



CENTRUM  
DOPRAVNÍHO  
VÝZKUMU



Royal  
HaskoningDHV

---

# PLÁN UDRŽITELNÉ MĚSTSKÉ MOBILITY MĚSTA ÚSTÍ NAD LABEM

---

## Komunikační strategie

Datum zpracování: 12. 5. 2020 (aktualizace k srpnu 2020)

Verze: 2.0



## Obsah

1	Současný stav nastavení komunikačních aktivit .....	4
1.1	Komunikace města s obyvateli .....	4
1.2	Komunikace města s návštěvníky .....	5
2	Organizační struktura týmu pro zpracování SUMP Ústí nad Labem .....	6
2.1	Řídící skupina .....	6
2.2	Odborné skupiny .....	8
2.2.1	Odborná pracovní skupina k PUMM Ústí nad Labem .....	8
2.2.2	Pracovní skupina pro komunikaci PUMM Ústí nad Labem .....	9
2.3	Širší veřejnost .....	10
3	Cílové skupiny .....	12
4	Cíle a jejich evaluace .....	13
5	Komunikační nástroje .....	15
5.1	Obsah komunikace, aktivity a pravidla navázané na cíle KS .....	16
6	Komunikační aktivity .....	18
6.1	Zodpovědnost za průběh komunikačních aktivit .....	22
6.2	Způsob zpracování a vypořádání získaných podnětů .....	22
6.3	Participační aktivity a kampaně .....	23
7	Harmonogram .....	29
8	Seznam zkratk .....	30
9	Seznam tabulek .....	30

# 1 Současný stav nastavení komunikačních aktivit

## 1.1 Komunikace města s obyvateli

Komunikaci navenek zajišťuje především **kancelář primátora**. Mezi činnosti odboru patří příprava tiskových zpráv, pořádání tiskových konferencí a celková komunikaci a styk s médii, dále zajišťování aktuálních informací na městském serveru, vydávání Městských novin, vyhodnocování monitoringu denního tisku a krizová komunikace s veřejností. Za komunikaci je zodpovědná především tisková mluvčí, tiskový referent a referent PR. Kromě toho zajišťuje odbor přípravu projevů, vystoupení a podkladů pro členy vedení města či jeho zahraniční vztahy. Informace pro veřejnost poskytnuté dle zákona o svobodném přístupu k informacím zveřejňuje na webu města **kancelář tajemníka**, která zároveň vede i agendu úřední desky.

Město Ústí nad Labem využívá ke komunikaci s veřejností také nejrůznější projekty, z nichž z hlediska dopravy je nejdůležitější projekt **Zdravé město a místní Agenda 21 Ústí nad Labem**. Jeho koordinátorem je **odbor strategického rozvoje**, který pro veřejnost organizuje Fóra Zdravých měst a rovněž také akce bezpečnostně preventivní v rámci podporovaných kampaní, jako jsou Evropský týden mobility nebo Dny zdraví, atp. Kromě realizace cílů a opatření projektu Zdravé město Ústí nad Labem naplňováním schváleného Plánu zdraví a kvality života, zajišťuje odbor rovněž také zpracování, realizaci a řízení dalších integrovaných plánů/strategií rozvoje města či širšího okolí. Na komunikaci s obyvateli se odbor podílí následujícími činnostmi:

- zajištěním výroby a distribucí informačních předmětů o projektech
- pořádáním konferencí a veřejných projednání k tématu strategického rozvoje a rozvojových projektů města
- provozem **Informačního střediska města** (poskytnutí všeobecných informací a informací o dopravních spojeních, odborné přednášky, semináře, tiskové konference atp.).

Vybrané komunikační kanály, které město využívá pro komunikaci s veřejností:

- webové stránky města Ústí nad Labem (<http://www.usti-nad-labem.cz>)
- Městské noviny (vycházejí 1x za dva měsíce)
- mobilní aplikace inCity
- sociální síť Facebook (profil Statutární město Ústí nad Labem)
- Youtube

Město se pravidelně zapojuje do řady aktivit a kampaní určených pro obyvatele i návštěvníky, které jsou informačního či osvětového charakteru, ale zároveň umožňují získat podnětů, názorů a zkušeností ze strany veřejnosti. Každoročně probíhají následující kampaně:

- Evropský týden mobility (září)
- Dny zdraví
- Fóra Zdravých měst
- Na kole jen s přílbou
- Do práce na kole
- Den bez aut (MHD zdarma)

## 1.2 Komunikace města s návštěvníky

Oblast komunikace v rámci cestovního ruchu města má ve své gesci **odbor strategického rozvoje**. V rámci této agendy má odbor na starosti metodickou koordinaci činnosti **Cyklocentra města Ústí nad Labem**, např. distribuci infomateriálů a prodejního zboží a poskytované služby, a zároveň také provoz **Informačního střediska města Ústí nad Labem**. Informační středisko zajišťuje:

- poskytnutí turistických informací a služeb s cestovním ruchem spojených
- prodej propagačních materiálů, map a publikací o městě a okolí, správu a provoz e-shopu
- chod výstavních prostor včetně zajištění pravidelných měsíčních výstav
- distribuci informačních a propagačních materiálů do restaurací, ubytovacích zařízení a turistických cílů ve městě a okolí a do infocenter v zahraničí

Odbor strategického rozvoje realizuje v oblasti cestovního ruchu také další samostatné aktivity a projekty, z nichž mezi hlavní patří zahájení turistické a cyklistické sezóny v Ústí nad Labem, Dny evropského dědictví a již zmíněná kampaň Do práce na kole. Rovněž zajišťuje:

- PR v oblasti cestovního ruchu a volnočasových aktivit na webu města (Portál pro volný čas, FB atd.)
- marketingovou přípravu a praktické zajišťování účasti města a jeho prezentace na veletrzích cestovního ruchu a prezentačních akcích
- propagaci a publicitu města na webu města, externích turistických portálech a v tištěných médiích a regionálních televizních médiích, včetně tvorby pozvánek a článků
- uspořádání setkání v informačních centrech a v dalších subjektech cestovního ruchu

## 2 Organizační struktura týmu pro zpracování SUMP Ústí nad Labem

SUMP Ústí nad Labem je strategický dokument, který ze své podstaty vyžaduje při svém zpracování vstupy od celé řady odborníků, zástupců města, dotčených organizací i široké veřejnosti. Z tohoto důvodu jsou pro řízení a realizaci projektu stanoveny jednotlivé skupiny zástupů těchto uskupení, které se v rámci pravidelných jednání budou vypořádávat s aktuálním děním v projektu a budou stanovovat postupy pro zpracování dílčích částí SUMP.

Pro potřebu managementu projektu se jedná o řídicí skupinu zajišťující dohled nad celým projektem. Odborné skupiny slouží pro řešení a vydávání stanovisek k odborným částem dílčích studií, směřování projektu po odborné stránce, připomínkování navržených opatření apod. V rámci zpracování SUMP je počítáno i se zahrnutím širší veřejnosti jako aktéra nejen při připomínkovacím procesu a pro diskusi nad návrhy změn v území.

### 2.1 Řídicí skupina

Řídicí skupina je nejvyšším řídicím orgánem projektu a její kompetence spočívají v dohlížení na jeho průběh, nastavení dalšího směřování a ve schvalování zásadních dílčích dokumentů a částí SUMP. Skupina je tvořena politickými zástupci města a vedoucími pracovníky magistrátu města Ústí nad Labem nebo jejich zástupci.

Členové řídicí skupiny jsou navrženi městem Ústí nad Labem v následujícím obsazení:

- Mgr. Ing. Petr Nedvědický, primátor města, do jehož gesce spadá oblast krizového řízení, společnosti s městskou účastí, doprava, městská policie, ITI, primator@mag-ul.cz (platné od listopadu 2018)
- Ing. Pavel Tošovský, náměstek primátora, do jehož gesce spadá oblast dotací, investic, majetku, pavel.tosovsky@mag-ul.cz (platné od listopadu 2018)
- Ing. Věra Nechybová, primátorka města, do jejíž gesce spadá oblast územního plánování, strategického plánování, Vera.Nechybova@mag-ul.cz (platné do října 2018)
- Bc. Pavel Dufek, náměstek primátorky, do jehož gesce spadá oblast dopravy, majetku, Pavel.Dufek@mag-ul.cz (platné do října 2018)
- Ing. Martin Dlouhý, vedoucí Odboru strategického rozvoje (OSR), případně jeho zástupce, Martin.Dlouhy@mag-ul.cz (platné do srpna 2020)
- Mgr. Jan Husák, vedoucí oddělení koncepcí OSR, případně jeho zástupce, Jan.Husak@mag-ul.cz (platné do dubna 2019)
- Ing. Lucie Sádlová, vedoucí oddělení koncepcí OSR, případně jeho zástupce, Lucie.Sadlova@mag-ul.cz (platné od dubna 2019 do prosince 2019)
- Mgr. Tomáš Kočí, vedoucí oddělení koncepcí OSR, případně jeho zástupce, Tomas.Koci@mag-ul.cz (platné od ledna 2020)
- Ing. Simona Karpíšková, vedoucí Odboru životního prostředí, případně jeho zástupce, Simona.Karpiskova@mag-ul.cz
- Ing. Dalibor Dařílek, vedoucí Odboru dopravy a majetku, případně jeho zástupce, Dalibor.Darilek@mag-ul.cz
- Ing. Eva Šartnerová, vedoucí Odboru investic a územního plánování, případně jeho zástupce, Eva.Sartnerova@mag-ul.cz (platné do srpna 2020)
- Bc. Martina Žirovnická, vedoucí Odboru městských organizací, strategického rozvoje a investic, případně jeho zástupce, Martina.Zirovnicka@mag-ul.cz (platné od září 2020)

- Ing. Libor Turek Ph.D., výkonný ředitel Dopravního podniku města Ústí nad Labem, případně jeho zástupce, [turek@dpmul.cz](mailto:turek@dpmul.cz), [reditel@dpmul.cz](mailto:reditel@dpmul.cz)
- Ing. arch. Vladimír Charvát, hlavní architekt města Ústí nad Labem, případně jeho zástupce, [Vladimir.Charvat@mag-ul.cz](mailto:Vladimir.Charvat@mag-ul.cz) (platné do prosince 2018)

## 2.2 Odborné skupiny

Odborné skupiny zahrnují odborníky na jednotlivá dílčí témata, které jsou v rámci SUMP řešena. V těchto skupinách jsou zastoupeni zástupci zpracovatele, pracovníci magistrátu města Ústí nad Labem a dalších důležitých podniků a uskupení, kterých se problematika SUMP úzce týká.

Odborné skupiny byly po dohodě se zadavatelem stanoveny následovně:

### 2.2.1 Odborná pracovní skupina k PUMM Ústí nad Labem

Pracovní skupina se zabývá projednáním a doplněním informací v rámci celého průběhu zpracování projektu. Členové se v hlavních milnících řešení projektu scházejí na jednání, z každého jednání je vypracován zápis.

Členové Odborné pracovní skupiny v rámci projektu PUMM Ústí nad Labem v následujícím obsazení:

- Ing. Martin Dlouhý, vedoucí Odboru strategického rozvoje (OSR), případně jeho zástupce, Martin.Dlouhy@mag-ul.cz (platné do srpna 2020)
- Mgr. Jan Husák, vedoucí oddělení koncepcí OSR, případně jeho zástupce, Jan.Husak@mag-ul.cz (platné do dubna 2019)
- Ing. Lucie Sádlová, vedoucí oddělení koncepcí OSR, případně jeho zástupce, Lucie.Sadlova@mag-ul.cz (platné od dubna 2019 do prosince 2019)
- Mgr. Tomáš Kočí, vedoucí oddělení koncepcí OSR, případně jeho zástupce, Tomas.Koci@mag-ul.cz (platné od ledna 2020)
- Ing. Dalibor Dařílek, vedoucí Odboru dopravy a majetku, případně jeho zástupce, Dalibor.Darilek@mag-ul.cz
- Bc. Martina Žirovnická, vedoucí Odboru městských organizací, strategického rozvoje a investic, případně jeho zástupce, Martina.Zirovnicka@mag-ul.cz (platné od září 2020)
- Ing. Simona Karpíšková, vedoucí Odboru životního prostředí, případně jeho zástupce, Simona.Karpiskova@mag-ul.cz
- Ing. Eva Šartnerová, vedoucí Odboru investic a územního plánování, případně jeho zástupce, Eva.Sartnerova@mag-ul.cz (platné do srpna 2020)
- PhDr. Jana Müllerová, vedoucí odboru městských organizací a školství, jana.mullerova@mag-ul.cz
- Ing. Hana Slawischová, Koordinátor Projektu Informační centrum města Ústí nad Labem, Zdravé město Ústí nad Labem, hana.slawischova@mag-ul.cz
- Starosta MO ÚL – Město
- Starosta MO ÚL – Střekov
- Starosta MO ÚL – Neštětice
- Starosta MO ÚL – Severní Terasa
- Cyklokoordinátor města Ústí nad Labem
- Ing. Libor Turek Ph.D., výkonný ředitel Dopravního podniku města Ústí nad Labem, případně jeho zástupce, turek@dpmul.cz, reditel@dpmul.cz
- doc. RNDr. Martin Balej, Ph. D., rektor Univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem, rektor@ujep.cz
- Ing. Hana Brůhová-Foltýnová, senior výzkumný pracovník UJEP, hana.bruhova@ujep.cz
- Ing. Libor Pacovský, MSc., BA, projektový manažer UJEP, libor.pacovsky@ujep.cz
- Hana Cinkaničová, Národní institut pro integraci osob s omezenou schopností pohybu a orientace České republiky, o.s. Ústí nad Labem, hana.cinkanicova@centrum.cz



- Ing. Ladislav Kašpar, oblastní ředitelství Správy železnic, státní organizace, kaspar.m@szdc.cz
- Ing. Milan Šlejtr, ředitel Dopravní společnosti Ústeckého kraje, příspěvková organizace, slejtr.m@ds-uk.cz
- Vít Plechatý, vedoucí provozního úseku, ŘSD Správa Chomutov, vit.plechaty@rsd.cz
- Ing. Pavel Bakule, ředitel městské policie města Ústí nad Labem, pavel.bakule@mag-ul.cz
- plk. Mgr. Vladimír Danyluk, Policie ČR – KŘP Ústeckého kraje, územní odbor Ústí nad Labem, krpulk.uo.ul.vedouci@pcr.cz
- Ing. Pavel Hajšman, vedoucí Odboru regionálního rozvoje Krajského úřadu Ústeckého kraje, hajsman.p@kr-ustecky.cz
- Ing. Jindřich Franěk, vedoucí Odboru dopravy a silničního hospodářství Krajského úřadu Ústeckého kraje, franek.j@kr-ustecky.cz

## 2.2.2 Pracovní skupina pro komunikaci PUMM Ústí nad Labem

Pracovní skupina se zabývá projednáním a doplnění informací v rámci celého průběhu zpracování projektu. Členové se v hlavních milnících řešení projektu scházejí na jednání, z každého jednání je vypracován zápis.

Členové pracovní skupiny pro komunikaci v rámci projektu PUMM Ústí nad Labem v následujícím obsazení:

- Mgr. Ing. Petr Nedvědký, primátor města, do jehož gesce spadá oblast krizového řízení, společnosti s městskou účastí, doprava, městská policie, ITI, primator@mag-ul.cz (platné od listopadu 2018)
- Ing. Pavel Tošovský, náměstek primátora, do jehož gesce spadá oblast dotací, investic, majetku, pavel.tosovsky@mag-ul.cz (platné od listopadu 2018)
- Ing. Věra Nechybová, primátorka města, do jejíž gesce spadá oblast územního plánování, strategického plánování, Vera.Nechybova@mag-ul.cz, (platné do října 2018)
- Bc. Pavel Dufek, náměstek primátorky, do jehož gesce spadá oblast dopravy majetku, Pavel.Dufek@mag-ul.cz, (platné do října 2018)
- Ing. Martin Dlouhý, vedoucí Odboru strategického rozvoje (OSR), případně jeho zástupce, Martin.Dlouhy@mag-ul.cz (platné do srpna 2020)
- Mgr. Jan Husák, vedoucí oddělení koncepcí OSR, případně jeho zástupce, Jan.Husak@mag-ul.cz (platné do dubna 2019)
- Ing. Lucie Sádlová, vedoucí oddělení koncepcí OSR, případně jeho zástupce, Lucie.Sadlova@mag-ul.cz (platné od dubna 2019 do prosince 2019)
- Mgr. Tomáš Kočí, vedoucí oddělení koncepcí OSR, případně jeho zástupce, Tomas.Koci@mag-ul.cz (platné od ledna 2020)
- Ing. Simona Karpíšková, vedoucí Odboru životního prostředí, případně jeho zástupce, Simona.Karpiskova@mag-ul.cz
- Ing. Dalibor Dařílek, vedoucí Odboru dopravy a majetku, případně jeho zástupce, Dalibor.Darilek@mag-ul.cz
- Ing. Eva Šartnerová, vedoucí Odboru investic a územního plánování, případně jeho zástupce, Eva.Sartnerova@mag-ul.cz (platné do srpna 2020)
- Bc. Martina Žirovnická, vedoucí Odboru městských organizací, strategického rozvoje a investic, případně jeho zástupce, Martina.Zirovnicka@mag-ul.cz (platné od září 2020)

- Ing. Libor Turek Ph.D., zástupce vedení Dopravního podniku města Ústí nad Labem, případně jeho zástupce, turek@dpmul.cz, reditel@dpmul.cz\_dr.libor.turek@seznam.cz
- Ing. arch. Vladimír Charvát, hlavní architekt města Ústí nad Labem, případně jeho zástupce, Vladimír.Charvat@mag-ul.cz (platné do prosince 2018)
- Ing. Hana Slawischová, Koordinátor Projektu Informační centrum města Ústí nad Labem, Zdravé město Ústí nad Labem, hana.slawischova@mag-ul.cz
- Milan Stýblo, Cyklocentrum (MSÚL), milan.styblo@msul.cz
- Bc. Michaela Hnidová DiS., Oddělení marketingu a propagace Univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem, michaela.hnidova@ujep.cz
- Romana Macová, tisková mluvčí, romana.macova@mag-ul.cz
- Ing. Jan Vácha, cyklokoordinátor, vachyc@centrum.cz
- PhDr. Jana Müllerová, vedoucí odboru městských organizací a školství, jana.mullerova@mag-ul.cz
- Ing. Hana Brůhová-Foltýnová, senior výzkumný pracovník UJEP, hana.bruhova@ujep.cz
- 

## 2.3 Širší veřejnost

V rámci snahy o zapojení širší veřejnosti byly identifikovány skupiny obyvatel, podniků a místních iniciativ, které mohou mít zájem o informace ohledně zpracování SUMP a o vznášení připomínek k jeho realizaci. Účelem identifikace těchto skupin je vytvořit seznam zájemců o problematiku SUMP Ústí nad Labem s možností udělit prostor pro jejich názory a zapracování do výsledných dokumentů.

V rámci skupiny „širší veřejnost“ byly identifikovány následující subjekty:

*Tabulka 1 Subjekty identifikované v rámci skupiny „širší veřejnost“*

Jméno	Subjekt/organizace	Kontakt
<b>doc. RNDr. Martin Balej, Ph. D.</b>	rektor Univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem	<a href="mailto:rektor@ujep.cz">rektor@ujep.cz</a>
<b>MUDr. Josef Leihne</b>	ředitel zdravotní péče, o. z. Krajská zdravotní, a. s. – Masarykova nemocnice v Ústí nad Labem, o. z.	<a href="mailto:josef.liehne@kzcr.eu">josef.liehne@kzcr.eu</a>
<b>Ing. Daniel Tamchyna, MBA</b>	generální ředitel Spolchemie	<a href="mailto:info@spolchemie.cz">info@spolchemie.cz</a>
<b>Ing. Libor Turek, Ph. D.</b>	výkonný ředitel dopravního podniku města Ústí nad Labem	<a href="mailto:dr.libor.turek@seznam.cz">dr.libor.turek@seznam.cz</a>
<b>Ing. Pavel Bakule</b>	ředitel městské policie města Ústí nad Labem	<a href="mailto:pavel.bakule@mag-ul.cz">pavel.bakule@mag-ul.cz</a>
<b>plk. Mgr. Vladimír Danyluk</b>	Policie ČR – KŘP Ústeckého kraje, územní odbor Ústí nad Labem	<a href="mailto:krpulk.uo.ul.podatelna@pcr.cz">krpulk.uo.ul.podatelna@pcr.cz</a>
<b>Jaromír Veselý Ing. Jan Vácha</b>	cyklokoordinátor města Ústí nad Labem	<a href="mailto:jaromir.vesely@mag-ul.cz">jaromir.vesely@mag-ul.cz</a> <a href="mailto:vachyc@centrum.cz">vachyc@centrum.cz</a>
<b>Luděk Pavel</b>	výkonný ředitel Severočeské armaturky, spol. s r. o.	<a href="mailto:pavel@sca.cz">pavel@sca.cz</a>

Jméno	Subjekt/organizace	Kontakt
<b>Iveta Girášková</b>	asistentka vedení společnosti AVE, Evidence odpadů	<u>475 316 217</u>
	Tiskové oddělení ČD Cargo	<u>420 972 232 299</u>
	ČD centrum v Ústí nad Labem	<u>972 424 126</u> nebo <u>UNL@CDcentrum.cd.cz</u>
	Setuza, a. s.	<u>420 588 497 111</u>
	METALL servis s.r.o.	<u>Hrbovická 81/33 Ústí nad Labem - Předlice 40001</u>
	CENTROPOL ENERGY, a.s.	<u>Vaníčkova 1594/1, 400 01 Ústí nad Labem-centrum</u>
	Kolbenschmidt Czech Republic, a.s.	<u>475 303 111, Důlní 362/2, 400 04 Trmice</u>
	Black & Decker (Czech), s.r.o.	<u>475 319 111, Trmice 873, 400 04 Trmice</u>
	Česká pošta, s.p.	<u>954 303 710, Jateční 436/77, 401 01 Ústí nad Labem</u>
	O2 Czech Republic, a.s.	<u>800 02 02 02, Praha 4, Michle, Za Brumlovkou 266/2, PSČ 14022</u>
	Globus ČR, k.s.	<u>reditel.trmice@globus.cz</u>
	Generální finanční ředitelství	<u>475 252 111, Dlouhá 3359 400 21 Ústí nad Labem-město</u>
	Chabařovické strojírný, a.s.	<u>+420 472 700 229 Chabařovice 682, 403 17, bohumila.bazantova@magma.com</u>
	Pierburg s.r.o.	<u>pavel.kudlicka@cz.rheinmetall.com, K Pierburgu 455/1, 400 01 Ústí nad Labem-město-Předlice</u>
	Teplárna Trmice, a.s.	<u>+420 211 041 111, Duhová 2 / 1444, 140 53 Praha 4</u>
	INPEKO, spol. s.r.o.	<u>475 306 111, Janáčkova 792/11, 400 07 Ústí nad Labem-Neštětice</u>
	Krajský soud v Ústí nad Labem	<u>475 247 111, Nár. odboje 1274/26, 400 03 Ústí nad Labem-Střekov</u>

### 3 Cílové skupiny

Vymezení cílových skupin na základě společných znaků umožňuje výběr vhodných komunikačních nástrojů, kterými lze dosáhnout efektivního zapojení jednotlivých skupin.

Cílové skupiny jsou rozděleny následujícím způsobem, a to na základě odlišnosti úrovně organizace, odborností a diverzity:

- instituce
- zainteresované subjekty
- veřejnost

#### **Instituce (odborná veřejnost)**

Pro přípravu PUMM je důležitá institucionální spolupráce, která se odehrává na formální úrovni. V rámci institucí zpravidla panuje jednotný pohled a organizované seskupení.

- volení představitelé města
- odbory magistrátu / pracovníci Magistrátu města Ústí nad Labem
- zástupci okolních obcí
- úřady na vyšší úrovni samosprávy
- dopravní orgány, dopravní sdružení obcí, objednatelé dopravy, dopravci

#### **Zainteresované subjekty**

Zájem o participaci na tvorbě plánu mohou mít také subjekty, které jsou problematikou přímo či nepřímo dotčené.

- cyklistické organizace
- nevládní organizace ochrany životního prostředí
- poskytovatelé služeb mobility
- bytová družstva
- místní podnikatelé a další zástupci soukromého sektoru
- školy a vzdělávací zařízení
- nemocnice
- organizovaná veřejnost, místní spolky a sdružení, představitelé neziskového sektoru
- zaměstnavatelé

#### **Veřejnost (široká veřejnost)**

Termínem veřejnost jsou označováni jednotlivci a neformální uskupení a charakterizuje ji různorodost pohledů a názorů. Při rozhodování, jakým způsobem veřejnost vhodně zapojit, je důležité dbát na inkluzi, demografii nebo socio – ekonomickou rozmanitost.

- obyvatelé města - žáci a studenti, mládež
- obyvatelé města - obyvatelé v produktivním věku (18 – 64 let)
- obyvatelé města - senioři
- osoby se specifickými potřebami v rámci mobility (hendikepovaní, rodiče s dětmi, osoby se sníženou pohyblivostí)
- dojíždějící do škol, práce a za službami s bydlištěm mimo území města
- turisté, návštěvníci města a akcí

## 4 Cíle a jejich evaluace

Komunikační strategie PUMM Ústí nad Labem směřuje k naplnění následujících základních cílů:

### *C1 Zajištění co nejširší informovanosti a obecného povědomí o PUMM Ústí nad Labem a konceptu udržitelné mobility*

Primárním cílem komunikační strategie je vytvořit základní povědomí obyvatel o nástroji PUMM a o samotném konceptu udržitelné mobility. Udržitelná mobilita je klíčovou politikou Evropské unie i ČR v oblasti dopravy. Vzhledem k tomu, že PUMM musí reflektovat principy této politiky a že se koncept může odlišovat od dosavadně uplatňované politiky, je informování o daném konceptu nezbytnou součástí komunikačních aktivit PUMM. Jednotlivé cílové skupiny by měly být informovány srozumitelnou, transparentní a přehlednou formou. Naplňování daného cíle probíhá v dlouhodobém horizontu. Za dosažení daného cíle je považován stav, kdy se velká část obyvatel města identifikuje s principy a podstatou tohoto konceptu a nástrojem PUMM.

#### **Indikátory:**

- Povědomí o PUMM a udržitelné mobilitě: 25% (anketa)
- Počet příznivců na FB: 930
- Počet účastníků jednotlivých veřejných projednání
- Počet odběratelů Newsletteru: 300

### *C2 Vzbuzení zájmu veřejnosti a klíčových stakeholderů o spolurozhodování o budoucnosti města, šíření povědomí o možnosti participace na procesu tvorby PUMM a získávání podnětů*

Participace široké veřejnosti na plánovacím procesu je základním předpokladem udržitelného městského plánování. Aby byly závěry plánu akceptovány širokou veřejností a mohla být zrealizována v něm navržená opatření, je klíčové zapojit všechny dopravní politikou dotčené subjekty, tedy obyvatele města, veřejný a podnikatelský sektor. Aktivní zapojení veřejnosti je přínosem i pro samotnou realizační skupinu PUMM, která získá důležité podněty a návrhy ke zpracování plánu reflektující lokální specifika. Cíle je naplňován v krátkodobém i dlouhodobém horizontu a jeho splněním získá veřejnost zájem o participaci na procesu tvorby PUMM.

#### **Indikátory:**

- Počet návštěv na webu projektu celkem: 9300
- Počet účastníků na všech pořádaných akcích pro veřejnost: 500

### *C3 Podpoření součinnosti obyvatel při realizaci průzkumů souvisejících s dopravou a informovanosti o nich*

Základním předpokladem úspěšné realizace každého průzkumu (v případě PUMM např. měření dopravních intenzit, sociologické průzkumy v domácnostech) je součinnost obyvatel města. Úkolem je veřejnosti o průběhu průzkumu informovat a v případě, že to jeho charakter vyžaduje, ji vyzvat k aktivní účasti v průzkumu. Především u průzkumů o obyvatelích města a jejich chování je nezbytné naplnění etických kritérií (informovanost) a odborných kritérií (běžnost v každodenním chování).

#### **Indikátory:**

- žádné

#### *C4 Prezentace výstupů PUMM Ústí nad Labem, jejich připomínkování, zvýšení zájmu o ně a jejich celkové přijetí veřejností*

Cílem je poskytnout veřejnosti všechny informace a výstupy relevantní pro tvorbu PUMM. Jeho naplněním je zvýšena transparentnost celého procesu zpracování plánu, což podporuje jeho akceptaci širokou veřejností.

##### **Indikátory:**

- Počet download výstupů PUMM Ústí nad Labem na webu projektu: 30
- Počet připomínek k PUMM: 400
- Poměr souhlasných, rozporuplných a nesouhlasných stanovisek: 20:50:30

#### *C5 Dosažení dlouhodobého pozitivního přínosu v oblasti podpory MHD, kontaktu s veřejností a celkového zlepšení image města*

Cílem je nastavit společný marketing města a DPmÚL na podporu městské hromadné dopravy. Komunikační strategie má dále přispět k nastavení pravidelného kontaktu s veřejností, médií, odborníky, podnikateli, neziskovým sektorem a k nastavení komunikace o strategii v rámci úřadu a orgánů města. Úkolem PUMM Ústí nad Labem i komunikační strategie je také zvýšení atraktivnosti města Ústí nad Labem a zvýšení potenciálu cestovního ruchu prostřednictvím managementu mobility. Jedná se o cíl, který bude naplňován v dlouhodobém horizontu. Vzhledem k jeho přesahu i na dobu po vypracování PUMM Ústí nad Labem je jeho dosažení pomocí indikátorů obtížně měřitelné.

##### **Indikátory:**

- anketa

Indikátory slouží pro zpětnou evaluaci realizace Komunikační strategie PUMM Ústí nad Labem ze strany zpracovatele (CDV, v. v. i.). Pro naplnění indikátorů je nezbytná realizace komunikačních a participačních aktivit v souladu s Komunikační strategií.

## 5 Komunikační nástroje

### Podstránky na webu města

- Web města slouží ke sdílení vybraných článků, aktualit, fotografií aj. Hlavním komunikačním webem bude web projektu, web města jej bude doplňovat a dle potřeby se na něj odkazovat.
- Cílová skupina: instituce, zainteresované subjekty, veřejnost.

### Facebook města

- Město Ústí nad Labem má zřízený profil na facebooku, který využívá ke komunikaci s veřejností a v budoucnu může sdílet některé akce projektu a informace o aktivitách v rámci PUMM.
- Cílová skupina: veřejnost.

### Články v tisku

- Články podávají detailní informace o výstupech PUMM (obsahují podrobnosti, odborný rámec, umožňují zapojení veřejnosti apod.) a popisují realizaci celého projektu i jeho jednotlivých kroků a výstupů. Cílová skupina článků není dána, respektive je jí celá populace. Cílem je tedy představit výstupy projektu široké veřejnosti.
- Využívané komunikační kanály jsou: Městské noviny, Žít Ústí, Ústecký deník, e-Ústí, MFD, Právo, ČTK.
- Cílová skupina: zainteresované subjekty, široká veřejnost.

### Výstupy v médiích

- Výstupy v médiích podávají základní informace o PUMM, reakce na jeho vnímání či aktuální události. Jedná se o nástroj pro zvýšení důvěry průzkumů a PUMM obecně.
- Využívané komunikační kanály jsou: Český rozhlas Sever, Rádio Blaník Sever, Hitrádio FM, Regionální televize - Ústecko, Ústecká televize.
- Cílová skupina: zainteresované subjekty, veřejnost.

### Brožury/letáčky

- Jedná se o tištěný propagační materiál k propagaci PUMM na nejrůznějších akcích pro veřejnost, který ponese krátkou a stručnou informaci doplněnou o obrazový/grafický prvek.
- Na konci projektu bude vytvořena brožura, která bude obsahovat dílčí výstupy PUMM.
- Cílová skupina: zainteresované subjekty, veřejnost (účastníci se vybraných akcí).

### Plakáty/CLV a bannery

- Podobně jako videospot mají plakáty/CLV a bannery za úkol především zaujmout pozornost a informovat o realizaci a aktivitách PUMM. Budou využívány při realizaci kampaní před setkáním s veřejností, s výstupy PUMM a k podpoře aktivit souvisejících s jeho realizací.
- Cílová skupina: veřejnost.

### Propagační materiály (nálepky, placky, předměty)

- Napomáhají vytvořit vlastní značku („brand“), představují vizuální identifikaci PUMM, ztotožnění se s vizemi a cíli. Propagační materiály zároveň slouží jako odměna pro účastníky akcí, ambasadory nebo účastníky průzkumů.
- Cílová skupina: veřejnost.

### Participační plakáty

- Plakáty jsou bez pevného obsahu - ten tvoří participující veřejnost. Veřejnost zde tak může vyjádřit své názory, položit dotazy apod.
- Cílová skupina: veřejnost.

### Placeholder

- Jedná se o předem připravené sdělení vztahující se k určité problematice nebo ke konkrétnímu tématu. Podstatou je zajistit flexibilní a jednotnou reakci na případné dotazy z řad veřejnosti. Placeholder může být součástí článků, příspěvků v médiích apod.
- Cílová skupina: zainteresované subjekty, široká veřejnost.

#### **Úřední deska**

- Úřední deska informuje o nadcházejících akcích, je zdrojem oficiálních informací a stanovisek zástupců města
- Cílová skupina: veřejnost

#### **Kontaktní místo**

- V kontaktním místě jsou zveřejněny informace o PUMM a o jeho tvorbě a aktivitách. Zároveň se jedná o místo, kde jsou prostřednictvím k tomu určené schránky sbírány podněty související s PUMM.
- Vhodné je zvolit jako lokalitu kontaktního místa prostory Informačního střediska a/nebo jiné městské instituce.
- Cílová skupina: veřejnost.

#### **Dopis primátora**

- Může být využit k propagaci akcí s účastí veřejnosti, k pozvání stakeholderů na jednotlivé akce a projednání a celkově k podpoře participace veřejnosti na dílčích aktivitách.
- Cílová skupina: instituce, zainteresované subjekty, veřejnost.

## **5.1 Obsah komunikace, aktivity a pravidla navázané na cíle KS**

*Tabulka 2 Obsah komunikace, aktivity a pravidla navázané na cíle KS*

<b>C1 ZAJIŠTĚNÍ CO NEJŠIRŠÍ INFORMOVANOSTI A OBEČNÉHO POVĚDOMÍ O PUMM ÚSTÍ NAD LABEM A KONCEPTU UDRŽITELNÉ MOBILITĚ</b>
<b>O1.1 Osvěta k PUMM a udržitelné mobilitě</b>
A1.1.1. Základní informace: kontaktní místo a web, web města, letáky, brožury, rozhovory a výstupy politiků v médiích, dopravní odborníci, akce
A1.1.2 Zajímavosti a aktuality související s PUMM, např. dobrá praxe z jiných měst: FB, web, newsletter
<b>C2 VZBUZENÍ ZÁJMU VEŘEJNOSTI A KLÍČOVÝCH STAKEHOLDERŮ O SPOLUROZHODOVÁNÍ O BUDOUCNOSTI MĚSTA, ŠÍŘENÍ POVĚDOMÍ O MOŽNOSTI PARTICIPACE NA PROCESU TVORBY PUMM A ZÍSKÁVÁNÍ PODNĚTŮ</b>
<b>O2.1 Reference k problémům a příležitostem</b>
A2.1.1 Cílená informace o konkrétních problémech a řešeních ve městě, které řeší PUMM: článek, FB
A2.1.2 Placeholder – publikace předpřipravených vyjádření k tematickým okruhům PUMM v rámci tiskových výstupů města: články a FB
<b>O2.2 Dlouhodobá podpora k participaci</b>
A2.2.1 Zaujetí tématem PUMM: CLV, plakáty, články, reporty z proběhlých participačních akcí (celkově v širším kontextu/spektru médií)
A2.2.2 Budování značky PUMM: propagační materiály: nálepky, placky; sjednocené vizuální prvky: barva a logo (sladěný barevný vizuál a logo by se měly v jednotné formě objevovat na všech výstupech týkajících se PUMM)
A2.2.3 Informovat o možnostech participace a harmonogramu participace k PUMM: web, FB, newsletter, vstup v médiích, články v tisku, plakáty, brožury, letáčky, kanály a akce dalších kampaní
A2.2.4 Zdůvodňovat význam participace: web, 1x na FB, 1x newsletter, články v tisku/letáčky
<b>O2.3 Výzva veřejnosti k participaci</b>



A2.3.1 Informovat o konkrétních akcích: web, web města, FB, FB města, newsletter, úřední deska, participační plakáty, články, vstupy v médiích, kanály a akce dalších kampaní, informace o reportech z proběhlých akcí
A2.3.2 Reference k celkové možnosti participace a k proběhlým akcím: stejné kanály jako u A2.3.1
A2.3.3 Zaujmout obsahem PUMM a formou sdělení výstupů PUMM: stejné kanály jako A2.3.1
A2.3.4 Zdůvodnění akce: stejné kanály jako A2.3.1
<b>O2.4 Fyzický a virtuální prostor pro participaci veřejnosti</b>
A2.4.1 Sběr podnětů před akcí, po zveřejnění materiálů k PUMM: FB, participační plakáty, webové fórum
A2.4.2 Sběr podnětů v průběhu akce: akce – sběr na flipchart, nahrávky, papírové posty; internetová fóra – web, FB; kontaktní místo)
A2.4.3 Informační report z akce (tisková zpráva, web, odkaz na FB)
A2.4.4 Report z oficiálního veřejného projednání (+ sběr podnětů pro veřejné projednání + finální report z projednání, včetně vypořádání podnětů: newsletter, článek v tisku, odkaz na FB, web)
<b>C3 PODPŮRENÍ SOUČINNOSTI OBYVATEL PŘI REALIZACI PRŮZKUMŮ SOUVISEJÍCÍCH S DOPRAVOU A INFORMOVANOSTI O NICH</b>
<b>O3.1 Informovat o průzkumu, získat důvěru veřejnosti a snížit obavy</b>
A3.1.1 Informace o konkrétním průzkumu: web, FB, web města, newsletter, letáčky, plakáty
A3.1.2 Ambasadoři průzkumu – získání důvěry a pozitivního přijetí průzkumu: FB, akce, články v tisku, rozhovory s odborníky
<b>O3.2 Participace na průzkumu (pokud to charakter průzkumu vyžaduje)</b>
A3.2.1 Výzva k účasti na průzkumu: plakát, leták, článek, dopis, tisk. zpráva
<b>C4 PREZENTACE VÝSTUPŮ PUMM ÚSTÍ NAD LABEM, JEJICH PŘIPOMÍNKOVÁNÍ, ZVÝŠENÍ ZÁJMU O NĚ A JEJICH CELKOVÉ PŘIJETÍ VEŘEJNOSTÍ</b>
<b>O4.1 Presentace výstupů PUMM</b>
A4.1.1 Informovat a poskytnout výstupy prefinální i finální: web, odkaz FB
A4.1.2 Zaujmout výstupy: FB, vizualizace (především vizualizační stránka a přehledná struktura výstupů)
<b>O4.2 Přijetí výstupů (rozdělit dle atraktivity – identifikovat zajímavá a nezajímavá témata)</b>
A4.2.1 Připomínkování výstupů (web)
A4.2.2 Vypořádání připomínek (web)
A4.2.3 Udržitelnost – realizace PUMM: monitorovací reporty, FB, web, články, web města
A4.2.4 Ambasadoři PUMM podporující přijetí PUMM jsou nositeli myšlenek a závěrů PUMM: participační akce, brand – propagační materiály, trička, slogan, fotokarta s vizí a cíli; FB komunita/skupina
<b>C5 DOSAŽENÍ DLOUHODOBÉHO POZITIVNÍHO PŘÍNOSU V OBLASTI PODPORY MHD, KONTAKTU S VEŘEJNOSTÍ A CELKOVÉHO ZLEPŠENÍ IMAGE MĚSTA</b>
<b>O5.1 Společný marketing města a DPmÚL na podporu MHD (kampaně)</b>
A5.1.1 Začlenit do procesu tvorby PUMM zástupce DPmÚL
<b>O5.2 Nastavení pravidelného kontaktu s veřejností (odpovídá O2.2, O2.3 a O2.4)</b>
<b>O5.3 Propagace udržitelné dopravy (shodné s O1.1)</b>

## 6 Komunikační aktivity

Jak vyplývá z uvedených informací, potřebu komunikačních aktivit a kampaní vyvolávají **4 základní iniciátory**:

### I) akce na podporu participace veřejnosti

Jedná se o všechny akce za účelem zapojení veřejnosti (např. tematický workshop, veřejné projednání části PUMM, diskuzní fórum). Jejich jednotlivé aktivity a rozsah bude řešen vždy individuálně podle charakteru akce.

### II) akce na podporu participace odborné veřejnosti a zástupců stakeholderů

Jedná se o akce s účastí zástupců zainteresovaných veřejných a soukromých subjektů, které mají formu tematicky zaměřených schůzek odborné pracovní skupiny nebo širšího okruhu osob (např. workshop, jednání odborné pracovní skupiny, seminář, kulatý stůl).

**Komunikace s těmito cílovými skupinami probíhá prostřednictvím přímé emailové komunikace.**

### III) výstupy PUMM

Všechny dílčí a finální výstupy PUMM Ústí nad Labem by měly být zveřejněny a následně komunikovány s veřejností.

### IV) průzkumy

Komunikován by měl být každý průzkum (např. měření intenzit dopravy, průzkum parkování, sociologické šetření v domácnostech) uskutečněný v souvislosti s PUMM Ústí nad Labem.

**Následující tabulka uvádí komunikační aktivity, které by měly být realizovány – barevně odlišené podle vazby na jednotlivé iniciátory.**

*Tabulka 3 Přehled komunikačních aktivit*

Komunikační nástroj	Komunikační aktivita	Formát aktivity	Termín
Web projektu	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)	článek	2 t. před akcí
	reference k celkové možnosti participace a k proběhlým akcím (A2.3.2)	součást čl. k A3.1.1	2 t. před akcí
	reference k celkové možnosti participace a k proběhlým akcím (A2.3.2)	součást čl. k A3.1.1	2 t. před akcí
	zdůvodnění akce, konkrétní obsah (A2.3.4)	součást čl. k A3.1.1	2 t. před akcí
	informační report z akce (workshop, kulatý stůl) (A2.4.3)	aktualita	do 3 dnů po akci
	sběr podnětů pro veřejné projednání, oficiální + finální (včetně vypořádání podnětů) report z veřejného projednání (A2.4.4)	aktualita s výzvou pro sběr podnětů	do 3 dnů po projednání
		finální report	1-2 t. po akci
	poskytnout výstupy konečné a předběžné a informovat o nich (A4.1.1)	aktualita; publikace výstupu v sekci	do 3 dnů po dokončení; po spuštění webu poskytnout všechny dosavadní výstupy

Komunikační nástroj	Komunikační aktivita	Formát aktivity	Termín
		dokumenty ke stažení	
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)	aktualita	1 měsíc před zahájením
	výzva k účasti na průzkumu (A3.2.1)	součást čl. k A3.1.1	1 měsíc před zahájením
Web města	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)	aktualita	2 t. před akcí
	informační report z akce (workshop, kulatý stůl) (A2.4.3)	aktualita	do 3 dnů po akci
	sběr podnětů pro veřejné projednání, oficiální + finální (včetně vypořádání podnětů) report z veřejného projednání (A2.4.4)	aktualita s výzvou pro sběr podnětů	do 3 dnů po projednání
		finální report	1-2 t. po akci
	webová microsite projektu	průběžná aktualizace termínů a obsahů	min. 2 týdny před aktivitou s veřejností
	poskytnout výstupy konečné a předběžné a informovat o nich (A4.1.1)	aktualita z webu projektu	do 3 dnů po dokončení výstupu
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)	aktualita	1 měsíc před zahájením
výzva k účasti na průzkumu (A3.2.1)	součást čl. k A3.1.1	1 měsíc před zahájením	
Facebook projektu	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)	příspěvek	2 týdny před akcí + 2 dny před akcí
	BUĎ informační report z akce (A2.4.3)	příspěvek	do 3 dnů po akci
	ANEBO sběr podnětů pro veřejné projednání, oficiální + finální (včetně vypořádání podnětů) report z veřejného projednání (A2.4.4)	příspěvek s výzvou pro sběr podnětů	do 3 dnů po projednání
		finální report	1-2 t. po akci
	poskytnout výstupy konečné a předběžné a informovat o nich (A4.1.1)	sdílení aktuality z webu projektu	do 3 dnů po dokončení výstupu
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)	příspěvek	1 měsíc před zahájením průzkumu + 1 t. + 2 dny + průběžně po dobu konání
	výzva k účasti na průzkumu (A3.2.1)	příspěvek	1 měsíc před zahájením průzkumu + 1 t. + 2 dny + průběžně po dobu konání
Facebook města	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)	sdílení příspěvku z FB projektu	

Komunikační nástroj	Komunikační aktivita	Formát aktivity	Termín
	poskytnout výstupy konečné a předběžné a informovat o nich (A4.1.1)	sdílení z FB projektu	do 3 dnů po dokončení výstupu
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)	sdílení příspěvku z FB projektu	
	výzva k účasti na průzkumu (A3.2.1)	sdílení příspěvku z FB projektu	
Články v tisku	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)	měsíční periodika	nejbližší vydání před akcí
		deníky - tisková zpráva	1-2 dny před akcí
	sběr podnětů pro veřejné projednání, oficiální + finální (včetně vypořádání podnětů) report z veřejného projednání (A2.4.4)	reportáž v případě účasti novinářů	
	reference k celkové možnosti participace a k proběhlým akcím (A2.3.2)	součást článku / reportáže v případě účasti novinářů	
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)	tisková zpráva	1 měsíc před zahájením + v průběhu průzkumu
	výzva k účasti na průzkumu (A3.2.1)	tisková zpráva	1 měsíc před zahájením + v průběhu průzkumu
Newsletter	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)		nejbližší NL před akcí
	zaujmout obsahem PUMM a formou sdělení výstupů PUMM (A2.3.3)		nejbližší NL před akcí
	zdůvodnění akce (A2.3.4)		nejbližší NL před akcí
	poskytnout výstupy konečné a předběžné a informovat o nich (A4.1.1)	sekce v <u>NL</u>	nejbližší NL po vydání výstupu
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)		nejbližší NL před akcí
Výstupy v médiích	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)		
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)		zahájení měsíc před akcí včetně průběhu průzkumu dle možností média

Komunikační nástroj	Komunikační aktivita	Formát aktivity	Termín
	výzva k účasti na průzkumu (A3.2.1)		zahájení měsíc před akcí včetně průběhu průzkumu dle možností média
<b>Brožury/ letáčky</b>	informovat o realizaci PUMM – výstupy, grafy s popisem a komentářem		
	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)		
	reference k celkové možnosti participace a k proběhlým akcím (A2.3.2)		
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)		distribuce měsíc před zahájením
	výzva k účasti na průzkumu (A3.2.1)		distribuce měsíc před zahájením
<b>Plakáty/ CLV a bannery</b>	výzva k zapojení veřejnosti		
	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)		2 t. před akcí
	co je PUMM a kde se o něm dozvíte více		
	odkaz na microsite projektu, komunikační kanály (web udržitelné mobility, FB profil projektu)		
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)		2 t. před akcí
	výzva k účasti na průzkumu (A3.2.1)		2 t. před akcí
<b>Participační plakáty</b>	sběr podnětů před akcí (A2.4.1)	instalace (box, plátno, plakát)	2 t. před akcí + představení na akcích
<b>Úřední deska</b>	informovat o konkrétních akcích (A2.3.1)		nejbližší termín aktualizace vývěsky
	cílená informace o konkrétním průzkumu (A3.1.1)		nejbližší termín aktualizace vývěsky
	nejbližší termín aktualizace obsahu vývěsky		nejbližší termín aktualizace vývěsky
<b>Dopis primátorky</b>	výzva k účasti na průzkumu (A3.2.1)		do 1 měsíce před zahájením

## 6.1 Zodpovědnost za průběh komunikačních aktivit

Odpovědnost institucí za průběh a realizaci komunikačních aktivit je určena následovně:

Tabulka 4 Přehled odpovědností za komunikační aktivity

Komunikační kanál	TEXT/OBSAH >>>	GRAFIKA >>>	KONTROLA >>>	REALIZACE >>>
Web města	ÚnL	ÚnL	ÚnL	ÚnL
Facebook města	ÚnL	ÚnL	ÚnL	ÚnL
Články v tisku/médiích	CDV/ÚnL	ÚnL	CDV > ÚnL	ÚnL
Výstupy v médiích	CDV, ÚnL	ÚnL	ÚnL	ÚnL
Brožury/letáčky	CDV/ÚnL	ÚnL	CDV > ÚnL	ÚnL
Plakáty/CLV/bannery	CDV/ÚnL	ÚnL	ÚnL	ÚnL
Propagační materiály	ÚnL	ÚnL	ÚnL	ÚnL
Participační plakáty	CDV	ÚnL	ÚnL	ÚnL
Úřední deska	ÚnL	ÚnL	ÚnL	ÚnL
Kontaktní místo	ÚnL	ÚnL	CDV > ÚnL	ÚnL
Dopis primátora	ÚnL	ÚnL	ÚnL	ÚnL
Akce pro veřejnost	CDV, ÚnL	ÚnL	ÚnL	CDV+ÚnL
Akce pro stakeholdery	CDV, ÚnL	ÚnL	ÚnL	CDV+ÚnL
Brand (logo, slogan)	ÚnL	ÚnL	ÚnL	ÚnL

Vysvětlivky: > ... určuje pořadí, ve kterém kontrola probíhá; / ... nebo; + ... společně s.

CDV, v. v. i. v roli zpracovatele PUMM je zodpovědné za vytváření textového obsahu ve spolupráci s Ústí nad Labem (ÚnL) a grafického obsahu pouze ve stanovených případech, nebo pokud jsou součástí analytických výstupů (grafy, mapy, schémata).

Statutární město Ústí nad Labem v roli leadera projektu, pořizovatele PUMM a realizátora většiny komunikačních aktivit je zodpovědné za vytváření grafického obsahu a textového obsahu v případech, kdy není obsah vytvářen CDV.

## 6.2 Způsob zpracování a vypořádání získaných podnětů

**Podněty pro analytickou fázi:**

Jedná se o:

- podněty k problémům v dopravě získané na akci s veřejností. Tyto podněty budou ohodnoceny účastníky akce a rozděleny dle témat.
- podněty k problémům v dopravě sesbírané prostřednictvím webového formuláře a formuláře na akcích města a v kontaktním místě. Podněty budou následně rozděleny podle způsobu získání (web, akce, kontaktní místo).
- připomínky veřejného projednání (bude vytvořen zápis s připomínkami) a sesbírané podněty k ověření zjištění ze závěrů projednání analytické fáze PUMM Ústí nad Labem. Dále budou sesbírány a předány také připomínky a podněty z webu projektu a z emailu kontaktní osoby.

Prostřednictvím sběru podnětů s komentáři a s preferencemi k hodnotám budou prioritizovány hodnoty pro přípravu vize.

### **Podněty pro návrhovou fázi:**

Jedná se o:

- podněty k návrhům opatření v dopravě získané na akci s veřejností. Tyto podněty budou ohodnocené účastníky akce a rozděleny dle témat.
- podněty k návrhům opatření v dopravě sesbírané prostřednictvím webového formuláře a formuláře na akcích města a v kontaktním místě. Podněty budou následně rozdělené podle způsobu získání (web, akce, kontaktní místo).
- připomínky z veřejného projednání (bude vytvořen zápis s připomínkami) a sesbírané podněty k ověření naplnění vize, cílů a doplnění opatření návrhové fáze PUMM Ústí nad Labem. Dále budou sesbírány a předány také připomínky a podněty z webu projektu a z emailu kontaktní osoby.

Prostřednictvím sběru podnětů v návrhové fázi pro navržená opatření a doplnění opatření lze sestavit kompletní obsah scénářů udržitelné mobility města Ústí nad Labem.

### Výstupy PUMM Ústí nad Labem

Typy výstupů (úroveň diseminace):

- Veřejné (budou dostupné ke stažení na webu města a webu projektu)
- Interní pro ŘS (interní, pro účely RS a ŘS)
- Interní pro RS (interní, pro účely RS)

## **6.3 Participační aktivity a kampaně**

### Participační aktivity a kampaně analytické fáze

#### **Komunikace a participace cílových skupin:**

Požadavky na zapojení cílových skupin:

- odborná veřejnost – představení PUMM, realizace PUMM, představení plánu aktivit, výstupy PUMM, veřejné projednání analytické části
- veřejnost – žáci a studenti, mládež: představení PUMM, komunikační kanály, možnosti zapojení se, představení plánu aktivit, identifikace problémů v dopravě
- veřejnost – obyvatelé města v produktivním věku 18-64 let: představení PUMM, komunikační kanály, možnosti zapojení se, představení plánu aktivit, identifikace problémů v dopravě, veřejné projednání analytické části, vizionářské fórum
- veřejnost - senioři: představení PUMM, komunikační kanály, možnosti zapojení se, plán aktivit, identifikace problémů v dopravě, veřejné projednání analytické části, vizionářské fórum
- veřejnost - osoby se specifickými potřebami v rámci mobility: představení PUMM, komunikační kanály, možnosti zapojení se, plán aktivit, identifikace problémů v dopravě, veřejné projednání analytické části, vizionářské fórum
- veřejnost - dojíždějící do škol, za prací a službami s bydlištěm mimo území města v rámci vymezeného území: představení PUMM, komunikační kanály, plán aktivit, identifikace problémů v dopravě, veřejné projednání analytické části

- veřejnost - turisté, návštěvníci města a akcí: představení PUMM, komunikační kanály, identifikace problémů v dopravě z pohledu návštěvníka města
- podnikatelé, zaměstnavatelé: představení PUMM, plán aktivit, identifikace problémů v dopravě a závěry z analytické části ve SWOT, shrnutí pro vizi udržitelné mobility
- nevládní organizace, poskytovatelé služeb mobility a uživatelé MHD: představení PUMM, komunikační kanály, možnosti zapojení se, plán aktivit, identifikace problémů v dopravě, veřejné projednání analytické části, vizionářské fórum

Hlavní participační aktivity s veřejností:

- Představení PUMM ÚnL, vysvětlení pojmu a významu PUMM, procesu zpracování PUMM, identifikace subjektivně vnímaných problémů v dopravě Ústí nad Labem formou tematických kulatých stolů, prezentace dopravních projektů na území města
- Veřejné projednání analytické části PUMM ÚnL, shrnutí ve SWOT analýze, prezentace výstupů a komentovaná prohlídka výstupů, předání cen vítězům výtvarné soutěže a vernisáž, hlasování pro hodnoty Ústí nad Labem, prioritizace témat pro kulaté stoly v návrhové části

Další participační aktivity využívající akce města Ústí nad Labem:

- formulář pro podněty vytvořený v rámci Pocity mapy
- Evropský týden mobility

**Kampaně zaměřené na cílové skupiny:**

- Komunikace zahájení a přípravy PUMM, vysvětlení pojmu „Plán udržitelné městské mobility Ústí nad Labem“ (září 2018)
- Propagace realizace PUMM ÚnL, šíření povědomí, termíny akcí pro veřejnost, formy a možnosti zapojení se, propagace webu k udržitelné mobilitě a FB profilu, informace k zapojení se do webového dotazníku, získání podnětů k problémům v dopravě, vybídnout k zamyšlení se nad hodnotami (září - prosinec 2018)
- Propagace realizace PUMM ÚnL, představení dostupných výstupů analytické části včetně kampaně, šíření povědomí, formy a možnosti zapojení se, propagace webu k udržitelné mobilitě a FB profilu (leden 2019)
- Pozvání a pozvánky na akce spojené s PUMM ÚnL (Fórum podnikatelů, veřejné projednání analytické části a vizionářský workshop, kampaň spojená se závěry SWOT analýzy PUMM – březen 2019)

## Participační aktivity a kampaně návrhové fáze

**Komunikace a participace cílových skupin:**

Požadavky na zapojení cílových skupin:

- odborná veřejnost - výstupy PUMM, veřejné projednání návrhové části, vizionářské fórum, představení vize a cílů, opatření k naplnění vize, opatření ve scénářích
- veřejnost – žáci a studenti, mládež: výtvarná soutěž a videosoutěž k tvorbě vize mobility města, vernisáž zhotovených výstupů k vizi mobility města, nápady pro opatření k naplnění vize městské mobility
- veřejnost – obyvatelé města v produktivním věku 18-64 let: vizionářské fórum, představení vize a cílů, nápady pro opatření k naplnění vize městské mobility, doplnění navržených opatření, ověření naplnění vize v návrhové části, veřejné projednání návrhové části
- veřejnost - senioři: vizionářské fórum, nápady pro opatření k naplnění vize městské mobility, představení vize a cílů, doplnění navržených opatření, ověření naplnění vize v návrhové části, veřejné projednání návrhové části



- veřejnost – osoby se specifickými potřebami v rámci mobility: vizionářské fórum, nápady pro opatření k naplnění vize městské mobility, představení vize a cílů, doplnění navržených opatření, ověření naplnění vize v návrhové části, veřejné projednání návrhové části
- veřejnost – dojíždějící do škol, za prací a službami s bydlištěm mimo území města v rámci vymezeného území: vizionářské fórum, nápady pro opatření k naplnění vize městské mobility, doplnění navržených opatření
- veřejnost – turisté, návštěvníci města a akcí: vizionářské fórum, nápady pro opatření k naplnění vize městské mobility, doplnění navržených opatření
- podnikatelé, zaměstnavatelé: představení vize a cílů, opatření, nápady pro opatření k naplnění vize městské mobility, doplnění navržených opatření
- nevládní organizace, poskytovatelé služeb mobility a uživatelé MHD: vizionářské fórum, představení vize a cílů, nápady pro opatření k naplnění vize městské mobility, doplnění navržených opatření, ověření naplnění vize v návrhové části, veřejné projednání návrhové části

Hlavní participační aktivity s veřejností:

- Vizionářské fórum – diskuze a sestavení hodnot Ústí nad Labem, sběr komentářů a preferencí, benchmark, workshop se stanovíšti: vyjádření představ pomocí obrázků a fotografií s inspirativními náměty, vyslovení přání pro Ústí nad Labem, zaznamenávání do mapy pro oblasti zlepšení a řešení
- Představení společné vize a cílů, sběr nápadů pro opatření návrhové části
- Tematický stánek k PUMM v rámci Evropského týdne mobility k opatřením v návrhové části, komentovaná vycházka městem k navrhovaným návrhovým opatřením
- Veřejné projednání návrhové části, představení scénářů

Další participační aktivity využívající akce města Ústí nad Labem:

- formulář pro podněty v rámci Pocitové mapy pro sběr návrhů a podnětů

**Kampaně zaměřené na cílové skupiny:**

- Propagace realizace PUMM ÚnL, šíření povědomí, termíny akcí pro veřejnost, formy a možnosti zapojení se, propagace webu k udržitelné mobilitě a FB profilu, informace k zapojení se do webového dotazníku (leden - červen 2019)
- Hodnoty pro vizi, vizionářské fórum (březen 2019)
- Kampaň k pozitivnímu přijetí opatření podložené analytickou částí (květen 2019)

Harmonogram pro participační aktivity a kampaně pro analytickou fázi PUMM ÚnL

Harmonogram je členěn na akce s veřejností **s nejvyšší prioritou (hlavní)**, na akce **se specifickými cílovými skupinami (specifické)**, a na **výstupy PUMM**.

- hlavní
- specifické
- výstupy PUMM

Tabulka 5 Přehled participačních aktivit a kampaní

<p>Kampaň-zaměření: pozvánka na akci + výzva k zapojení se (sdělit podnět-problémy v dopravě), sdělit co je PUMM, význam pořízení a proč jej město realizuje</p> <p>Komunikační kanály: plakáty, web města a web projektu, FB profil města, FB profil PUMM, Městské noviny, články v tisku (městské a komerční periodika), média</p> <p>Frekvence komunikace: zajištění 2 týdny před akcí (nejbližší vydání), FB aktualizace + tisková zpráva 2 dny před akcí</p>					
Význam akce pro PUMM	Název akce + termín	Cílová skupina	Obsah akce	Formát akce	Výstup
Hlavní + specifické	Identifikace subjektivních problémů, záměrů a směřování, veřejné projednání analytické části PUMM  30.1.2019	Veřejnost	Prezentace a představení PUMM, kulaté tematické stoly ke kladům a záporům v dopravě, bodové hodnocení problémů  Prezentace Analytické části	Kulaté stoly rozřazené dle tematických oblastí dopravy  Veřejné projednání  prezentace s diskuzí  workshop se stanovišti	Podněty k problémům v dopravě ohodnocené účastníky, tematicky rozdělené  Připomínky a podněty k výstupům a závěrům analytické části
<p>Report z akce: finální report 1-2 týdny po konání akce – web města, informační report na FB projektu do 3 dnů po akci FB profil města: sdílení příspěvku z FB profilu projektu ve stejných termínech</p>					

Význam akce pro PUMM	Název akce + termín	Cílová skupina	Obsah akce	Formát akce	Výstup
Výstup PUMM	P1.3.2. Průzkum dopravního chování obyvatel - zpráva o dopravním chování, P1.4 Analýza obyvatelstva a demografická prognóza, P6.1.1 Studie proveditelnosti rozvoje elektromobility - analýza současného stavu, P1.5 Analýza území a prognóza rozvoje území (PÚZR), P5.1 PUMM: strategický kontext				
Výstup PUMM	P2.1 Dopravní model - současný stav a výhled BAU				
Výstup PUMM	P2.2 Výpočet emisí z dopravy - současný stav a výhled BAU				
Výstup PUMM	P2.3 Rozptylová studie - současný stav a výhled BAU				
Výstup PUMM	P5.3 PUMM: analýza dopravního systému				
<p>Komunikace k výstupům: web projektu: aktualita do 3 dnů po dokončení a schválení výstupu + publikace výstupu v sekci dokumenty ke stažení web města: aktualita z webu projektu do 3 dnů po dokončení a schválení výstupu newsletter: finální výstupy s informacemi v nejbližším vydání po dokončení a schválení výstupu FB profil projektu: aktualita a sdílení z webu projektu do 3 dnů po dokončení a schválení výstupu FB profil města: sdílet z FB profilu města (stejný termín) letáčky/brožury: výstupy a grafy s popisem a komentářem, informace o nadcházejících akcích, referovat proběhlé akce a komunikační kanály (FB a web projektu, Newsletter)</p>					

Kampaň-zaměření: pozvánka na akci + výzva k zapojení se, hodnoty k vizi města s přáním veřejnosti,  
 aktivizační kampaň k zapojení se do plánování společné budoucnosti města a sdílení hodnot – jak je společně naplníme, máte nápad? Zapojte se.  
 Komunikační kanály: plakáty, web města, web projektu, FB profil města, FB profil PUMM, Městské noviny, články v tisku, vstupy do médií, CL vitríny  
 Frekvence komunikace: zajištění 2 týdny před akcí (nejbližší vydání), FB aktualizace + tisková zpráva  
 2 dny před akcí, obrazovky v Infocentru, reklama v MHD, dopis primátorky stakeholderům a organizované veřejnosti, pozvánky na vývěskách města

Význam akce pro PUMM	Název akce + termín	Cílová skupina	Obsah akce	Formát akce	Výstup
Hlavní	Vizionářské fórum  duben 2019	Veřejnost  Odborná veřejnost	Sestavení hodnot pro vytvoření společné vize a cílů	Veřejné projednání – prezentace s diskuzí  soutěžní workshop	Hodnoty pro vizi a cíle

Report z akce:  
 FB profil města: sdílení příspěvku z FB profilu projektu ve stejných termínech  
 newsletter: shrnutí proběhlé akce v nejbližším vydání  
 webové stránky města: aktualita s výzvou k zaslání připomínek do 3 dnů po konání akce/finální report 1-2 týdny po akci s vypořádáním podnětů

Kampaň-zaměření: výzva k zapojení se s pozváním na workshop: možnost něco ovlivnit a změnit: společně tvoříme a navrhněte řešení pro danou oblast shodnou se společnou vizí  
 Komunikační kanály: web města, web projektu, FB profil města, FB profil PUMM, Městské noviny, články v tisku, vstupy do médií, online kampaň, Newsletter,  
 Frekvence komunikace: zajištění 2 týdny před akcí (nejbližší vydání), FB aktualizace + tisková zpráva 2 dny před akcí, obrazovky v Infocentru, reklama v MHD  
 stakeholderům a organizované veřejnosti, pozvánky na vývěskách města

Význam akce pro PUMM	Název akce + termín	Cílová skupina	Obsah akce	Formát akce	Výstup
Hlavní	Vize a opatření pro PUMM ústí nad Labem  září 2019	Veřejnost	Představení vize a cílů, jejich doplnění veřejností, představení navrhovaných opatření a možnost doplnění opatření ze strany veřejnosti	Stánek PUMM v rámci Evropského týdne mobility  Komentovaná vycházka k navrhovaným opatřením	Podněty k doplnění opatření  Podněty k naplnění vize k zapracování

Report z akce:  
 FB profil města: sdílení příspěvku z FB profilu projektu ve stejných termínech  
 Webové stránky projektu na webu města: aktualita s výzvou k zaslání připomínek do 3 dnů po konání akce/finální report 1-2 týdny po akci s vypořádáním podnětů

<p>Kampaň-zaměření: pozitivní obraz města, přijetí změn a opatření pro vybraný scénář, který naplní společně utvořenou vizi, podloženou o analytické podklady PUMM – negativní ráz</p> <p>Komunikační kanály: plakáty, web města, web projektu, FB profil města, FB profil PUMM, Městské noviny, články v tisku, vstupy do médií, CL vitríny</p> <p>Frekvence komunikace: zajištění 2 týdny před akcí (nejbližší vydání), FB aktualizace + tisková zpráva 2 dny před akcí, obrazovky v Infocentru, reklama v MHD, dopis primátorky stakeholderům a organizované veřejnosti, pozvánky na vývěskách města</p>					
Význam akce pro PUMM	Název akce + termín	Cílová skupina	Obsah akce	Formát akce	Výstup
Hlavní	Veřejné projednání návrhové části  září 2020	Veřejnost	Veřejné projednání – představení opatření ve scénářích  Diskuze nad přínosy a nedostatky návrhových scénářů	Veřejné projednání  prezentace s diskuzí	Připomínky a podněty k prezentovaným scénářům
<p>Report z akce:            FB profil města: sdílení příspěvku z FB profilu projektu ve stejných termínech            web projektu: aktualita s výzvou k zaslání připomínek do 3 dnů po konání akce/finální report 1-2 týdny po akci s vypořádáním podnětů            webové podstránky projektu na webu města: aktualita s výzvou k zaslání připomínek do 3 dnů po konání akce/finální report 1-2 týdny po akci s vypořádáním podnětů</p>					

## 7 Harmonogram

### A) Harmonogram aktivit v rámci analytické části

Tabulka 6 Harmonogram aktivit v rámci analytické části

Cílová skupina	TERMÍN	AKTIVITA
Řídící skupina	říjen 2018	Ustavující jednání ŘS
Odborná veřejnost	říjen 2018	Jednání pracovních skupin
Výstup PUMM		Organizační struktura řešení PUMM ÚnL, Organizační struktura řešení PUMM ÚnL - CDV, Metodické řešení PUMM ÚnL - analytická fáze, Komunikační a participační strategie
Veřejnost	leden 2019	Identifikace subjektivně vnímaných problémů v dopravě a veřejné projednání Analytické části PUMM
Řídící skupina	leden 2019	Představení výstupů analytické části PUMM a plánu aktivit na rok 2019
Odborná veřejnost	duben 2019	vizionářské fórum, zapojení odborné veřejnosti do tvorby vize, na základě SWOT analýzy formulovány hlavní otázky pro vizi, workshop v návaznosti na konání akce s veřejností
Veřejnost	duben 2019	tvorba vize formou vizionářského fóra: prezentovány výstupy analytické části formou vernisáže, vizionářský workshop na jednotlivých stanovištích

### B) Harmonogram aktivit v rámci návrhové části

Tabulka 7 Harmonogram aktivit v rámci návrhové části

Cílová skupina	TERMÍN	AKTIVITA
Výstup PUMM	květen 2019	vize a cíle PUMM ÚnL,
Řídící skupina	květen 2019	vize a cíle PUMM ÚnL
Veřejnost	květen – srpen 2019	Sběr podnětů do Pocitové mapy k návrhovým opatřením
Veřejnost	září 2019	tvorba opatření, diskuze navrhovaných opatření, komentovaná vycházka k opatřením
Výstup PUMM		návrh opatření ve výhledových scénářích
Odborná veřejnost	září 2019	hodnocení přínosů navrhovaných opatření – I. část
Odborná veřejnost	říjen 2019	hodnocení přínosů navrhovaných opatření – II. část
Odborná veřejnost	leden 2020	Představení návrhových opatření ve scénářích a posouzení dopravním modelem
Řídící skupina	září 2020	Projednání návrhové části
Veřejnost	září 2020	Veřejné projednání návrhové části – opatření ve scénářích
Výstup PUMM		akční plán PUMM ÚnL
Rada města, Zastupitelstvo města		Projednání a schválení hotového PUMM

## 8 Seznam zkratek

CDV – Centrum dopravního výzkumu, v. v. i.

ČTK – Česká tisková kancelář

DPmÚL – Dopravní podnik města Ústí nad Labem

FB – sociální síť Facebook OPS – odborná pracovní skupina

MFD – Mladá fronta DNES

MHD – městská veřejná doprava

PSK – pracovní skupina pro komunikaci

PUMM ÚnL - Plán udržitelné městské mobility Ústí nad Labem

RS – realizační skupina

ŘS – řídicí skupina

ÚnL – Ústí nad Labem

VHD – veřejná hromadná doprava

## 9 Seznam tabulek

Tabulka 1 Subjekty identifikované v rámci skupiny „širší veřejnost“ .....	10
Tabulka 2 Obsah komunikace, aktivity a pravidla navázané na cíle KS .....	16
Tabulka 3 Přehled komunikačních aktivit .....	18
Tabulka 4 Přehled odpovědností za komunikační aktivity .....	22
Tabulka 5 Přehled participačních aktivit a kampaní .....	26
Tabulka 6 Harmonogram aktivit v rámci analytické části .....	29
Tabulka 7 Harmonogram aktivit v rámci návrhové části .....	29