



REPUBLIKA HRVATSKA
PRIMORSKO - GORANSKA ŽUPANIJA



GRAD RIJEKA
Gradonačelnik

KLASA: 023-01/11-03/1
URBROJ: 2170/01-15-00-11-638
Rijeka, 24. svibnja 2011.

**Gradsko vijeće Grada Rijeke
N/p predsjednice Gradskog vijeća,
gospođe Dorotee Pešić Bukovac**

Predmet: Odgovor na pitanje člana Gradskog vijeća Grada Rijeke HRVOJA BURIĆA

Član Gradskog vijeća **HRVOJE BURIĆ**, pisanim putem je, temeljem članka 73. Poslovnika Gradskog vijeća, postavio slijedeća pitanja:

1. Koliki je točan iznos isplaćen tvrtki Manufaktura d.o.o. u 2008. godini kao i točna specifikacija faktura za poslove: Izrada dokumenata pod nazivom Komunikacijska strategija i analiza online prisutnosti u funkciji razvoja korištenja interneta kao osnovnog gradskog kanala?

2. Koliki je točan iznos isplaćen tvrtki Madison Consulting d.o.o. u 2010. godini kao i specifikacija troškova za kreiranje komunikacijske strategije za postupanje u kriznim situacijama, savjetovanje u kriznom komuniciranju, koje je uključivalo priremu medijskih nastupa, izradu potrebnih materijala za novinare, koordinaciju nacionalnih medija, autorizaciju intervjua, te internu edukaciju ?

Na postavljena pitanja daje se sljedeći odgovor.

1. Odgovor na pitanje "koliki je točan iznos isplaćen tvrtki Manufaktura u 2008. godini?" gospodin Burić dobio je u prethodnome odgovoru na vijećničko pitanje dostavljeno 23. ožujka 2011. Također, u istom odgovoru od 23. ožujka 2011. preciznije je navedeno i koliko je plaćen i što je obuhvatio dokument pod nazivom Komunikacijska strategija i analiza online prisutnosti u funkciji razvoja korištenja interneta kao osnovnog gradskog komunikacijskog kanala. Ipak, ponavljamo odgovor na traženo pitanje, uz napomenu da je cjelokupni opširni dokument Komunikacijske strategije koji obuhvaća dvjestotinjak stranica s prezentacijom dostupan na uvid.

Ističemo nadalje da Komunikacijska strategija Grada Rijeke čini osnovni dio marketinške strategije Grada Rijeke, te da se strategijom analiziraju osnovne komunikacijske značajke pojedinih segmenata gradskog kompetitivnog identiteta. Strategija prati koncept 6P Simona Anholt, najvećeg svjetskog autoriteta na području marketinga mjesta. Anholt je pokretač jedina dva relevantna globalna panela i mjerila konkurentnosti svjetskih država i svjetskih gradova - Nation Brand Indexa i City Brand Indexa.

Strategija sadrži sljedeće teme:

1. svijest o imenu/marki Rijeke i komunikacijske implikacije
2. analiza Rijeke kao fizičkog mjesta kao generatora sadržaja komunikacije
3. analiza osnovne životne infrastrukture i njenog značenja za komunikaciju identiteta i konkurentnosti Rijeke
4. analiza stanovništva/mentaliteta kao nositelja komunikacije prema doktrini "javne diplomacije"
5. Analiza pulsa/duha mjesta kao osnova komuniciranja gradskog identiteta
6. Analiza obrazovnih i poslovnih potencijala

Ove analize sugeriraju osnovna mjesta povijesnog identiteta kao elemente turističke promocije, kao i temeljni brief potreban za stvaranje novog vizualnog identiteta. S obzirom da je SWAT analiza, kao i analiza komunikacijskog značaja pojedinih segmenata sugerirala korištenje interneta kao osnovnog komunikacijskog alata, izrađena je detaljna analiza online prisutnosti:

Analiza online prisutnosti Rijeke i preporuke za njeno poboljšanje

- odabrani su benchmarking partneri prema kriteriju tipa i veličine grada
- izrađene su dvije benchmarking analize, posebno za municipalni, a posebno za turistički web site
- izrađen je prikaz sadašnje online prisutnosti
- date su preporuke za poboljšanje online prisutnosti u duhu najbolje prakse

Što se tiče samih faktura za navedeni posao izrade Komunikacijske strategije agenciji Manufaktura ovaj je posao prema ugovoru plaćen 191.000,00 kn + PDV (ukupno s PDV-om 233.020.00 kn) u 6 obroka u tijeku 2008. godine.

Ovaj dokument među ostalim služi i kao podloga za novi vizualni identitet branda grada, novu strukturu web stranica, kompetitivno postavljanje grada kao brenda, a također i za razvoj nove turističke signalizacije, na čemu svemu se već radi u okviru Grada i Turističke zajednice.

U nastavku donosimo specifikaciju izrade Komunikacijske strategije:

- izrada komunikacijske strategije Rijeke, na osnovu Marketinške strategije grada Rijeke
- izrada sustava napomena / temeljitog briefa kao podloga za natječaj za vizualni identitet branda grada
- izrada prijedloga dizajna / strukture buduće glavne web stranice grada-branda
- prijedlog budućeg upravljanja kompetitivnim identitetom/brandom grada
- prijedlog osnovnih mjesta/sadržaja gradskog kulturnog identiteta kao podloga za razvoj nove urbane turističke signalizacije

2. Vezano uz pitanje o uslugama tvrtke Madison consulting d.o.o. – u savjetovanju u kriznom komuniciranju, ističemo da je tijekom 2010. godine navedenoj tvrtki isplaćen ukupni iznos od 35.000,00 + PDV (ukupno 43.050,00 kuna). U nastavku donosimo specifikaciju aktivnosti koja je također članu Gradskoga vijeća dostavljena u odgovoru od 12. travnja 2011.:

- kreiranje strategije za postupanje u kriznim situacijama
- pomoć i savjetovanje u provođenju krizne komunikacije za vrijeme trajanja krize
- priprema medijskih nastupa
- izrada i priprema materijala za novinare i drugih pisanih materijala
- koordinacija nacionalnih medija
- koordinacija i autorizacija intervjua

S poštovanjem,


GRADONAČELNIK
Mr.sc. Vojko Obersnel