maximalistickém scénáři. Bude se tedy jednat o první strategický dokument, na jehož realizaci mohou jak radniční koalice, tak opozice spolupracovat bok po boku. Každá politická strana si ve svém volebním programu pro rok 2018 může vybrat ten scénář, kterému bude nejvíce důvěřovat. Tak bude naplňován i akční plán pro období 2019 - 2023.

Nicméně zpracování PUMMO od samotného začátku vychází z faktu, že v českých podmínkách stále přetrvává k těmto dokumentům nedůvěra, nebo jsou špatně chápány. Současné hlavní problémy plánu udržitelné městské mobility jsou:

- Dokument následuje západoevropskou filozofii, která neodpovídá podmínkám v ČR.
- Dokument je v ČR interpretován jako generel dopravy, cílem však má být změna v podílu přepravní práce.
- Dokument je prioritně zaměřen na infrastrukturní změny, podceňuje význam komunikace s veřejností a měkkých nástrojů.

V českém prostředí se tak jedná o relativně nový, nezvyklý přístup a jako každý přístup, který nemá ve stávajícím prostředí delší tradici, může být zpočátku přijímán se smíšenými až negativními pocity. Cílená komunikace je jedním z klíčových faktorů úspěchu PUMMO. Zvolená komunikační strategie může PUMMO významně podpořit, ale i zásadním způsobem poškodit. Bez efektivní komunikace může nastat situace, kdy klíčové zúčastněné strany budou postrádat nezbytné informace a nebudou chápat potřeby projektu.

Aby se vytváření negativních emocí předcházelo, je potřeba komunikovat otevřeně, intenzivně a zajistit, aby všichni relevantní účastníci PUMMO měli potřebné informace včas a v dobré kvalitě a aby byla dostatečným způsobem informována a motivována i široká veřejnost. Náležitá příprava umožní vždy nabídnout přesvědčivé odpovědi na námitky médií, veřejnosti, či politických odpůrců. Tímto způsobem lze zajistit, že o PUMMO bude v Olomouci zájem, bude realizovatelný a bude veřejností i ostatními zainteresovanými stranami kladně přijat.

Komunikační strategie PUMMO bude založena na snaze otevřít strategické plánování veřejnosti a dalším aktérům ve městě. Důraz nebude kladen pouze na jednosměrnou komunikaci města směrem k veřejnosti, ale zejména na obousměrnou komunikaci, kdy se veřejnost a další klíčoví aktéři zamyslí nad budoucností města společně s jeho představiteli.

Pokud se má veřejnost angažovat, potřebuje mít k dispozici relevantní informace a je třeba ji seznamovat průběžně s moderními principy plánování a tím předcházet budoucím problémům s vypořádáním připomínek v návrhové části.

Cílem komunikace není jen řídit a zpracovat dokument, ale je třeba vyvolat i společenskou zodpovědnost u všech zainteresovaných subjektů za tento dokument. Vždyť jde o budoucnost města Olomouce. Pro všechny byly stanoveny cíle, které stanovily směr a za které je třeba přijmout společenskou zodpovědnost.

Cílem komunikace je zajistit průhlednost a zřetelnost aktivit PUMMO a získání její dostatečné důvěry, aby byla ochotna sdělit svůj názor, poskytovat zpětnou vazbu a podněty.

1.3. Patron PUMMO a „komunikátor“ PUMMO

1.3.1. Patron PUMMO

Komunikační strategie vychází z faktu, že hlavní zodpovědnost za přijetí PUMMO má Zastupitelstvo města Olomouce, kterému dokument připravila Rada města Olomouce. Nicméně z pohledu komunikace a marketingové podpory je důležité také stanovení zastupování Statutární město Olomouc - tzv. **patrona projektu**, který by mohl PUMMO veřejně představovat a podporovat.

„Důvěryhodná a dostatečně vlivná osoba z veřejného sektoru (politik), která projekt veřejně podporuje.“

Touto osobou se stal náměstek primátora Aleš Jakubec. Proto právě on oficiálně zahájil zpracování PUMMO, a to prostřednictvím tiskové konference dne 12. 4. 2016. Patron projektu bude mít za úkol průběžně zveřejňovat nejen výsledky, jichž bude dosaženo a jednotlivé etapy projektu, ale také informovat o následujících plánech. Jednotlivá jeho prohlášení by měla v co možná největší míře předjímat argumenty případných oponentů a reagovat na ně.

Patron projektu představuje velice důležitou postavu, která dává najevo, že PUMMO má podporu zainteresovaných stran. Patron projektu úzce spolupracuje s osobou, která má na starosti celou komunikační strategii projektu – jedná se o tzv. „komunikátora“. Činnosti, které patron projektu provádí, které jsou popsány výše, by měly být v souladu s dohodnutou a schválenou komunikační strategií projektu.

1.3.2. „Komunikátor“ PUMMO

„Odborník, který je odpovědný za tvorbu a realizaci komunikační strategie projektu. Komunikátorem může být zástupce veřejného sektoru, např. tiskový/á mluvčí nebo externí odborník či společnost.“

Za komunikátory projektu byl jmenován Martin Luňáček za objednatele (odbor koncepce a rozvoje) a Jaroslav Martinek za zpracovatele (CDV). Hlavní úlohou komunikátora je poskytování informací o vývoji PUMMO veřejnosti a médiím.

Komunikátor si je plně vědom celé řady výzev, kterým čelí, a zdrojů potřebných ke své práci. Poskytované informace musí splňovat vysoká kritéria konzistence, přesnosti a aktuálnosti. Naproti tomu komunikace opozice může být velmi emocionální, roztržitá i rozporuplná. Vyjádření oponentů projektu se mohou velice často měnit, dokud některé nevyvolá odezvu a nestane se tak ústředním tématem útoku na projekt. Tyto informace bude komunikátor uvádět na pravou míru a uvádět komunikaci ohledně projektu zpět do reálné roviny.

Pověřený komunikátor bude v těsném a pravidelném kontaktu s vedoucími pracovníky odpovědnými za rozhodování v PUMMO, tj. především s Řídící skupinou. Na jednáních, kde se zvažuje možný průběh dané akce, má odborná znalost komunikace nezastupitelnou úlohu a komunikátor by zde neměl chybět. Je potřeba, aby byla Řídící skupina průběžně seznamována s aktuálními informacemi o dopadu, který komunikace na PUMMO má nebo by mít mohla. Komunikátor zároveň pracuje v úzké součinnosti s odbornými skupinami, projektovým manažerem (Zbyňkem Speratem) a jeho projektovým týmem, kteří projekt připravují a mají nejbližší ke všem informacím.

2. Analýza současné situace

2.1. Komunikační audit – externí komunikace

I když statutární město Olomouc (dále jen „SMOl“) nemá v současné době žádnou Komunikační strategii, ať již se zaměřením na komunikaci se svými obyvateli, případně na turisty (návštěvníky), tak řada odborů, či oddělení má v popisu práce komunikaci s veřejností. Pověřeno je tímto úkolem především **oddělení mediální komunikace**, které zajišťuje:

- informační, publicistické a tiskové vztahy SMOl k veřejnosti a médiím,
- koncepci a koordinaci komunikace a prezentace SMOl,
- přípravu a zpracování témat, tiskových zpráv a tiskových sdělení pro informování médií a veřejnosti,
- přípravu a zpracování zpráv, fotografií, rozhovorů a informačních sdělení pro webové stránky města, zpravodaj města (Radniční listy) a další periodika vydávaná SMOl,
- komunikaci se zástupci médií,
- poskytování odpovědí médiím na dotazy k činnosti magistrátu města Olomouce (dále jen „MMOl“) a SMOl,
- přípravu a zpracování podkladů pro odpovědi médiím a veřejnosti,
- poskytování informací o závěrech jednání a rozhodnutí orgánů samosprávy,
- přípravu, organizaci a zajištění tiskových konferencí,
- přípravu a zpracování podkladových materiálů pro konání tiskových konferencí,
- organizační a obsahovou přípravu veřejných či televizních diskusí,
- mediální prezentaci, organizaci, moderování a produkční zajištění akcí organizovaných nebo spoluorganizovaných městem Olomouc,
- přípravu organizačního zabezpečení a podkladů pro vystupování primátora a členů RMO na veřejných akcích a v médiích,
- asistenční činnost pro primátora a členy Rady města Olomouce (dále jen „RMO“) a vedoucí odborů MMOl při komunikaci s médií a veřejností,
- zpracování denního monitoringu z tisku pro členy RMO,
- přípravu materiálů a koordinaci zpracování Olomouckých listů a dalších periodik vydávaných SMOl,
- podíl na tvorbě imagových materiálů SMOl,
- editorskou činnost v Olomouckých listech a pro webové stránky města,
- přípravu aktuálních tiskových zpráv, fotografií a informačních sdělení pro webové stránky města,
- spolupráci a součinnost v oblasti PR příspěvkových organizací a akciových společností SMOl.

Druhým oddělením, které má přímo v popisu práce komunikovat s veřejností, je **oddělení informační centrum Olomouc**, které zajišťuje:

- turistické informace,
- služby v oblasti cestovního ruchu,
- kulturní, společenské a sportovní informace,
- prodej propagačních materiálů,
- informace o činnosti Magistrátu města Olomouce a dalších institucích,
- zpracování podkladů pro turistické internetové stránky města,
- monitoring návštěvnosti IC Olomouc, statistiky hospodářské činnosti,
- nákup a prodej propagačních materiálů a předmětů,
- prohlídky radniční věže a instalovaných expozic v budově radnice,
- průvodcovské služby externími průvodci či pracovníky na DPP - Olomouc v kostce, prohlídky krytu CO v Bezručových sadech,
- poskytování audioprůvodců či multimediálních průvodců (OLINA),
- prezentace služeb IC Olomouc, příprava podkladů pro tiskovou mluvčí na propagaci, samostatný kontakt s médií.

Nicméně i další oddělení mají v popisu práce komunikaci s veřejností se zaměřením na svá specifická témata. Jedná se o dobrou zprávu, neboť v podobném duchu může být v budoucnosti prezentován i PUMMO a to pod značkou Spokojená Olomouc. Vzorem může být projekt „**Olomouc – město pro rodinu**“ - <http://prorodinu.olomouc.eu/hlavni-stranka>. Jedná se o projekt odboru sociálních věcí. **Koordinátorem je manažer komunitního plánování z oddělení sociálních služeb.** Cílem této oblasti rodinné politiky statutárního města Olomouce je zlepšení komunikace mezi rodinami a aktéry rodinné politiky v Olomouci, zvýšení informovanosti rodin o prarodinných aktivitách a jejich aktivizace. Do této oblasti patří hledání nových komunikačních kanálů v rámci města a udržování těch stávajících, což pomůže nejen poskytovatelům služeb zaměřených na podporu funkce a soudržnosti rodiny, ale i zviditelnění společných volnočasových aktivit celých rodin, které pomáhají mj. utužení vztahů mezi jednotlivými členy rodiny navzájem, získání společných zážitků, navázání kontaktů s dalšími lidmi a odreagování.

Ale i další oblasti mají blízko ke komunikačním aktivitám:

- **koordinátor mobility by měl působit na odd. koncepce veřejné infrastruktury** měl by poskytovat informační, poradenskou a konzultační činnost v jednotlivých oborech pro odborné komise RMO, komise městských částí, ostatní složky MMOL, občany, stavebníky a projektanty z hlediska územně plánovací dokumentace, územně plánovacích podkladů a dlouhodobých koncepcí města;
- **cyklokoordinátor** zajišťuje komunikaci s veřejností ve věcech cyklistické dopravy;
- **manažer a koordinátor dětského dopravního hřiště města Olomouce (Centrum Semafor) - zaměstnanec pověřený organizací práce** zajišťuje výuku ve vzdělávacích kurzech dopravní výchovy pro všechny kategorie dětí i dospělých a realizuje a koordinuje činnosti zájmových volnočasových aktivit s dopravní tematikou pro všechny kategorie dětí i dospělých;
- **manažer(ka) prevence kriminality a sociální patologie** realizuje přednášky a besedy pro žáky základních škol z oblasti prevence sociálně patologických jevů a rizikového chování;
- **manažer(ka) projektu Bezbariérová Olomouc** zajišťuje prezentaci, propagaci a publicitu projektu Bezbariérová Olomouc na místní úrovni. **Poznámka – tento projekt je také podporován přímo IC Olomouc (viz výše). Samotné IC Olomouc by tak částečně mohlo prezentovat i aktivity projektu Spokojená Olomouc;**
- **koordinátor public relations („PR“) aktivit protipovodňových opatření, který zajišťuje:**
 - vztahy s veřejností s důrazem na obousměrnost komunikace v oblasti protipovodňových opatření,
 - činnosti v oblasti sociální komunikace s veřejností a kontroly v oblasti protipovodňových opatření,
 - podporu public relations,
 - vytváření pozitivního mediálního image protipovodňových opatření,
 - spolupráci s mediálními institucemi a odpovídajícími partnery na regionální, republikové i zahraniční úrovni,
 - prezentaci protipovodňových opatření,
 - Poznámka: Seznam aktivit **koordinátora public relations** je zde uveden záměrně. Jedná se o dobrý výčet toho, co by také mělo být obsahem aktivit koordinátora městské mobility, jen místo spojení „protipovodňová opatření“ by bylo spojení „mobilita“.

Mezi další komunikační aktivity města lze zařadit tato:

- **odbor koncepce a rozvoje, odd. územního plánování a architektury**, které poskytuje poradenskou a konzultační činnost (vč. trvalé osvěty a objasňování významu a dopadu územního plánu) pro odborné komise RMO, komise městských částí, ostatní složky MMOL, občany, investory, stavebníky a projektanty. **Územní plánování je prezentováno na této stránce:** <https://www.olomouc.eu/o-meste/uzemni-planovani>. Do působnosti odboru také patří komunikace s veřejností na téma cyklistická doprava. Tuto roli zastává cyklokoordinátor;
- **odd. hospodářského rozvoje** dále zajišťuje podklady a účast města na výstavách, veletrzích nemovitostí a dalších akcích pro investory, propaguje město jako město vhodné pro investice;
- **odbor kancelář primátora, odd. zahraniční** zajišťuje kontakty s partnerskými městy.

Význam tohoto auditu je v tom, že představil stávající nástroje komunikace s veřejností, které bude možné následně použít i pro šíření informací o městské mobilitě.

2.2. Komunikační audit – interní komunikace

Z hlediska budoucí koordinace implementace PUMMO je důležité pochopit, jak funguje úřad, jak odbory, či oddělení mezi sebou komunikují a jaký je potenciál pro budoucí komunikaci. Pozornost je ale zaměřena jen na ty aktivity, které mají vazbu na udržitelnou dopravu a mobilitu. Jak již bylo konstatováno, tak komunikace na dané téma je na velmi nízké úrovni.

Komunikace a prezentace se vyznačuje roztržštěnou strukturou a kompetencí různých odborů magistrátů, ale také faktem, že existují rozdílní správci komunikací ve městě (stát, kraj, město), kdy každý má jiné zájmy. Prvním spojovacím článkem by tak mělo být definování činností spojené s koordinací dopravy a mobility. Nejblíže má k dané problematice odbor koncepce a rozvoje, oddělení koncepce veřejné infrastruktury a dopravního inženýrství, které má za úkol **připravovat, podílet se a zajišťovat zpracování rozvojových dokumentů města v oblasti dopravy včetně dokumentů týkajících se organizace, řízení a regulace dopravy dlouhodobého a střednědobého charakteru, dále v oblasti technické infrastruktury, v oblasti zeleně, rekreace, sportu a protipovodňových opatření, dále poskytuje informační, poradenskou a konzultační činnost v jednotlivých oborech pro odborné komise RMO, komise městských částí, ostatní složky MMOI, občany, stavebníky a projektanty z hlediska územně plánovací dokumentace, územně plánovacích podkladů a dlouhodobých koncepcí města a zajišťuje vypracování dlouhodobých koncepcí rozvoje města v jednotlivých oborech.**

Komunikace a koordinace dopravy a mobility v rámci celého odboru koncepce bude vycházet ze stávající agendy tohoto odboru a jeho oddělení koncepce veřejné infrastruktury a dopravního inženýrství a oddělení **územního plánování a architektury a oddělení hospodářského rozvoje.**

Ostatní odbory města pak budou spolupracovat / komunikovat s oddělením koncepce veřejné infrastruktury a dopravního inženýrství jen na základě stávajících interních předpisů magistrátu, ve kterých je již definována spolupráce s tímto oddělením, případně mají již definovanou svou činnost, která má přímou, či nepřímou vazbu na dopravu a mobilitu. Mezi hlavní odbory / oddělení patří následující:

- **Odbor správy městských komunikací a MHD** již nyní spolupracuje s daným oddělením při tvorbě dopravních záměrů odboru koncepce a rozvoje a ve věcech územně plánovací dokumentace, dále ochraňuje zájmy vlastníka místních a účelových komunikací SMOI na území města Olomouce, areálu letiště, které provozuje se službou řízení letového provozu AFIS a kasáren v Neředíně a dále jako koordinátor městské hromadné dopravy, dále zajišťuje výkon správy, oprav a údržby komunikací SMOI, jejich součástí a příslušenství prostřednictvím Technických služeb města Olomouce, a.s. (dále jen „TSMO, a.s.“) a podílí se na tvorbě pasportu komunikací včetně jejich součástí a příslušenství.
- **Odbor agendy řidičů a motorových vozidel (manažer a koordinátor dětského dopravního hřiště města Olomouce (Centrum Semafor) - zaměstnanec pověřený organizací práce** zajišťuje tvorbu koncepcí, vedení a výuku ve vzdělávacích kurzech dopravní výchovy pro všechny kategorie dětí i dospělých a přípravu a realizaci koordinační a metodické činnosti zájmových volnočasových aktivit s dopravní tematikou pro všechny kategorie dětí i dospělých.
- **Odbor evropských projektů, oddělení neinvestičních projektů**, které odpovídá za přípravu, realizaci a vyhodnocení integrovaných plánů rozvoje města (IPRM) a dále **oddělení přípravy projektů**, které navrhuje a podílí se na přípravě žádostí o dotaci u projektů (stavebního, nestavebního, investičního a neinvestičního charakteru) uplatňovaných na čerpání finanční pomoci z fondů a programů EU pro statutární město Olomouc.
- **Odbor investic**, který spolupracuje s ostatními odbory Statutárního města Olomouce (SMOI) ve věci čerpání dotací, příspěvků a půjček od příslušných poskytovatelů.
- **Odbor kanceláře primátora, odd. mediální komunikace** se přirozeně může spolupodílet na propagaci dopravy mobility ve městě, tak jak již nyní byla navázána spolupráce při propagaci PUMMO.
- **Odbor sociálních věcí**, který může spolupracovat na podpoře dopravy a mobility prostřednictvím svých projektů „Olomouc – město pro rodinu“ a „Bezbariérová Olomouc“ (IC Olomouc má mimochodem

v popisu své činnosti propagovat tento projekt. Stejně tak by mohlo i propagovat městskou mobilitu.). Dále je možná spolupráce s **manažerem prevence kriminality, a to v** koordinaci preventivních aktivit a subjektů vhodných pro naplnění Městského programu prevence kriminality (např. bezpečné stojany). Dále je možné spolupracovat s **oddělením sociálních služeb, které** má spolupracovat se subjekty působícími na úseku péče o seniory a občany se zdravotním postižením (do této oblasti patří např. vzdělávací programy pro seniory v oblasti aktivní mobility).

- **Odbor stavební, odd. státní správy na úseku pozemních komunikací** spolupracuje při zpracování dopravně inženýrských podkladů pro statutární město Olomouc.
- **Odbor školství** spolupracuje při naplňování projektu Bezbariérová Olomouc v rámci pracovní skupiny, dále spolupracuje s odborem vnějších vztahů a informací a odborem životního prostředí při organizování a zajišťování kulturních a sportovních akcí určených pro děti a žáky MŠ a ZŠ a zabezpečuje veškeré metodické materiály.
- Odbor **vnějších vztahů a informací** má návaznost na městskou mobilitu hned v několika odděleních. U oddělení sportu například návaznost na běžecké a cyklistické akce města (vazba na podporu aktivní mobility) a správu stávajících sídlištních sportovních hřišť (zajišťování vybavení, provozu a údržby). Agenda možné spolupráce s **oddělením Informační centrum Olomouc** (byla již definována v kapitole 2.1. Oddělení **cestovního ruchu**) již nyní spolupracuje v rámci pracovní cykloskupiny. V neposlední řadě se jedná o spolupráci s **oddělením propagace a marketingu**, které zajišťuje tvorbu rozpočtu oddělení propagace a marketingu na určitý rok. Do agendy odboru ve vztahu k řešení městské mobility spadá také **oddělení komisí městských částí (KMČ) a detašovaných pracovišť (DP)**, které kooperuje s odbory města při řešení připomínek, námětů a požadavků vzešlých z řad KMČ.
- **Odbor životního prostředí, oddělení ochrany ovzduší** zajišťuje provoz dopravní stanice automatického imisního monitoringu kvality ovzduší na území města Olomouce, zajišťuje informování veřejnosti o stavu a kvalitě ovzduší, spolupracuje s Krajským úřadem Olomouckého kraje - odborem životního prostředí a zemědělství, Celním úřadem Olomouc, Českou inspekcí životního prostředí - oddělením ochrany ovzduší, Českým hydrometeorologickým ústavem, Krajskou hygienickou stanicí a Státním zdravotním ústavem a spolupracuje s jinými odděleními odboru životního prostředí v řešení problematiky ochrany ovzduší. Pokud plánujeme veřejný prostor, pak je třeba začlenit do plánování i vše, co se týče městské zeleně. Tuto oblast má na starost **oddělení péče o zeleň**, které zajišťuje komplexní správu nad údržbou městské zeleně zařazené do údržby prostřednictvím TSMO a výstavnické organizace Výstaviště Flora Olomouc a.s. Součástí je i úzká spolupráce s odborem koncepce a rozvoje a orgánem ochrany přírody a krajiny.
- **Městská policie Olomouc** může spolupracovat při zajištění přípravy, realizace a organizace informačních a popularizačních akcí a materiálů s vlivem na nejširší skupiny obyvatelstva z programu prevence kriminality. Součástí je účast na koordinačních schůzkách se zaměřením na dopravní problematiku i spolupráce s Policií ČR a MMOL, styk s komisemi městských částí.

Oddělní koncepce veřejné infrastruktury a dopravního inženýrství pak dále může využít komunikaci s vybranými odbornými komisemi:

- **Dopravní komise Rady města Olomouce** se zabývá všemi aspekty dopravy v Olomouci včetně dopravního značení, údržby komunikací a koncepčních záležitostí. Komise spolupracuje s oddělením koncepce dopravy, odboru koncepce a rozvoje MMOL při vytváření plánu investičních akcí v oblasti dopravy.
- **Komise pro architekturu a územní plánování** projednává významné investiční a koncepční záměry související s rozvojem území statutárního města Olomouce. Je poradním orgánem rady města při přípravě územně plánovacích podkladů a územně plánovací dokumentace. Komise se dále zabývá regenerací celé památkové rezervace Olomouc v souladu s usnesením vlády ČR č. 209/92 Sb.
- **Komise pro výchovu a vzdělávání a využití volného času** se vyjadřuje k problematice výchovy a vzdělávání a využití volného času ve městě v souladu se zákonem č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělání, v platném znění. V této oblasti spolupracuje

s řediteli škol, předškolních a školských zařízení, Odborem školství, mládeže a tělovýchovy Krajského úřadu Olomouckého kraje, Univerzitou Palackého v Olomouci, Okresní hospodářskou komorou Olomouc, Pedagogicko psychologickou poradnou Olomouckého kraje, Úřadem práce v Olomouci, s komisí pro sport a tělovýchovu Rady města Olomouce a dalšími odbornými pracovišti pro výchovu a vzdělávání.

- **Komise cestovního ruchu** se vyjadřuje k problematice cestovního ruchu a zahraničních vztahů, především z hlediska možností rozvoje turistiky, spolupráce s partnerskými městy, zahraničními institucemi, organizacemi a dalšími tuzemskými i zahraničními partnery. Komise v tomto smyslu předkládá náměty, návrhy a vyjádření radě města. Komise sleduje vývoj v oblasti cestovního ruchu v ČR i v zahraničí a vytváří podklady pro koncepci jeho rozvoje ve městě Olomouci. Rovněž se zabývá podmínkami pro návštěvníky města (Informační - orientační systém, služby aj.). Rada města předkládá komisi k vyjádření materiály a záležitosti týkající se cestovního ruchu a zahraničních vztahů.
- **Komise životního prostředí** se vyjadřuje k problematice tvorby a ochrany životního prostředí ve městě Olomouci a také se vyjadřuje k rozdělování finančních příspěvků (v rámci veřejné finanční podpory) určených do oblasti životního prostředí.
- **Komise pro sport a tělovýchovu** se vyjadřuje k problematice sportu, tělesné výchovy a spolupracuje se sportovními kluby, tělovýchovnými organizacemi na území města Olomouce, správci tělovýchovných zařízení, KMC, Českou unií sportu, Komisí RMO pro výchovu a vzdělávání a využití volného času.
- **Komise sociální** se vyjadřuje k otázkám života různých sociálních skupin ve městě a předkládá radě města návrhy na řešení problémů v této oblasti, spolupracuje se státními i nestátními sociálními zařízeními v součinnosti s odborem sociálních věcí MMOL. Předkládá radě města prostřednictvím odboru sociálních věcí návrh na poskytnutí veřejné finanční podpory z rozpočtu města žadatelům v oblasti sociálních služeb a humanitární pomoci, vyjadřuje se k otázkám bydlení seniorů a osob se zdravotním postižením dle Pravidel pro poskytování nájmu bytu zvláštního určení.
- **Komise vnějších vztahů** - poradní a iniciační činnost komise je zaměřena na všestranný rozvoj vnějších vztahů Olomouce – se zvláštní pozorností k městům partnerským. Tím chce přispívat k trvalému rozšiřování obzorů a možností všech generací obyvatel našeho města, k růstu prosperity, věhlasu a prestiže historického „královského hlavního města Olomouce“ – v České republice, v Evropě i celém světě.
- **Komise pro IT** - na starost mají městskou aplikaci + SMS parkování
- **Pracovní skupina pro cyklistickou dopravu** - Pracovní skupina pro cyklistickou dopravu je poradním a iniciativním orgánem RMO. V čele Pracovní skupiny pro cyklistickou dopravu stojí cyklokoordinátor. Stanovisko Pracovní skupiny pro cyklistickou dopravu se vždy přikládá k materiálům pro jednání RMO. Na přímé vyžádání RMO, OKR nebo z vlastní iniciativy předkládá Pracovní skupina pro cyklistickou dopravu písemná stanoviska nebo návrhy, týkající se cyklodopravy, např. k těmto oblastem: implementace koncepce cyklistické dopravy včetně aktualizace generelu cyklistické dopravy na území města; doporučení priorit přípravy a realizace cyklostezek a cyklotras na území města, především z pohledu přístupu k pozemkům cizích majitelů a koordinace se sousedními obcemi; řízení strategického rozvoje cyklistické dopravy v Olomouci a monitoring realizace Strategického plánu atd.

Oddělení koncepce veřejné infrastruktury a dopravního inženýrství pak v rámci své „komunikační strategie“ bude komunikovat zejména s těmito dvěma akciovými společnostmi:

- Dopravní podnik města Olomouce, a. s. (www.dpmo.cz) a dopravci (ČD, Arrive Morava, a.s.);
- Technické služby města Olomouce, a. s. (www.tsmo.cz) - služby obyvatelům města Olomouce:
 - Opravy a údržba místních komunikací;
 - Čištění města a zimní údržba komunikací;
 - Provoz a údržba veřejného osvětlení a světelných signalizačních zařízení;
 - Údržba veřejné zeleně;
 - Podzemní parkoviště v přednádrazním prostoru.

Spojovacím článkem „komunikace“ by mělo být vytvoření speciálního dopravního webu, který by mohl sjednotit informace o dopravě a mobilitě. Nyní ve vztahu k dopravě lze najít na webovém portálu města Olomouce **jen dopravní informace** poskytované odborem OKVIDI a stavebním úřadem Magistrátu města Olomouce a to v následujícím členění: 1. Hlavní komunikace, 2. Centrum města, 3. Ostatní komunikace, 4. Cyklostezky, 5. Městská hromadná doprava (MHD). Aaktuality informují ale jen o problémech (uzavírky, apod.), chybí ucelená informovanost občanů o dopravě a mobilitě jako takové. Informace jsou tak doposud tříštěné do dílčích problematik mobility bez vzájemné spolupráce a informovanosti.

Při komunikaci lze také využít těchto silných stránek města:

- Je zakládající člen sítě měst CIVINET Česká a Slovenská republika, věnující se problematice a tématům udržitelné mobility;
- do jara 2017 je manažerem sítě CIVINET Česká a Slovenská republika a zároveň předsedá její politické radě;
- zřízení funkce cyklokoordinátora na odboru koncepce a rozvoje, který funguje již 5 let; a pracovní skupina cyklodoprava
- velký podíl cestujících veřejnou dopravou – cca 50% cest do zaměstnání a škol (zdroj ČSÚ – 2011);
- projekt Bezbariérová Olomouc realizuje město již od roku 2001. Původní a stále nosnou myšlenkou projektu je zpřístupňování veřejného života, především služeb, vzdělání, kultury, zaměstnání a sportu všem obyvatelům i návštěvníkům města;
- pracovní skupiny pro cyklistickou dopravu a bezbariérovou dopravu fungují jako poradní orgán Rady města Olomouce;
- je sídlo detašovaného pracoviště Centra dopravního výzkumu, v. v. i., které se zabývá otázkami udržitelné městské mobility;
- je členem Svazu cestujících ve veřejné dopravě, Asociace měst pro cyklisty.

2.3. Projekt „K čisté Olomouci“

Do analýzy je také zařazen projekt „K čisté Olomouci“, který bude realizovat sdružení Akce pro školy, o.s., za podpory Státního fondu životního prostředí. Projekt je zaměřen na rozšiřování povědomí široké veřejnosti o možnostech čisté mobility a environmentální výchovy. Projekt může výrazně přispět k propagaci zpracování PUMMO. Cílem projektu je tak zvýšit povědomí a informovanost veřejnosti a uvedených cílových skupin o problematice životního prostředí. Taktéž je cílem tohoto projektu rozvíjet kompetence veřejnosti, změnit jejich postoje a jednání. Cílem projektu je i zvýšení povědomí o problémech městské mobility v Olomouci a přilehlém okolí. Pomocí uvedených aktivit by mělo být dosaženo také pozitivních změn ve vzorcích chování obyvatel vedoucí ke zvýšení environmentálně zodpovědnému chování. Snahou projektu bude diskuze mezi soukromým sektorem, veřejností a samosprávou na tato témata:

- Rozvoj alternativních pohonů a podpora obměny vozového parku;
- Podpora cyklistické dopravy;
- Podpora pěší dopravy;
- Zajištění preference MHD;
- Podpora carsharingu;
- Systémy Park + Ride;
- Komplexní podpora železniční dopravy;
- Realizace páteřní sítě kapacitních komunikací pro automobilovou dopravu;
- Obchvaty měst a obcí.

Projekt bude realizován od června 2016 do června 2017.

3. Identifikace cílových skupin

3.1. Úvodem

V rámci vnitřní komunikace budou vzájemně propojeny činnosti všech zainteresovaných subjektů, tedy zpracovatele (CDV), partnerů (DHV Brno, UP Olomouc), členů řídicí skupiny (zástupci zadavatele, tedy statutárního města Olomouc) a členů odborných skupin. Tento systém povede k efektivnímu a komplexnímu nastavení všech dílčích aktivit v projektu.

Vypracování a provedení PUMMO je založeno na integrovaném přístupu (horizontálním i vertikálním) s velkým podílem spolupráce, koordinace a konzultací mezi různými úrovněmi veřejné správy a příslušnými orgány, které zahrnuje:

- konzultace a spolupráci mezi různými útvary na místní úrovni s cílem zajistit soudržnost a komplementaritu plánu udržitelné městské mobility s místními politikami, strategiemi a opatřeními v souvisejících oblastech politiky (jako je doprava, územní plánování, životní prostředí, sociální služby, energetika, zdravotnictví, vzdělávání atd.);
- úzký dialog s příslušnými orgány:
 - na různých úrovních správy a samosprávy;
 - se sousedními obcemi;
- dobrou znalost a pečlivé uvážení politických cílů a relevantních plánů rozvoje či dopravních plánů, které již existují nebo na nichž se v současné době pracuje a které mají dopad na danou vymezenou oblast.

Na tomto základě jsou vytvořeny pracovní skupiny, které jsou členěny následovně:

- **ŘÍDICÍ SKUPINA:** tvoří ji političtí zástupci města a vedoucí pracovníci MMOL, kteří dohlíží na průběh projektu a rozhodují o jeho dalším směřování.
- **ODBORNÉ SKUPINY:** Členy odborných skupin jsou odborníci na jednotlivá témata z řad pracovníků MMOL a sektorových partnerů, např. Krajského úřadu Olomouckého kraje, Dopravního podniku města Olomouce, Univerzity Palackého, Policie ČR, SŽDC, ŘSD a další dle potřeby.
- **ŠIRŠÍ VEŘEJNOST:** komise městských částí, významní zaměstnavatelé, Svaz měst a obcí Olomouckého kraje, hospodářská komora, zájmová sdružení, místní iniciativy apod.

NICMÉNĚ, CO JE PODSTATNÉ: TYTO PRACOVNÍ SKUPINY NEVZNIKAJÍ JEN PRO SAMOTNOU REALIZACI, ALE I PRO NÁSLEDNOU IMPLEMENTACI.

3.2. Volení představitelů města a pracovníci magistrátu města

3.2.1. Řídicí skupina

Výhodou je, že všechny politické strany mají ve svém programu podporu řešení městské mobility. Proto je řídicí skupina složena ze zástupců všech politických stran, které jsou zastoupeny v Zastupitelstvu Statutárního města Olomouc. Tento krok by měl být zárukou, že tento dokument nemusí být spojován jen s jedním volebním obdobím, ale může mít daleko delší „životnost“.

V první fázi má **Řídicí skupina** za úkol dohled nad realizací Komunikační, Analytické a Návrhové části.

Hlavní úkoly řídicí skupiny jsou:

- schválení výstupů z analytické části PUMMO;
- schválení vize PUMMO;
- schválení výstupů z návrhové části PUMMO;
- schválení akčního plánu v rámci PUMMO;
- schválení způsobu realizace rozvojových aktivit a stanovení jejich priorit;
- sledování a hodnocení realizace rozvojových aktivit.

Jejími členy jsou:

- Jakubec Aleš
- Petřík Miroslav
- Fojtík Tomáš
- Krátký Jaroslav
- Žbánek Miroslav
- Slábek Marek
- Daněk Petr
- Řihošek Jan
- Černý Marek

3.2.2. Odborné pracovní skupiny

Jsou vytvořeny dvě odborné pracovní skupiny, a to jak pro samotný proces zpracování PUMMO, tak i pro jeho budoucí implementaci. Každá pracovní skupina bude zastoupena pracovníky MMOL, kteří mají v popisu práce at' již přímou, či nepřímou vazbu na řešení dopravy a mobility. Dále každá skupina bude doplněna o sektorové partnery z řad odborné veřejnosti (např. Krajského úřadu Olomouckého kraje, Dopravního podniku města Olomouce, Univerzity Palackého, Policie ČR, SŽDC, ŘSD, a další dle potřeby) a z řad NNO. Zástupci pracovních skupin jsou schvalováni řídicí skupinou.

První odborná pracovní skupina bude mít na starosti především „tvrdá opatření“, mezi která patří tato témata:

- Základní síť páteřních pozemních komunikací.
- Veřejný prostor a zklidňování dopravy.
- Veřejná doprava.
- Doprava v klidu (statická doprava).
- Bezmotorová doprava.

Druhá odborná pracovní skupina se zaměří na „měkká opatření“, mezi která patří tato témata:

- Marketing, kampaně podpory městské mobility;
- Mobility management (plány mobility).

Kromě výše uvedených základních témat, budou obě skupiny pracovat i s tzv. průřezovými tématy, mezi které patří:

- územní plán;
- životní prostředí;
- zdraví a zdravotnictví;
- bezpečnost;
- kvalita a dostupnost dopravních služeb a infrastruktury;
- sociální začlenění a genderová rovnost;

- Olomouc - Smart City.

Podrobnosti k jednotlivým tématům jsou uvedeny na tomto odkaze: <http://olomouc.dobramesta.cz/temata/>.

V rámci zpracování PUMMO se budou odborné pracovní skupiny aktivně podílet na projednání a připomínkování analytické a návrhové části PUMMO. Skupiny jsou stanoveny tematicky, aby co nejlépe korespondovaly se způsobem a postupem zpracování PUMMO, přičemž se bude vycházet z podkladů evropského projektu Transport Learning. Účastníci byli vybíráni na základě společných potřeb, nároků a relevanci k jednotlivým tématům, přičemž v každé skupině bude ustanovena hlavní styčná osoba - leader.

Všem členům budou ze strany zpracovatele před každým jednáním se 7 denním předstihem rozeslány všechny podklady k projektu a jiné potřebné materiály. Případně budou zveřejněny v neveřejné sekci na internetových stránkách PUMMO.

Cíl odborných skupin pro fázi zpracování PUMMO je následující:

- Zajistit integrovaný přístup a sjednotit priority plánu.
- Získat dostatek informací pro rozhodovací proces.
- Zajistit seznam stávajících problémů, které je možné z pozice města řešit v krátkodobém či dlouhodobém horizontu.
- Zajistit koordinaci plánování mezi vlastníky ploch.
- Nastavit komunikaci v procesu plánování mobility.
- Projednat návrh řešení s partnery a zpracovat připomínky.
- Zajistit transparentní a odborný přístup.
- Přijmout zodpovědnost.

Z veřejného sektoru budou dále osloveni především zástupci samosprávných městských částí a obcí ležících ve spádovém území města Olomouc (municipality). Dále budou osloveni také členové integrovaného záchranného systému, tedy hasiči, zdravotníci a zástupci městské i státní Policie. Vzhledem k tomu, že projekt řeší komplexně přístup k mobilitě na území města a jeho okolí, jsou jejich názory pro úspěšné zpracování celého projektu nezbytné.

3.3. Široká veřejnost, podnikatelský a neziskový sektor

Cílem této kapitoly je definování cílových skupin. Velmi podstatné je aktivní zapojení cílových skupin do komunikační strategie. Přiřazení komunikačních nástrojů k jednotlivým cílovým skupinám je navrženo v kapitole 5. Komunikační nástroje.

Cílové skupiny:

- Široká veřejnost - všichni obyvatelé města (obecná část kampaně)
- Děti, mládež, rodiče a zástupci škol a školek (učitelé, ředitelé)
- UP Olomouc a studenti
- Senioři
- Zaměstnavatelé a zaměstnanci dojíždějící do Olomouce za prací

Kvantifikace cílové skupiny:

- Počet obyvatel města: cca 100 000 obyvatel
- Počet dojíždějící studentů: cca 20 000 studentů (dle SLDB 2011)
- Počet dojíždějící zaměstnanců: cca 20 000 zaměstnanců (dle SLDB 2011)
- Celkem: cca 140 000 občanů

Definice cílové skupiny:

- velmi malá znalost a informovanost o problematice udržitelné mobility;
- minimální zapojování cílové skupiny do procesu pořizování strategických dokumentů města;
- snaha o dílčí řešení omezených oblastí městské mobility vyplývající z analýzy poptávky a výstupů ze zápisů KMČ;
- malé povědomí cílové skupiny o dopravních alternativách a provázanosti chůze a cyklo dopravy s ekonomickou úsporností a zdravým životním stylem.

Potencionální výhody komunikace pro cílové skupiny:

- zvýšení povědomí a znalostí o problematice udržitelné mobility;
- aktivní zapojování do diskusí při pořizování Plánu udržitelné městské mobility Olomouc;
- větší využití zdravých a levnějších forem dopravy na úkor individuální automobilové dopravy;
- zvýšení povědomí o opatřeních, zázemí a možnostech udržitelných forem dopravy a jejich vzájemné kombinace, podpora udržitelných forem dopravy jako součásti (zdravého) životního stylu.

Komunikaci s cílovými skupinami budou mít na starosti dvě odborné skupiny komunikačního týmu:

- Mobility management a plány mobility.
- Marketing a kampaně.

3.3.1. Široká veřejnost

Popis skupiny:

- Obyvatelé v produktivním věku bez rozlišení ekonomické aktivity. Součástí skupiny jsou také rodiny s dětmi – rodiče nezletilých osob se mohou vyjádřit jako zákonní zástupci dětí/mladistvých. Tato skupina bude oslokována prostřednictvím plošného mediálního působení a kontaktní kampaní (eventy, semináře a jiná setkání) s cílem vysvětlit problematiku udržitelné mobility a podnítit veřejnou diskusi v rámci dopravního plánování města. K oslovení cílové skupiny budou využity apely zejména v oblastech zdraví, bezpečnosti, životního stylu a financí, které v českých podmínkách fungují lépe, než apely na životní prostředí a klimatické změny, které dobře fungují v Rakousku a Německu.

Cíl sdělení, které je v souladu s hlavním sdělením Komunikační strategie (viz kapitola 4):

- dopravní plánování zaměřené na obyvatele, ne na dopravu (zapojení veřejnosti, plánování v souvislostech);
- změna dopravní kultury = změna myšlení;
- udržitelná mobilita se týká nás všech;
- změna životního stylu je cesta ke zdraví;
- proměna veřejného prostoru je na nás všech;
- MHD a kolo jako rovnocenný dopravní prostředek;
- jízda na kole (vlakem, autobusem) je „cool“.

3.3.2. Děti, mládež, zástupci škol a školek

Popis skupiny:

- Žáci školských zařízení v Olomouci ve věku do 18 let.
- Do skupiny spadají žáci, studenti všech základních a středních škol spolu s dětmi z mateřských škol v Olomouci.

Cíl sdělení, které je v souladu s hlavním sdělením Komunikační strategie (viz kapitola 4):

- Motivace cílové skupiny o zapojení do zpracování PUMMO a aktivizace přístupu k řešení mobility ve městě.
- Zjištění informací o problémových místech vzhledem k dopravě především do škol a jejich okolí.

Komunikaci s dětmi od 5 do 12 let již dlouhodobě realizuje Centrum SEMAFOR, které se jejich výchovou k dopravní způsobilosti dlouhodobě zabývá. Hlavní důraz je kladen na oslovení rodičů a zástupců škol. Samostatné propagační materiály, jednoduché návody týkající se zejména bezpečnosti a pohodlí cestování s dětmi i osvětové akce a prezentace budou soustředěny na rodiče, učitele a ředitele škol a školek. Cílem komunikace s touto cílovou skupinou je také možné vytvoření pocitové mapy a definování problémů a možných řešení se zaměřením na zklidnění ulic a veřejných prostranství.

3.3.3. Studenti a spolupráce s UP Olomouc

Univerzita Palackého realizuje vzdělávací program, který úzce souvisí s pořízením PUMMO. Univerzita Palackého je tedy jeden z přirozených partnerů a jejich postoj k udržitelné městské mobilitě je velmi pozitivní. V tomto případě bude propagace spojena s aktivitami univerzity, která má řadu fakult a řadu aktivit, které mohou napomoci dané problematice. Agenda se bude připravovat se zástupci UP Olomouc. Možné okruhy:

- Pocitové mapy
- Aktivní mobilita
- Psychologie v dopravě (průzkumy dopravního chování)
- Práce s veřejným prostorem
- UP Bike

3.3.4. Seniori

Popis skupiny:

- Obyvatelé města Olomouce ve věku 65 let a více.

Cíl sdělení, které je v souladu s hlavním sdělením Komunikační strategie (viz kapitola 4):

- Vyvolat pozitivní vnímání města.
- Obeznamit s projektem a jeho přínosy.
- Vyvolat aktivní zapojení cílové skupiny.

3.3.5. Zaměstnavatelé a zaměstnanci (Plány mobility)

Popis skupiny:

- Malým podnikem je podnik, který zaměstnává méně než 50 osob.
- Středním podnikem je takový podnik, který zaměstnává méně než 250 zaměstnanců.
- Velkým podnikem je takový podnik, který zaměstnává více než 250 zaměstnanců.
- Firmy zabývající se fyzickými toky zboží či jiných druhů zásob od dodavatele k odběrateli.
- Specifickou cílovou skupinou jsou firmy, které prodávají sportovní věci, například kola, koloběžky, apod. nabídka spolupráce při kampaních.

Cíl sdělení, který je v souladu s hlavním sdělením Komunikační strategie (viz kapitola 4):

- Vyvolat pozitivní vnímání města.
- Obeznamit s projektem a jeho přínosy.
- Vyvolat aktivní zapojení cílové skupiny.

Touto cílovou skupinou jsou „podnikatelé“ a „podnikatelské subjekty“ působící na území města, případně v jeho těsném okolí. Tyto osoby ovlivňují dopravní chování jednak z pozice zaměstnavatelů a dále z pozice zákaznické politiky. Zaměstnanci budou více využívat udržitelnou dopravu, zejména cyklistickou dopravu, pokud jim k tomu zaměstnavatelé vytvoří vhodné podmínky a budou je i v tomto směru více motivovat. Stejně tak mohou podnikatelé posílit svůj obchodní potenciál, pokud nabídnou zákazníkům z řad cyklistů důvod, proč jet právě k nim (např. bezpečná úschova kola). Pro komunikaci s cílovou skupinou podnikatelů budou vhodné apely v oblastech, jako jsou společenská odpovědnost a konkurenční výhoda. Tato cílová skupina je opět převážně tvořena obyvateli města Olomouce a jeho blízkého okolí, ale z pozice specifické možnosti ovlivňovat dopravní chování na území města je opět žádoucí přistoupit k jejímu oslovení zvláštním způsobem.

Do této cílové skupiny patří také potenciální investoři, pro které může zlepšení dopravní mobility ve městě působit jako jeden z důležitých stimulů pro eventuální investice ve městě. Zástupci podnikatelů by se měli aktivně vyjadřovat k dopravní situaci a obecně mobilitě ve městě, a to jednak na pravidelných veřejných projednáních, ale také na vybraných jednáních pracovních skupin.

Jako hlavní zdroj informací o projektu pro podnikatelský sektor budou sloužit především jednání pracovních skupin, veřejná projednávání, internet, tiskové zprávy, případně reklamní a plakátovací plochy. Vybrané velké podniky a logistické firmy budou také součástí pracovních skupin.

3.3.6. Příspěvkové organizace s vazbou na PUMMO

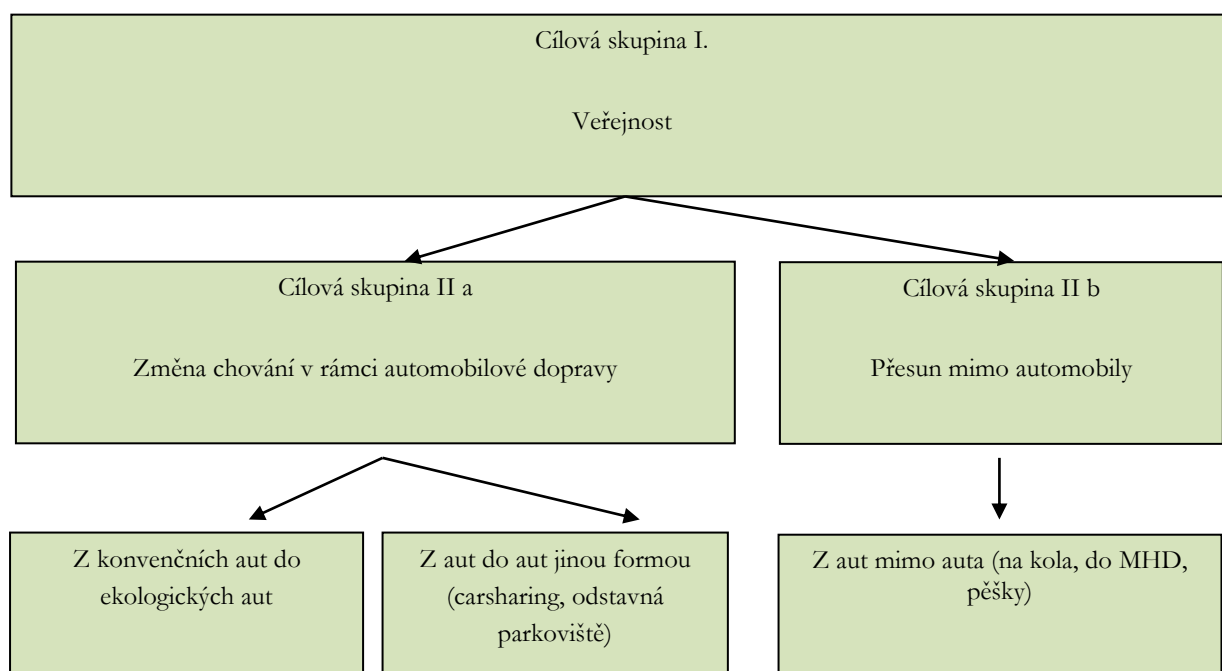
- Olomoučtí kolaři. Organizace zaměřená na podporu cyklistické dopravy a cykloturistiky v Olomouci – <http://olkolari.cz/>,
- Slunákov - centrum ekologických aktivit města Olomouce, o.p.s. (Horka nad Moravou). Posláním je nabídka prožitků a poznání v oblasti environmentálního vzdělávání - www.slunakov.cz/, info@slunakov.cz
- Tyfloservis, o.p.s. (Olomouc - Nová Ulice). Projekt Tyfloservis zajišťuje rehabilitační služby pro osoby s omezenou pohyblivostí www.tyfloservis.cz/, olomouc@tyfloservis.cz
- Nadační fond pro srdce Hané (Olomouc - Nová Ulice), možnosti posílení prevence, diagnostiky a léčby ischemických chorob, www.srdcehanecz.cz, info@srdcehanecz.cz
- Rotary Club Olomouc-City, o.s. (Olomouc - Nová Ulice), poskytování humanitárních služeb a pomoci spoluobčanům.
- Atd,

3.3.7. Cílové skupiny definované dle projektu „K čisté Olomouci“

Cílovou skupinou bude široká veřejnost, se zaměřením na potenciální skupinu řidičů a účastníků silničního provozu. Tato cílová skupina je dále dělena na další cílové skupiny „II. a“ a „II. b“.

Skupinu „II.a“, řidiče automobilů potom z pohledu odbornosti a marketingu dle vedení kampaně dále dělíme na tři skupiny. Uvedené rozřazení lze vidět na diagramu níže. S každou cílovou skupinou v kampani se pracuje jinak a cíl se na ni jinými prostředky. Například billboard je evidentní marketingový nástroj cílený na řidiče a například propagace v okolí středních škol je zaměřena na potenciální řidiče, které se snažíme ještě před obdržení řidičského průkazu informovat o možnostech alternativní a čisté automobilové dopravy.

Diagram rozdělení cílové skupiny dle definice:



4. Určení hlavního cíle, klíčová sdělení

4.1. Nastavení hlavních cílů Komunikační strategie

V rámci Komunikační strategie jsou definovány dva základní komunikační cíle:

- **Zvýšit povědomí a znalosti o PUMMO a přizvat veřejnost k jeho spoluvytváření.**
- **Ovlivnit postoje a dopravní chování, které by vedly ke změně používání dopravních prostředků.**
(Poznámka: tento cíl bude naplňován především ve spolupráci s projektem „K čisté Olomouci“, který realizuje o.s. Akce pro školy. V roce 2017 budou realizována další opatření i z pozice SMOL.)

I když se oba cíle zdají být vhodné pro přenositelnost a udržitelnost výstupu PUMMO, je třeba být realistický ve svých představách o tom, čeho lze prostřednictvím komunikace dosáhnout před ukončením zpracování PUMMO. Proto mnohé komunikační aktivity, související s udržitelností a implementací PUMMO, budou zahájeny až v pozdějších fázích PUMMO, kdy je samotný akční plán už rozběhnutý.

V této souvislosti je také třeba poznamenat, že zvyšování povědomí a znalostí o určitém výstupu bývá obvykle základem pro to, aby následně mohly být ovlivněny postoje a chování lidí. Nicméně i v této fázi zpracování PUMMO se bude aspoň částečně usilovat i o tento druhý cíl, i když vyžaduje mnohem víc času a úsilí.

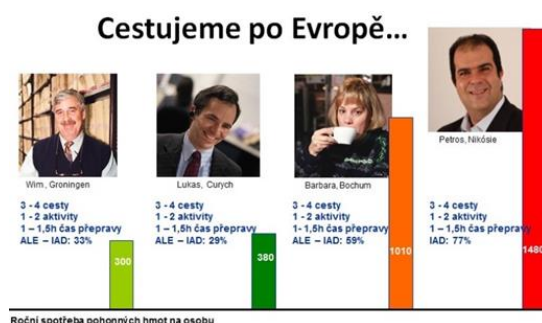
První cíl „Zvýšit povědomí a znalosti o PUMMO a přizvat veřejnost k jeho spoluvytváření“ se člení následovně:

1. **Vysvětlit samotný proces zpracování PUMMO a diskutovat nad konkrétními návrhy.**
2. **Vysvětlit spojitosti mezi životním stylem obyvatel města Olomouce a dopravní situací ve městě.**
3. **Zvýšit povědomí o možnostech řešení mobility v budoucnosti.**

Pro splnění těchto cílů bude využívána osvětová komunikace zaměřená na výhody, které změna životního stylu přináší. Zároveň budou ukázány výhody jednotlivých dopravních prostředků a vhodnost jejich použití v určitých vzdálenostech.

Strategický dokument PUMMO je především o návrzích konkrétních opatření, ale je třeba pamatovat na to, že tento plán navrhuje a schvalují lidé. Jaké jsou jejich představy o životním stylu? Pokud někdo preferuje v životě jen auto, i návrhy budou takto směřované, pokud někdo preferuje kola, pak zase tímto směrem. PUMMO je ale hledání odpovědí na to, jak skloubit zájmy bezpečnosti, parkování, tvorby veřejného prostoru s preferencí pěší, cyklistické a veřejné dopravy. Do takové diskuze je nutné zapojit co nejvíce lidí pro zajištění pestrosti názorů.

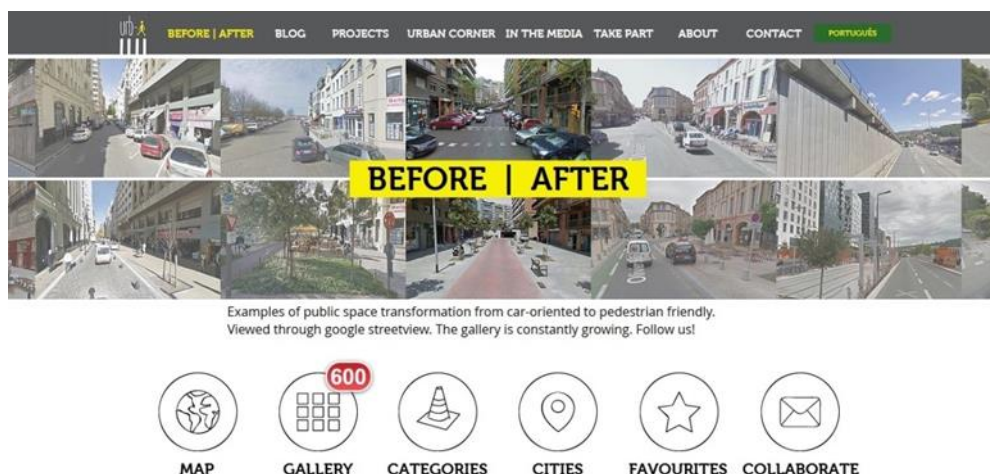
Zvýšení povědomí o možnostech dopravy ve městě úzce souvisí s životním stylem obyvatel. Nedostatečná informovanost obyvatel vytváří mýty o alternativní dopravě, které výrazně ovlivňují obyvatele města.



„SPRÁVNOU CESTU NEMŮŽE LIDEM UKAZOVAT NESTRANNÝ VĚDEC ČI EXPERT, SPRÁVNÁ CESTA JE VÝSLEDKEM NAŠÍ VLASTNÍ VOLBY A SPOLEČENSKÉ DEBATY.“

ULRICH BECK

Cílem je tedy mimo jiné vzdělávat olomouckou veřejnost, aby měla k dispozici dostatek informací. Příklad může být databáze příkladů BEFORE - AFTER. Nemusí se jednat jen o infrastrukturu, ale také o příběhy lidí a jejich vnímání měst za našimi hranicemi.



4.2. Specifický komunikační cíl - podpora komunity

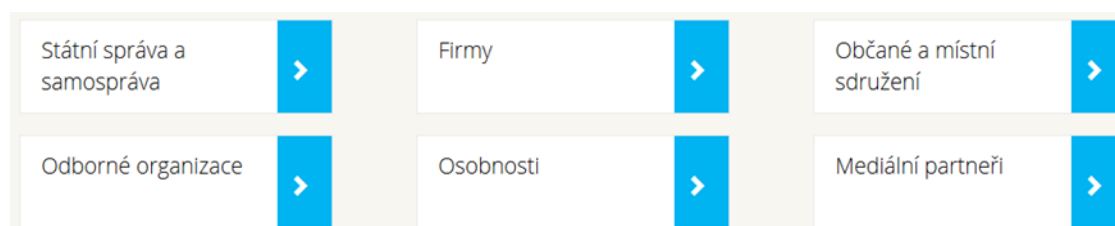
Snahou Komunikační strategie je také vytvoření pestré komunity lidí, která je schopna dostat do povědomí ostatních problematiku udržitelné mobility a změny životního stylu. Kampaň by měla mobilizovat politiky, odborníky (akademiky), podnikatele a významné osobnosti, aby se zasadili o proměnu vnímání dopravních alternativ a proměny veřejného prostoru a zejména nastartování diskuse o změně vnímání priorit.

Cílem je představit zpracování PUMMO jako proces, jehož jedním z klíčových bodů je vytvořit komunitu (volné sdružení) lidí a organizací, kteří chtějí zlepšovat prostředí v Olomouci. Na webu www.olomouc.dobramesta.cz se tato skupina představuje následně: Chceme sdružovat lidi a organizace, kteří chtějí zlepšovat prostředí v Olomouci. Na svých cestách chodíme pěšky, jezdíme na kole, jezdíme veřejnou dopravou a rádi také využíváme auta.

Podporujeme integrovanou dopravu, jejímž základem jsou potřeby člověka. Nechceme a nemůžeme rozdělovat obyvatele města Olomouce na cyklisty, chodce, uživatele veřejné dopravy a řidiče. Jde hlavně o to, aby město Olomouc sloužilo jako domov těm, pro které bylo postaveno – svým obyvatelům.

❖ **VŠICHNI VÍME, ŽE I OLOMOUC MÁ MNOHO PROBLÉMŮ, KTERÉ SOUVISÍ S DOPRAVOU. VĚŘÍME, ŽE KE ZMĚNĚ MŮŽE DOJÍT. TENTO PROJEKT MÁ MOTIVOVAT, INSPIROVAT, POMÁHAT MĚNIT. MĚSTO OLOMOUC SE MŮŽE ZMĚNIT, POKUD SE SPOJÍ DOHROMADY VÍCE PARTNERŮ"**

Naše město Olomouc se může změnit, pokud se spojí dohromady více partnerů:



Oslovení bude probíhat zejména formou seminářů, přednášek a kulatých stolů, které se zaměří na diskuse nad zásadními otázkami kampaně – problém parkovací politiky, využití a plánování veřejného prostoru, zklidnění dopravy (zóny 30), podpory dopravních alternativ a kvality života obecně.

Komunitní rozměr bude posílen také propojením kampaně s dalšími fungujícími kampaněmi, jako jsou např. K čisté Olomouci, Ekologické dny, Do práce na kole. Cílem je maximálně využít nejen možnost vzájemné propagace, ale také motivování dosud nezapojených zaměstnavatelů, aby vytvořili podmínky pro své zaměstnance pro využití kola jako dopravního prostředku.

Nutné je, aby si lidé uvědomili, že jaký bude návrh, takový může být i život ve městě. Prototypem olomoucké budoucnosti mohou být čtyři města – nizozemský Groningen, švýcarský Curych, německý Bochum a řecká Nikósie.

Posílení komunity bude spočívat v motivování oslovených lidí, aby přicházeli s vlastními nápady, jak podpořit alternativní dopravní kulturu.

4.3. Komunikační sdělení PUMMO

Sdělení, prostřednictvím kterých se cílové skupiny dozví o přínosech a o tématech samotného PUMMO.

4.3.1. Základní sdělení PUMMO

Základní sdělení PUMMO je orientováno na jednoduchá sdělení a příklady, jak se řeší doprava v jiných vyspělých městech. Sdělení budou probíhat v souladu se závěry konferencí Města s dobrou adresou, jejichž cílem je orientace na člověka a jeho příběhy, místo složitého vysvětlování inženýrské problematiky mobility.

Možné příklady sdělení problematiky dopravy pomocí příběhů:

AUTENTICKÝ PŘÍBĚH 1.

Rodačka z Olomouce – Gabriela pracuje v Amsterdamu a bydlí cca 10km od centra v Zaandamu, odkud denně do práce dojíždí. První úsek (cca 2km) jede na kole, které nechá na nádraží v Z. Druhý úsek (cca 10km) jede vlakem a třetí pak z nádraží v A. na pracoviště (cca 3km) jede opět, na druhém kole. Zpátky naopak. Když se jí zeptáte, proč nejede autem, odpoví: to bych musela vstát nejmíň o hodinu dřív. A co když prší? „Tady prší skoro pořád...“ zní odpověď.

AUTENTICKÝ PŘÍBĚH 2.

Kolegoví z FTK přijede v létě na návštěvu do Olomouce kamarád z Finska. Víte, co ho nejvíc zajímalo? Ani bydlení, ani strava, ale jestli je ve městě bikesharingový systém půjčování kol a když ne, tak jestli mu tady zajistí kolo...

HOLANDSKÁ CESTA

Partnerským městem Olomouce je už dlouhá léta nizozemský Veenendaal.

Málokdo ale ví, jak vznikl holandský cyklistický „zázrak“. Holandsko, spolu s Dánskem, jsou dnes „na špičce“ země s rozvinutou cyklo dopravou, nejen v evropském měřítku, ale nebylo tomu tak odjakživa. K cyklistickému boomeru došlo prakticky náraz, když se sešly 3 faktory:

- Obrovský nárůst HDP v 60. letech a s ním rozvoj automobilismu (bourání domů a rozšiřování ulic);
- Ropné embargo a ropná krize 1973 a 1979 (cena vzrostla z pův. 3 \$ až na 90 \$ za barel);
- Skokový nárůst smrtelných dopravních nehod zejména chodců – dětí.

Obyvatelé měst (zejména matky obětí nehod) vyšli do ulic s naléhavým požadavkem na zjednání nápravy. Toho se chopili politici, kteří spolu s dopravními odborníky prosadili řešení, které už známe a které přineslo rapidní snížení smrtelných nehod.

V současnosti:

- jedno auto zabírá v průměru stejné parkovací místo jako 10 kol;
- stavíme pro auta podzemní garáže a parkovací domy, které zabírají prostor k životu lidí;
- jízda na kole nebo MHD je mnohdy rychlejší, než automobil;
- parkoviště u nákupních center zabírají větší plochy, než samotný supermarket.

Závěr:

Rozvoj městské mobility v Olomouci není našim cílem, nýbrž prostředkem k dosažení příjemnějšího, zdravějšího a současně i pohodlnějšího života, a proto vzniká značka Spokojená Olomouc.

4.3.2. Domluv se na společném postupu při zpracování PUMMO

Cílem je aktivně zapojit veřejnost do procesu zpracování PUMMO, který řeší dopravu a mobilitu ve městě. Komunikační strategie pro rok 2016 se bude věnovat zvláště diskuzím o možných návrzích roku 2017, kdy se olomoucká veřejnost dostane do bodu, kdy se musí navrhnout a projednat opatření, která mohou být přijímána zpočátku s obavami, jak to vidíme u zón 30, cykloobousměrek a dalších opatření. Jak ukazuje následující graf, se stejným problémem se potýkala i jiná města, jako například Graz. Poměr příznivců a odpůrců zón 30 byl v minulosti 30:70. Jak ukázala zkušenost, dlouhodobá komunikace vedla k tomu, že veřejnost opatření akceptovala. Je proto extrémně důležité, aby bylo povědomí a informovanost obyvatelstva na vysoké úrovni.



4.3.2. Domluv se na společném postupu při zpracování PUMMO

PRVNÍ VEŘEJNÉ SLYŠENÍ K ZÁVĚRŮM ANALYTICKÉ ČÁSTI

Z analytické fáze přípravy PUMMO bude k dispozici množství údajů potřebných k tomu, aby bylo možné důkladně popsat, kde se právě město nachází, jaké jsou jeho hlavní silné a slabé stránky, jaké je dopravní chování a přepravní vzorce jeho obyvatel. Město je popsáno z hlediska dopravních, environmentálních, sociálních a dalších charakteristik. V ideálním případě je známo, v čem vyniká oproti ostatním městům, a naopak, kde zaostává.

S těmito závěry je nutné seznámit odborné skupiny a řídicí radu a zapracovat všechny jejich připomínky do finálního dokumentu. Součástí bude i veřejné slyšení k analytické části.

Kromě finálního dokumentu budou všechny klíčové informace zjednodušenou formou publikovány na stránce <http://olomouc.dobramesta.cz/zivot-v-olomouci/>.

Na základě poznání z analytické části je třeba sestavit vizi, jak bude město vypadat v delším časovém horizontu, kam bude směřovat a v čem bude unikátní oproti ostatním městům. Příprava vize je jedním z hlavních mezníků přípravy PUMMO, protože určuje orientaci dalších kroků v návrhové fázi a v konečném důsledku i konkrétních opatření. Důležité je, aby tato vize byla společná, tj. aby byla akceptovaná všemi zainteresovanými stranami včetně veřejnosti, aby se s touto vizí všechny strany ztotožnily a získaly pocit jejího spoluvlastnictví.

Vizi je možné sestavit v rámci užší pracovní skupiny a následně projednat se zainteresovanými stranami a představit veřejnosti, vhodnější je ale zapojit zainteresované strany, případně i externí vizionáře, již do procesu tvorby vize. Skupina, která bude zodpovědná za přípravu vize, by měla být složena minimálně z pořizovatele SUMP (odborná i politická rovina), jeho zpracovatele (pokud je jím externista), dále zástupců úřadů majících v kompetenci životní prostředí, zdraví, ekonomický rozvoj města a dopravu. V závislosti na zkušenostech a tradici města je možno přizvat i zástupce dalších oblastí.

ZAPOJ SE DO DISKUSÍ KOLEM KONKRÉTNÍCH NÁVRHŮ OPATŘENÍ

Komunikační strategie se snaží najít odpověď na to, jak skloubit zájmy bezpečnosti, parkování, tvorby veřejného prostoru s preferencí chůze, jízdy na kole a veřejné dopravy. Vzdělávací, či diskusní program v Olomouci povede k tomu, aby lidé začali vnímat mobilitu a dopravu komplexně, kdy jednotlivá témata nelze řešit izolovaně, ale s přímou vazbou na ostatní témata.

Diskuse kolem konkrétních návrhů se povede kolem těchto témat:

- Základní síť páteřních pozemních komunikací
- Veřejný prostor a zklidňování dopravy
- Veřejná doprava
- Doprava v klidu (statická doprava)
- Bezmotorová doprava
- Mobility management (plány mobility)
- Marketing, kampaně

Diskuse se povede buď v rámci seminářů a besed, nebo prostřednictvím sociálních sítí. Každé téma bude mít své diskusní fórum.

4.3.3. Přidej se k těm, co to dělají „jinak“

Sdělení je zaměřeno na změnu dopravních návyků. Právě tato oblast bude nejvíce propojena s druhým projektem „K čisté Olomouci“, který je zaměřen primárně na komunikaci s veřejností. **Akce projektu „Spokojená Olomouc“ se tak mohou zaměřit pro rok 2016 jen na jednoduché kampaně typu:**

- jednoduchá výzva: „Zavřou se dva olomoucké mosty, tak to zkus jinak“;
- spolupráce s Run Czech a Olomoucký půlmaraton;
- akce pro školy.

Pro dospělou populaci (mimo akce pro školy) je výzva určena pro specifické skupiny:

- pro které je pohyb také přirozený, mají ho rádi, ale nějak zapomněli jej začlenit do svého běžného pracovního dne,
- kterým svědomí říká: "sakra něco bych se sebou měl dělat, nebo zhníji za živa",
- kterým doktor řekl, že nutně musí změnit svůj životní styl a musí zařadit do svého života pohyb.

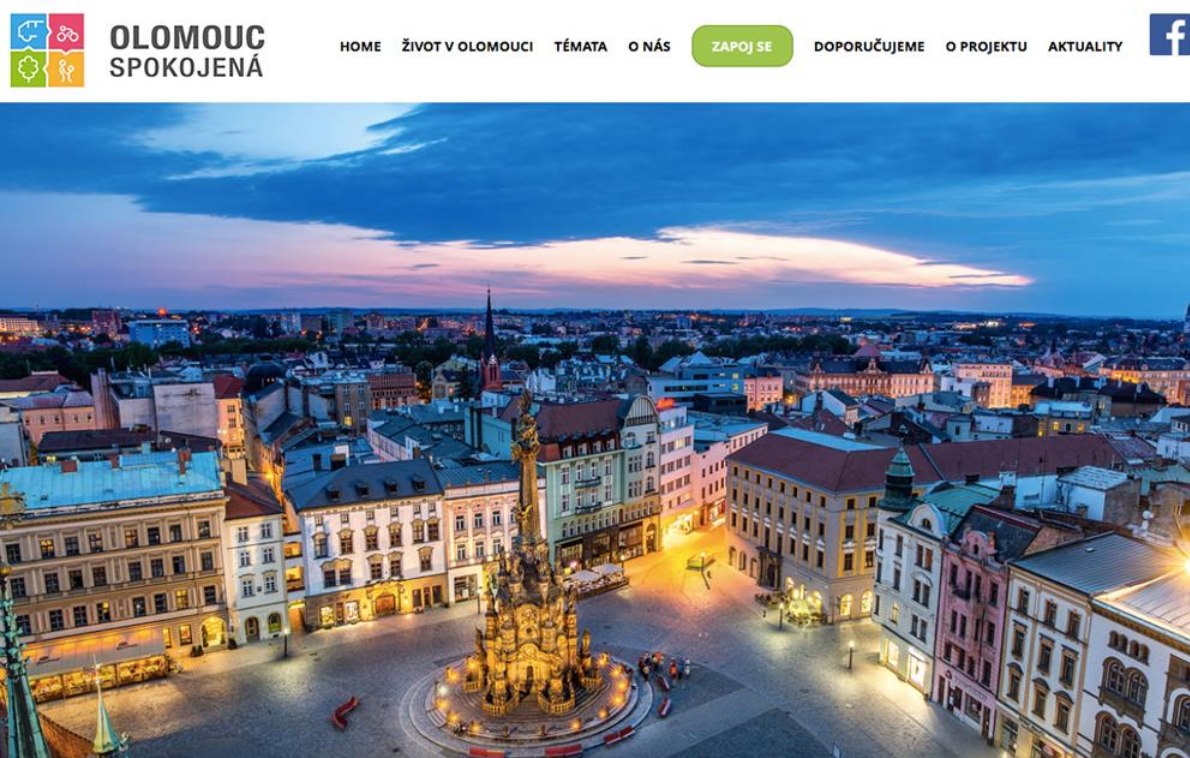
5. Komunikační nástroje

Kapitola představuje nástroje, prostředky a způsoby, jakými budou cílové skupiny informovány. Jednotlivé výstupy budou odpovídat odlišným potřebám jednotlivých cílových skupin a také využití komunikačních kanálů a nástrojů, které daná cílová skupina sleduje.

5.1. Vytvoření brandu „Spokojená Olomouc“ a centralní webová prezentace PUMMO

PUMMO je podporován webovou prezentací www.olomouc.dobramesta.cz. Tato forma plní roli velmi otevřeného a širokého obousměrného informačního kanálu. Otevřený způsob komunikace základní myšlenky a úvodních technických návrhů PUMMO vůči odbornému auditoriu a veřejnosti dává příležitost k technickému obohacení projektu a hladkému projednání se všemi zájmovými skupinami. Dostatek relevantních informací může pomoci eliminovat i prvotní pocity ohrožení a nejistoty plynoucí z chystaných navrhovaných opatření PUMMO. Potenciální zájmové skupiny jsou vyzývány k vzájemnému dialogu a poskytnutí zpětné vazby.

Struktura webové prezentace koresponduje zvláště s prvním cílem Komunikační strategie „Zvýšit povědomí a rozšířit znalosti o PUMMO“. Jen ve velmi omezené míře se web zaměřuje na druhý cíl, kterým je „Ovlivňování postojů a dopravního chování, které by vedly ke změně používání dopravních prostředků“. Tento rozměr má na starosti projekt „K čisté Olomouci“.



WWW.OLOMOUC.DOBAMESTA.CZ

Informace na webu budou prezentovány postupně v souladu s harmonogramem akcí a s jednotlivými tématy.

Vzhledem k nedostatku informací, možná i předsudkům obecně k plánům udržitelné městské mobility, je od začátku procesu zpracování PUMMO vytvořena značka OLOMOUC SPOKOJENÁ, která bude spojujícím prvkem celého procesu zpracování PUMMO a ze které vychází i webová prezentace

Logo:



OLOMOUC SPOKOJENÁ



SYMBOLEM SPOKOJENÉ OLOMOUC JE „7 ZÁKLADNÍCH HODNOT“

Další představy o spokojeném městě byly shrnuty na jednom panelu dánské výstavy GOOD CITY, která se uskutečnila v Olomouci v květnu 2015.



ŽIVOT V ULICÍCH

Mít dostatek prostoru pro zdravý, aktivní a společenský život ve městě.



SETKÁVÁNÍ SE

Setkávat se s přáteli, známými i neznámými lidmi v rámci veřejného prostoru.



BEZPEČÍ

Mít možnost bezpečně chodit pěšky a jezdit na kole.



KRÁSA

Mít prostor pro relaxaci a estetické zážitky.



ČISTÉ MĚSTO

Žít ve městě bez větších problémů s dopravními zácpami, hlukem, znečištěním a dalšími zdravotními riziky.



DOSTUPNOST PRO VŠECHNY

Vždy mít možnost vybrat si kterýkoliv dopravní prostředek, jímž se bezpečně, snadno a včas dostanu, kam budu chtít.



DOSTATEČNÝ PROSTOR

Mít takovou dopravní infrastrukturu, díky které se naprostá většina z nás dokáže po městě efektivně přepravovat, aniž by přitom trpěl městský prostor, obecná dostupnost či kvalita života.



CÍLEM TEDY NENÍ PROPAGOVAT DOKUMENT, CÍLEM JE PROPAGOVAT ZMĚNU

5.2. Interní komunikace v rámci PUMMO

Budou používány následující nástroje:

- Intranet, extranet – samostatná webová sekce, která je přístupná pouze autorizovaným členům zapojeným do projektu (s různými přístupovými právy).
- **Technické porady, jednání, semináře, workshopy** se zaměřením na zpracovatelský tým (řídící skupinu a odborné skupiny) a na odbornou veřejnost:
 - Předběžně domluveno na každý první pátek v měsíci v 10 hod (1,5-2 hod.);

- Za CDV 2-3 osoby, za Olomouc 2-3 osoby.
- **Prezentační sada** – soubor informačních materiálů pro členy pracovních skupin v podobě letáku, CD-ROMu či kombinace.
- **Webová prezentace** – vyhrazená webová sekce obsahující elektronickou podobu materiálů (viz bod 5.1.).
- **Odborný seminář** – setkání pro odbornou veřejnost s cílem získat její podporu pro realizaci PUMMO (účast významného experta v příslušném oboru).

Úvodní setkání odborných skupin je vhodné realizovat formou **diskusního fóra** umožňujícího diskutovat nad jednotlivými problémovými okruhy projektu. Fóra představují významný nástroj umožňující prezentaci nejširšího spektra názorů. Současně je třeba vyzdvihnout jejich informativní charakter a přínos v podobě navazování nových a utužování stávajících sociálních struktur. Participantům je třeba předem vysvětlit, co mohou od své účasti očekávat, aby se předešlo jejich případnému zklamání a z toho plynoucí neochoty znovu se zúčastnit.

Další jednání pracovních skupin je vhodné uspořádat formou jednání u **kulatého stolu**. Jedná se o způsob vedení diskuse, kdy odborník předkládá členům pracovních skupin plány budoucí podoby určité oblasti. Členové této pracovní skupiny o dílčích bodech diskutují ve spolupráci s experty (kteří hrají především poradní roli) a modifikují je podle svých představ. Výsledky jsou podkladem pro přípravu finálních plánů příslušného projektu. Jednání pracovních skupin je vedeno profesionálním moderátorem (Ing. Zbyněk Sperat pro témata 1 – 5 a Ing. Jaroslav Martinek pro témata 6 – 7) a podle potřeby jsou do něj přizváni i odborníci nebo zástupci místní správy. Komplikované otázky jsou delegovány k řešení pracovním skupinám (složeným z účastníků kulatých stolů). Účastníkům jsou zadávány i "domácí úkoly". Participantům jsou permanentně poskytovány odborné analýzy a další potřebné informace nezbytné pro rozhodování. Na posledním pracovním zasedání je v rámci konsensu všech zúčastněných schválen koncept, který je následně prezentován veřejnosti.

5.3. Práce s médii

Využití médií umožňuje širokou komunikaci s olomouckou veřejností a nabízí tak možnost ovlivnit veřejné mínění o PUMMO, vyzvednout jeho přínosy, vysvětlit možné dezinformace a případná rizika. Média jsou především vhodná pro udržení povědomí a informovanosti. Rizikem tohoto nástroje komunikace mohou být dezinterpretace a snaha o překrucování informací ze strany oponentů (v případě rozhovoru). Proto je užitečné udržovat olomoucké reportéry informované a poskytovat jim objektivní informace a to prostřednictvím těchto nástrojů:

Obecné možnosti (mnohé budou využity až po skončení zpracování PUMMO a budou použity v implementační fázi):

- **Pressroom, presskit** – základní informace pro tisk (+ elektronická varianta pro web).
- **Tiskové zprávy** – pravidelné informace médiím při významných událostech.
- **Tisková konference** – setkání s médii v zásadních okamžicích (oznámení záměru projektu, představení iniciátorů, zahájení realizace, představení realizátorů, závěrečná tisková konference k dokončení).
- **Kulatý stůl** – setkání se zástupci odborných médií k podrobnějšímu představení projektu (podstata, důvod navrženého řešení apod.) v projektové fázi. Zakončeno neformální diskuzí.
- **Exkurze na místo** – návštěva v místě výstavby projektu s odborným výkladem.
- **Tematické akce pro odborná média** – specializované materiály, tiskové zprávy, setkání s novináři zaměřujícími se na dotčenou problematiku. Zprostředkování dvoustranných rozhovorů s odborníky.
- **Media trip** – exkurze (přijatelná se z organizačního hlediska jeví skupina 5-7 osob) do zahraničí na místa, kde byl již obdobný projekt realizován.
- **Monitoring a analýza médií** – průběžné sledování a následné analyzování publicity věnované projektu, případně korekce (zesílení, přesměrování) komunikačních aktivit dle reálné situace.

Konkrétní nástroje při realizaci zpracování PUMMO:

- **Olomoucké listy** – každý měsíc bude vydána krátká zpráva o PUMMO, jednou za tři měsíce bude vydána delší zpráva. Zprávy budou připravené vždy na konci měsíce a vyjdou v polovině následujícího měsíce.
- **Tiskové zprávy a tiskové konference** – četnost bude stanovena na základě jednání odborné skupiny, která bude mít na starosti Marketing a komunikaci. První tisková konference proběhla dne 12. 4. 2016.
- **Prezentace problematiky v regionálních televizích a rozhlasu** (rozhovory, reportáže – tuto aktivitu zprostředkuje magistrát):
 - ČT Olomouc, ČRo Olomouc
 - TV MORAVA, ZZIP TV (Téma týdne, diskusní pořad apod.)
 - Rádio Haná, Rádio Hity, Kiss Morava

5.4. Vztahy se širokou veřejností, podnikateli a NNO

- **Pressroom, presskit** – základní informace pro tisk (+ elektronická varianta pro web);
- **Tiskové zprávy** – pravidelné informace médiím při významných událostech;
- **Vydání informačního letáku**, který bude obsahovat obecné informace;
- **Kulaté stoly, semináře, výstavy, workshopy** se zaměřením na širokou veřejnost. Četnost bude stanovena na základě jednání odborné skupiny, která bude mít na starosti Marketing a komunikaci. První beseda proběhla dne 27. 4. 2016;
- **Pocitové mapy** – zjišťování postojů cílových skupin k projektu.

5.4.1. ŠIROKÁ VEŘEJNOST

Komunikační nástroje:

- **Webová prezentace** na adrese www.spokojenaolomouc.cz a komunikace na stránkách města Olomouc www.olomouc.eu;
- **Sociální síť Facebook**. Vytvoření stránky Spokojená Olomouc, na které bude probíhat intenzivní komunikace s občany města a představování jednotlivých návrhů;
- **Využití akcí jako Do práce na kole, Olomoucký půlmaraton;**
- **Veřejná projednání**. Setkávání s občany a komunikace s nimi o jednotlivých částech procesu PUMMO;
- **Využití Informačního centra Olomouc.**

5.4.2. DĚTI, MLÁDEŽ, RODIČE, ZÁSTUPCI ŠKOL A ŠKOLEK

Komunikační nástroje:

- Využití informačních kanálů a projektů odboru sociálních věcí a Centra Semafor;
- **Oslovení ředitelů všech školských zařízení** (ZŠ, SŠ, MŠ), viz téma č. 6 (Management mobility, školní plány mobility);
- **Zapojení žáků a studentů během výuky** (ZŠ, SŠ), např. zadáním úkolu na sepsání (fotografie) nebezpečných míst týkajících se dopravy nebo vyznačení dopravních problémů v interaktivní mapě;
- **Oslovení dětských a studentských parlamentů;**
- **Významným nástrojem může být hra „Oblékáme hada Edu“.**

5.4.4. SENIOŘI

Komunikační nástroje:

- Čtvrtletník, který vydává od roku 2014 město Olomouc a distribuuje zdarma do klubů seniorů, domovů seniorů a podobně.
- Využití informačních kanálů a projektů odboru sociálních věcí a Centra Semafor

5.4.5. ZAMĚŠTNAVATELÉ

Komunikační nástroje:

- Nabídnout k realizaci „Firemní plány mobility“
- Využití informačních kanálů a projektů oddělení hospodářského rozvoje

5.4.6. NÁSTROJE PROJEKTU: „K ČISTÉ OLOMOUCI“ S VAZBOU NA PROJEKT „SPOKOJENÁ OLOMOUC“

ONLINE AKTIVITY

- Webový portál
- Facebooková skupina

KONTAKTNÍ KAMPAŇ

- Vyhlášení výherců spojené s propagací čisté mobility
- Den bez aut v Olomouci 22. září
- Kontinuální kontaktní kampaň
- Cyklovyjíždky s programem

MEDIÁLNÍ KAMPAŇ

- Kampaň v místním tisku
- Kampaň v místním rozhlasu
- Kampaň v místní televizi
- Výlep plakátů a guerillová kampaň
- Kampaň v autobusech
- Billboardová kampaň
- Informační brožurka v nákladu 10 000 ks

DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

- Úvodní dotazníkové šetření
- Závěrečné dotazníkové šetření

6. Harmonogram kampaní

6.1. Harmonogram pro rok 2016 – projekt „Spokojená Olomouc“

6.1.1. HARMONOGRAM K REALIZACI ANALYTICKÉ ČÁSTI

Vypracování analytické části dle harmonogramu.

HARMONOGRAM, FINANČNÍ NÁKLADY	Měsíc	02/16	03/16	04/16	05/16	06/16	07/16	08/16	09/16	10/16	11/16	12/16	01/17	02/17	03/17	04/17
1. Analytická část																
a) vstupní jednání, odborné skupiny, harmonogram																
b) vstupní dokumenty, shrnutí vizí v nadřazených dokumentech																
c) databáze partnerů a sestavení odborných skupin																
d) inventarizace podkladů, hodnocení využitelnosti																
e) dopravní průzkumy, marketingová šetření																
f) dopravní zatížení systémů, dělba přepravní práce																
g) modelové výpočty imisí a hlukové zátěže, kalibrace																
h) souhrnná analýza, oblasti monitoringu, indikátory																
i) projednání vizí - odborné skupiny, politická jednání																
j) projednání vizí - veřejná diskuse, zapojení občanů																

Další akce budou probíhat na základě rozhodnutí odborné skupiny pro komunikaci a marketing – příklad:

- 23. 3. 2016 – představení Plánu udržitelné městské mobility Olomouc (PUMMO) na dopravní komisi SMO
- Září 2016 – školení pracovníků magistrátů ve věci Plánů udržitelné městské mobility

6.1.2. HARMONOGRAM K AKCÍM PRO VEŘEJNOST

Komunikační strategie bude realizována v průběhu celého roku 2016, zásadní část aktivit je soustředěna do sezónního období duben – říjen 2016.

DATUM	AKCE
31. 3. (16:30)	festival Jeden svět - Olomouc (beseda k filmu Bikes vs. Cars - Martinek)
2. 4. (14:00)	akce 200 aut na Horním náměstí
12. 4. (10:00)	zahajovací tisková konference k PUMMO
25. 4.	Velká jarní cyklojízda (v rámci kampaně „Do práce na kole“)

27. 4. (17:00)	MY JSME TADY DOMA, V NAŠICH HODNOTÁCH aneb POTLACH O DOPRAVĚ jinak. Olomouc v roce 2050 (Martinek, Jakubec – sál zastupitelstva)
23. 4.	Podklady pro Olomoucké listy
1. 5.	Ekojarmark a zahájení soutěže „Do práce na kole“
23. 5.	Podklady pro Olomoucké listy
4. 6.	Orangee – z Olomouce do Velké Bystřice s nizozemským velvyslancem
6. 6.	Závěrečný večírek „Do práce na kole“ a vyhlášení vítězů
25. 6.	Olomoucký půlmarathon
23. 6.	Podklady pro Olomoucké listy
23. 7.	Podklady pro Olomoucké listy
23. 8.	Podklady pro Olomoucké listy
16. 9.	Tisková konference na začátek Evropského týdne mobility – motto naší TK: „Nejde o kampaně, jde o změnu“. Prezentace prvních výsledků z analytické části
22. 9.	Evropský den bez aut jinak – viz kapitola 5.1. poslední bod
23. 9.	Podklady pro Olomoucké listy
23. 10.	Podklady pro Olomoucké listy

6.2. Harmonogram pro rok 2017 – projekt „Spokojená Olomouc“

- Vypracování návrhové části dle harmonogramu.
- Komunikační strategie bude realizována na základě závěrů pracovní skupiny pro marketing a kampaně.

7. Rozpočet

Rozpočet bude čerpán pouze z interních zdrojů dodavatele projektu. V průběhu vypracování projektu bude sledována dotační politika ministerstev a v případě úspěšně podaného projektu, bude dotace použita na komunikaci pořízení plánu udržitelné městské mobility.

Každopádně se doporučuje, aby návrh rozpočtu města pro rok 2017 zahrnoval i výdaje na komunikaci, kde jsou pokryty všechny nezbytné činnosti.

Rozpočet projektu „K čisté Olomouci“ je financován mimo rozpočet dodavatele a zadavatele projektu.

8. Evalvace navržených řešení

Vzhledem k nedostatku finančních prostředků na komunikaci, se komunikační nástroje využívají jen v omezené míře. Průběžně však bude vyhodnocována návštěvnost stránek www.olomouc.dobramesta.cz a také komunikace na Facebooku. Také bude vyhodnocena kampaň „K čisté Olomouci“, byť není realizována SMOL.

Nicméně komunikační strategii nelze podceňovat. Je třeba klást důraz i na tuto oblast. V minulosti bylo často největší chybou, že zadavatelé přistupovali zpravidla k jakékoliv komunikaci ohledně projektu až ve chvíli, kdy projekt vzbudil zájem veřejnosti, opozice nebo médií. Zpravidla to bylo ve chvíli, kdy projekt vykazoval nějaké negativní aspekty nebo se objevily nové informace či dezinformace o projektu. Zadavatelé se tak dostávali do výrazné defenzivy, kdy museli jen vysvětlovat a obhajovat existenci a parametry daného projektu. V očích veřejnosti a dalších zainteresovaných subjektů poté nebylo takové chování zadavatelů vnímáno moc pozitivně.

Právě na tuto oblast se zaměří evaluace navržených řešení, neboli zaměříme se na monitoring reakcí veřejnosti na PUMMO. Proto tato Komunikační strategie, i přes nedostatek financí, vystupuje směrem ke svému okolí aktivně a komunikativně od samého počátku zpracování PUMMO. V zásadě jsou identifikovány tři nejdůležitější skupiny zainteresovaných stran, které můžeme u procesu PUMMO identifikovat a u kterých je třeba vyhodnotit účinky komunikace:

Široká veřejnost

- Důležitým krokem je zjistit postoje veřejnosti k PUMMO, a to prostřednictvím veřejných diskusí.
- Pravidelně informovat veřejnost o jednotlivých krocích v projektu – např. prostřednictvím regionálních médií (TV, rozhlas, tisk). Připravit „marketingový leták“.
- Sledovat a vyhodnotit diskusi na Facebooku.

Zaměstnavatelé

- Při zachování zásad transparentnosti a rovného zacházení komunikovat směrem k zaměstnavatelům jednotlivé přípravné fáze PUMMO s vazbou na firemní plány mobility, na řešení nákladní dopravy, či na územní požadavky, které by mohly vyvolat další poptávku po dopravě.

Zastupitelstvo

- Informovat zastupitelstvo o jednotlivých krocích PUMMO (nejen v případě, že je potřeba schválení od zastupitelstva, ale pravidelně a průběžně).
- vést diskusi se zastupiteli a dalšími odborníky z řad pracovníků zadavatele o struktuře PUMMO.