



Evropská unie  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR



# Komunikace, participace a marketing strategií a projektů

## Příloha č. 4: Příprava Strategického plánu Statutárního města Ostravy 2017–2023

Výstup v rámci aktivity KA1

Implementace metod a nástrojů pro strategické řízení a plánování

Aktivita 1.1 Metodická podpora pro strategické řízení a plánování

Nástroj č. 5/12: Komunikace, participace a marketing strategií a projektů

Název projektu: Podpora strategického řízení a plánování ve veřejné správě ČR s důrazem na rozšiřování metod, nástrojů, inovací, znalostí a zkušeností v praxi  
Registrační číslo CZ.03.4.74/0.0/0.0/15\_025/0016924

červen 2023

[www.verejne-strategie.cz](http://www.verejne-strategie.cz)



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

Název: Příprava Strategického plánu Statutárního města Ostravy 2017 – 2023, příloha č. 4 nástroje  
Komunikace, participace a marketing strategií a projektů

Autor: Daniel Konczynna

Počet stran: 11



## Obsah

1.	Strategický plán pod značkou FajnOVA	3
2.	Koordinovaný přístup zpracování a komunikace	4
3.	Kudy vede správná cesta	4
4.	20 tisíc lidí zapojených do tvorby plánu	5
5.	Diskuze a fajnOVe pocitové mapy	6
6.	FajnOVA práce s lidmi pro lidi	9
7.	FajnOVA v 7 bodech	10
8.	Ostrava v proměnách času	11



## 1. Strategický plán pod značkou FajnOVA

Přípravu Strategického plánu na léta 2017-2023 pojala Ostrava jako příležitost ke změně image a k zapojení obyvatel do chodu města. Na nastavení vize a cílů strategického plánu se kromě zástupců města, magistrátu, odborníků a osobností podílelo více než 20 tisíc obyvatel. Plánování pod značkou fajnOVA se odehrálo v roce 2016 a pokračuje i nadále průběžným zapojováním lidí do realizace plánu a návazných projektů.

Strategický plán rozvoje Ostravy je ohraničen léty 2017 až 2023 s vizí, která přesahuje horizont roku 2030. Ostrava jako „město pro nové začátky“ chce být blíže světu, lidem i přírodě, být sebevědomým evropským městem nabitým energií aktivních lidí. Ostrava chce lákat mladé, pracovité a talentované lidi, zastavit nebo zvrátit trend odcházení, vyvíjet a využívat inovativní technologie, šetrné k přírodě a prostředí. Tuto vizi mají naplnit tři priority a sedm strategických cílů, z nichž je každý opřený o desítky projektů a aktivit.

Promyšlený strategický rámec se na první pohled nemusí nijak lišit od jiných, **jiná je hlavně cesta, jak k němu město dospělo.** Lemovala ji především **koncepční a kreativní komunikace**, ale také chuť připravit plán při vědomí a se znalostí ověřených metodických postupů, na základě ověřené dobré praxe a inspirace odjinud a odvážných myšlenek a vizí.



## 2. Koordinovaný přístup zpracování a komunikace

Město vyčlenilo dostatečný rozpočet a vlastní kapacity pro plánování a najalo externího zpracovatele a facilitátora procesu společnosti Beepartner a RPIC – ViP. Vznikl 19členný tým pro zpracování plánu za účasti externích zpracovatelů i zaměstnanců magistrátu, který naplánoval jednotlivé kroky tvorby strategického plánu, rozložené do celého roku 2016. **Větší polovina tohoto týmu se věnovala plánování komunikace a participace**, a tedy možnostem informování a zapojování lidí do přípravy plánu tak, aby i všichni lidé mimo ostravský magistrát a s chutí vědět a být u toho, byli informováni a měli možnost se ve správný čas zapojit a přispět. Příležitostí být součástí fajnOVEho plánování se pak v průběhu roku 2016 naskytlo hned několik.

Při přípravě plánu **se tak prolínala věcná rovina zpracování plánu s rovinou komunikační**. Díky provázání týmu zpracovatelů s týmem pro komunikaci a participaci, průběžnému týdennímu plánování a vyhodnocování jednotlivých kroků a aktivit a v podstatě každodennímu setkávání a společné práci se dařilo přenášet věcný obsah do komunikační roviny a s předstihem a včas informovat a chystat opatření na další týdny. **Na plánování a komunikaci průběžně dohlížel primátor města, který se navíc aktivně účastnil důležitých jednání a zaštiťoval komunikaci, kdykoliv bylo potřeba**. Například tak, že již na počátku roku oslovil obyvatele Ostravy s první výzvou k vyplnění dotazníku.

Tento model fungoval během celého roku, což zaručilo požadovanou informovanost v analytické i návrhové fázi zpracování plánu a také dostatek vstupů z vnějška, které mohly být do výstupů průběžně zapracovány.

## 3. Kudy vede správná cesta

Pro vytyčení správného směru a cesty pro celý rok 2016 posloužila zpracovatelům jasná představa výsledku na konci: Ostrava bude mít ambiciózní plán, s nímž se ztotožní klíčoví aktéři včetně zastupitelů, kteří plán schvalují, odborníků a osobností i obyvatel města. Ti všichni aktivně do tvorby plánu.

Pro tyto účely byl ustanoven řídicí výbor, který se v průběhu přípravy plánu sešel čtyřikrát a dohlížel na postup plánování, průběžné výstupy a formoval výsledek. Kromě vedení statutárního města se výboru účastnili také zástupci ostravských obvodů, vybraní zastupitelé, hejtman Moravskoslezského kraje, rektori univerzit nebo největší podnikatelé v kraji. Obsahovou náplň plánu **utvářely a diskutovaly tzv. strategické pracovní skupiny**, zaměřené na klíčové rozvojové oblasti, i tzv. tematické pracovní skupiny, speciálně ustanovené pro diskusi vybraných témat, jako byla například tvorba vize, urbanismus, image nebo spolupráce městských obvodů. **Pracovních skupin, které se během roku sešly dvanáctkrát, se účastnilo téměř 200 lidí** napříč statutárním městem, městskými obvody, příspěvkovými organizacemi a městskými společnostmi, odborníky a podnikateli.



Vybrané ostravské osobnosti byly přizvány k další, ještě užší spolupráci, a podstoupily strukturované rozhovory, v nichž se vyjádřili ke stěžejním rozvojovým tématům. Zvláště byli pro účely tvorby plánu osloveni zastupitelé a vedoucí odborů ostravského magistrátu tak, aby žádné téma nezůstalo opomenuto a aby byl výsledek co nejvíce akceptovatelný. Zpracovatelé věnovaly také speciální pozornost aktivním spolkům a organizacím, například v oblasti kultury, které nejen začlenily do pracovních skupin, ale průběžně přizývali k dialogu.

## 4. 20 tisíc lidí zapojených do tvorby plánu

Zapojit do plánování v 300tisícovém městě 20 tisíc lidí je v českých poměrech nevídané. Ani Ostrava si na počátku roku až tak ambiciózní cíl nedala a spokojila by se i s polovinou – i 10 tisíc lidí aktivně zapojených do plánování, jak zněl komunikační cíl, by plánu samotnému dalo dostatečné osvědčení veřejnosti. Jak se povedlo původní cíl dvojnásobně navýšit?

Průběžné plánování komunikace počítalo už od počátku s **novým brandem pro plánování** a poměrně intenzivní snahou informovat a zapojovat. Úspěch **nové značky fajnova** nebyl na počátku nijak zaručený. Jak se ale ukázalo a ukazuje i nadále, pozitivní „fajnová Ostrava“, spojená krátce „po ostravsku“ do jednoho slova fajnova, se přesně setkala s klimatem a společenskou poptávkou ve městě. Dokonce natolik, že značka přetrvala, město ji pro komunikaci rozvojových aktivit používá doposud a projevují o ni zájem i některé městské obvody. Za výsledkem ale nestojí pouze pro Ostravany atraktivní značka. **Tým pro komunikaci a participaci** po analýze a ve spolupráci se zpracovateli plánu připravil **mix informačních opatření a aktivit, kterými se různým cílovým skupinám dostávaly informace o plánování průběžně, ve správnou dobu a tou nejlepší cestou.** Vymyslel také hned několik způsobů, jak se lidé budou moci vyjádřit, přidat podnět, přispět vlastním



názorem, ideálně tak, aby zvolená cesta měla jistý punc výjimečnosti a byla unikátně ostravsky fajnova.

Už v únoru byly spuštěny stránky [www.fajnova.cz](http://www.fajnova.cz), kde se na jednom místě setkávaly všechny důležité i aktuální informace o plánování, fázích přípravy a možnostech zapojení. Na výchozí bod komunikace navázala **online podpora v podobě stránky fajnova na facebooku a instgramu, spravovaných v režimu 24/7**. V průběhu roku přibyly také **newslettery informující o posunech v přípravě plánu**, aktuálních možnostech zapojení nebo důležitých a zajímavých souvislostech.

Druhý měsíc plánování se lidem naskytla také první příležitost přispět vlastním názorem. **Město přímou cestou od primátora oslovilo obyvatele města e-mailem s výzvou vyplnění dotazníkového šetření**. To ukázalo, jaká je mezi Ostravany poptávka po informacích a jakou mají chuť se na plánování podílet. Sesbíraných 6 800 vyplněných dotazníků podhalilo velký zájem a současně dalo dostatečný soubor aktuálních vstupních dat pro analytickou část plánu.

## 5. Diskuze a fajnOVE pocitové mapy

Koncem zimy, na jaře a v létě se také rozběhl koloběh akcí, kdy mohli lidé svůj zájem také potvrdit také fyzicky – diskutovat a přispět vlastním podnětem a názorem.

FajnOVE dala tvář jednoduchá **forma nástěnných pocitových map**, u nichž asistují členové zpracovatelského týmu a zástupce vedení města a vybízejí k zaznačení míst, kde se lidé cítí nejlépe a naopak, kde by se mělo město rozvíjet a kam by vzali návštěvníky odjinud. Kromě pocitů vyjádřených barevnými nálepkami lidé přispívali také vlastní představou o tom, jak by měla Ostrava vypadat v roce 2023 a dále. Fajnova mapa kolovala po různých sportovních, kulturních a společenských akcích různě po Ostravě. **Stejný formát se opakoval více než desetkrát na různých místech** a přinesl více než 30 tisíc podnětů a vstupů od 8 tisíc lidí. Fyzickou pocitovou mapu doplnila také její elektronická podoba, kterou vyplnilo dalších 1,2 tisíce lidí.



Souběžně k tomu dostali Ostravané možnost diskutovat o městě přímo s jeho představiteli a odborníky. Opakovaně se uskutečnili speciální diskuze – u fajnova kávy – v neformálním prostředí kaváren přímo s primátorem města. Proběhla také jedna fajnova procházka po městě s hlavním architektem a opět s primátorem města.





Když se tvoří plán s výhledem na dalších pět, deset nebo dvacet let dopředu, dělá se také pro ty, kteří jsou sice dnes ještě ve školních lavicích, ale za několik let budou možná ekonomickými tahouny nebo lídry ve městě. **Pocitovou mapu a diskuzi o současném a budoucím městě si proto vyzkoušeli také žáci 8. a 9. tříd hned 13 základních škol v Ostravě.**

Diskutovat mohli lidé také v online prostředí, na facebookové stránce, kde tým zpracovatelů průběžně doplňoval aktuální obsah, intenzivně rozdmýčával diskuzi a odpovídal na dotazy. **Nárůst z 0 na 3 tisíce aktivních fanoušků fajnOve stránky na facebooku během necelého roku jen doplňuje obraz poptávky lidí po informacích o svém městě, chuti diskutovat a zapojit se.**

Tým pro komunikaci a participaci hledal také další odlehčené formy, jak nenásilně upozornit na fajnOve plánování. **Do ostravských kaváren a informačních center byly dodány fajnOViny – noviny o plánování,** kde dostaly prostor například rozhovory s osobnostmi a odborníky, podněty občanů, vše důležité o procesu a chystaných klíčových projektech. Post-ity s představami lidí o Ostravě vyzdobily dříve nevyužitá výlohy ve městě. **Na chodnících v exponovaných místech v Ostravě přibýly tzv. kissing pointy, nazvané fajnOVA pusa,** aby se na nich mohli lidé nafotit a své fotky sdílet na facebooku. Odlehčením v plánování byla také **soutěž fajnOVA dětem, v níž děti z mateřinek a prvního stupně základních škol samy ztvárnily, jak si své město do budoucna představují.**



## 6. FajnOVa práce s lidmi pro lidi

Různorodý mix nástrojů a aktivit znamenal v součtu přes 20 tisíc lidí, kteří do plánování aktivně přispěli, nebo se k němu vyjádřili. **Dosah komunikace byl ještě násobně vyšší.** Postihl široké spektrum cílových skupin – od interních, mezi které je nutné počítat vedení, zastupitele a zaměstnance města, městských obvodů a městských organizací, přes partnery, osobnosti, odborníky, komunity a spolky, podnikatele až po občany – různého věku, povolání, smýšlení, zájmů.

Ostrava také již od počátku deklarovala, že nastavená vstřícná a otevřená náruč **není jen krátkodobým apelem** pro získání co nejvíce plusových bodů, ale dlouhodobým záměrem. Potvrzuje to koneckonců také jeden ze sedmi strategických cílů nového plánu, který se zaměřuje na podporu komunitního života a zapojování občanů do řízení města. Potvrzují to také aktuální a plánované aktivity a projekty, v nichž město pokračuje nebo které vymýšlí.

Už v průběhu plánování začalo město **sbírat zvenčí i konkrétní projektové náměty, které by priority a cíle nového plánu mohly naplnit (#fajnOVyprojekt).** Každý z obdržených návrhů, kterých se sešlo několik desítek, pečlivě vyhodnotilo a připravuje jejich zařazení do akčního plánu. Aktivita je plně funkční doposud a lidé mohou vymýšlet a dodávat další fajnOVe projekty.

Návazně na plánování dala Ostrava v roce 2017 lidem další možnost, jak ovlivnit změny ve svém okolí. Město připravilo **dotační program na revitalizaci veřejného prostoru (#fajnOVyprostor), v němž v prvním kole podpořilo 11 projektů.** Program se následně ve dvouletých intervalech opakuje.



## 7. FajnOVA v 7 bodech

Úspěch fajnOVeho plánování lze s odstupem vyhodnotit v několika bodech, z nichž jeden bez druhého by možná nevedly ke kýženému výsledku:

- jasná představa zpracovatelů o výsledku a cestě k němu
- dostatečné kapacity, čas a prostředky vyčleněné na plánování
- ostravské klima, poptávka veřejnosti po otevřené a aktivní komunikaci radnice
- unikátní ostravský brand FajnOVA, vyzývající k sounáležitosti s městem
- plánovaný a kreativní přístup ke komunikaci a zapojování cílových skupin
- chuť vedení města být součástí plánování, zaštitit jej a aktivně přispět
- provázanost týmu zpracovatelů a týmu pro komunikaci a participaci

Základem fajnOVeho plánování a úspěchu byli také lidé, kteří se strategickému plánu věnovali denodenně, s chutí, energií a nadšením, které se nejen přenášelo na partnery, spolupracovníky a lidi.



## 8. Ostrava v proměnách času

V historii třetího největšího města Ostravy existuje několik milníků. Objevení ložisek uhlí, výstavba hutí a mohutný stavební rozmach město utvářely posledních více než 200 let. Počet obyvatel se v minulém století znásobil desetkrát na více než 300 tisíc. Od té doby se Ostrava zmenšuje a zase mění – z černého ocelového města na technické, chytré a současně zelené místo pro život, otevřeného svým občanům. Až se za historií města budeme ohlížet za několik dalších let, kromě zavedení nového loga se třemi vykřičníky v roce 2008 se právě příprava fajnOVeho strategického plánu v roce 2016 možná bude počítat mezi nejvýznamnější události počátku milénia.