

MINISTARSTVO MORA, PROMETA I INFRASTRUKTURE I HRVATSKE AUTOCESTE

Reforma cestovnog sektora RH

Komunikacijska podrška u transformaciji sustava

PREGLED PROJEKTA ZA RAZDOBLJE 2018. - 2019.

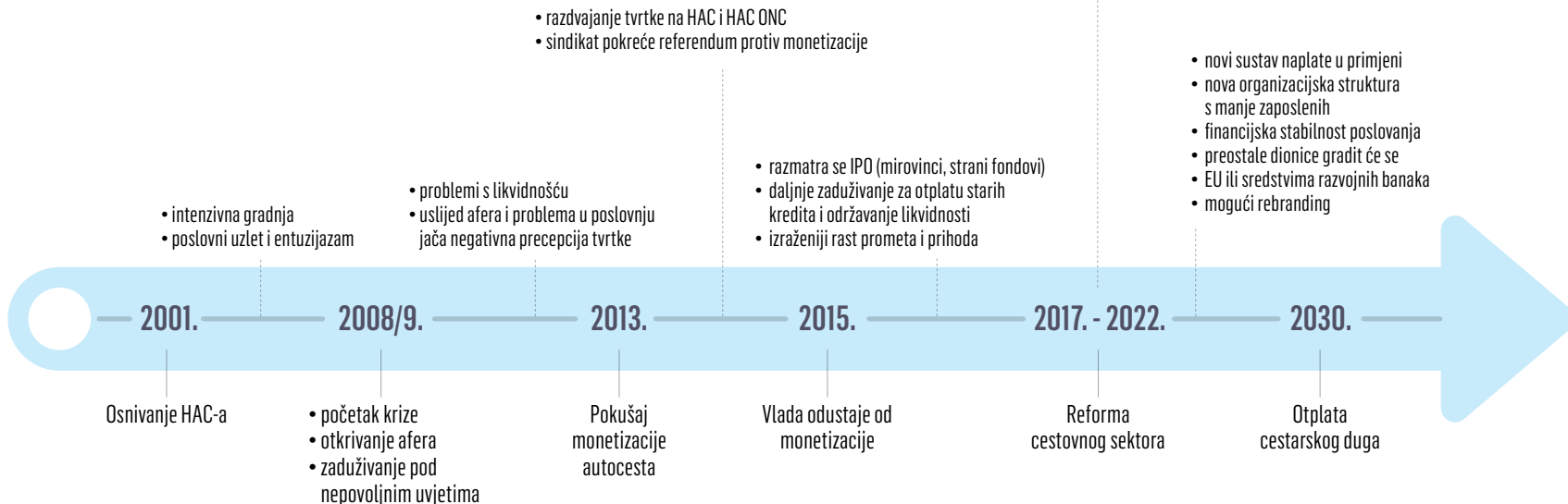


Republika Hrvatska
Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture



Reforma cestovnog sektora 2017. - 2022.

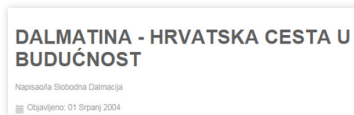
pokrenuta je primarno zbog konsolidacije velikih dugova HAC-a i zadržavanja mreže autocesta u vlasništvu RH.



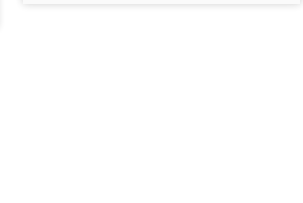
Medijska slika

Premda mrežom od 1300 km autocesta upravljaju 4 tvrtke, HAC je bio i ostao personifikacija svega dobrog i lošeg u cestovnom prometu.

Razdoblje izgradnje i entuzijazma



Afere i borba za opstanak



2017. Vlada RH uz potporu Svjetske banke pokreće Reformu cestovnog sektora

Cilj:

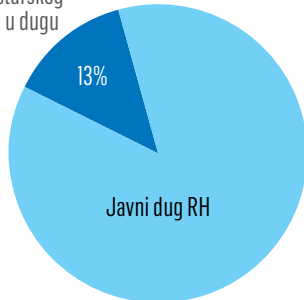
Dug cestovnog sektora financijskim restrukturiranjem učiniti održivim, a kroz operativno restrukturiranje unaprijediti poslovanje Hrvatskih autocesta, Autoceste Rijeka Zagreb i Hrvatskih cesta.

Rezultat:

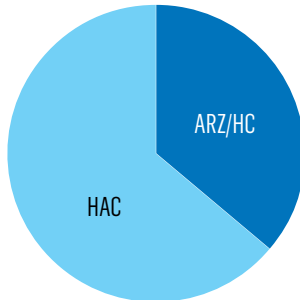
Prvi cilj je ispunjen, financije su stabilizirane, pokrenuto je operativno restrukturiranje

Ukupan dug
cestovnog sektora
5 milijardi eura

Udio cestarskog
sektora u dugu



Udio HAC-a u ukupnoj
zaduženosti sektora
iznosio je **60%**



ALI reforme kao reforme, svi ih tražimo dok se ne radi o nama

Kako komunicirati "teške teme"?

- reformu kao takvu
- sezonsko povećanje cestarine
- smanjenje broja zaposlenih
- reprogram kredita, poslovno restrukturiranje
- definitivno napuštanje modela vinjeta
- uvođenje novog sustava elektronske naplate...

I zadobiti pažnju, povjerenje i poželjno razumijevanje dionika?

- zaposlenici i sindikat
- srednji management
- partneri i dobavljači
- lokalne zajednice
- političari
- kreditori
- korisnici
- mediji i opća javnost



Moguće rješenje i strategija

S obzirom da za građane, vidljivi efekti Reforme dolaze na kraju procesa, aktivnosti usmjeriti na promjenu slike HAC-a u javnosti i kod ključnih dionika.

Redefiniranje uloge komunikacija u organizaciji:

- **Komunikacije kao management funkcija, a ne puki izvršitelj odluka**
- Sustavna komunikacijska podrška svim poslovnim funkcijama tvrtke
- Od reaktivnog prema proaktivnom komuniciranju
- Dijalog umjesto monologa prema ključnim javnostima
- Osnaživanje internih kapaciteta (PR, Marketing, CRM)
- Komunikacija promjena – interna i eksterna komunikacija
- Jačanje marketinških i promotivnih aktivnosti
- Dostupnost i otvorenost

Najčešći komentari na promjene:

Interno:

- To smo oduvijek tako radili
- To nikada nismo radili, zašto mijenjati?
- To nije u procedurama
- **Ništa se neće promijeniti**

Eksterno:

- I dalje plaćamo najskuplju cestarinu
- "Uhljebi"
- **Dok ne vidimo, ne vjerujemo!**

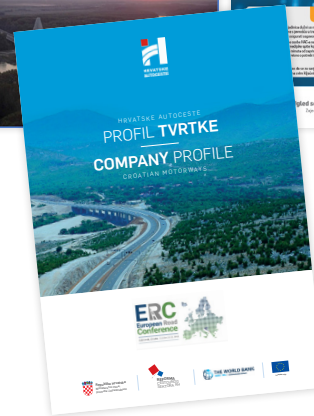
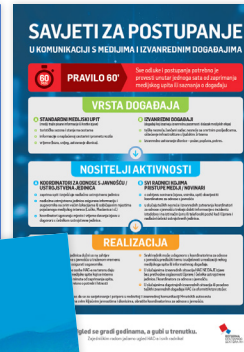
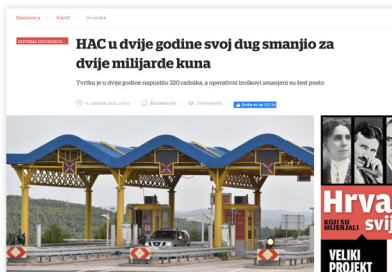
Ključni zazov:

- Smanjiti unutarnje otpore i **nepovjerenje prema promjenama**, osnažiti ulogu komunikacija i poticati otvorenost organizacije u komunikaciji prema ciljnim javnostima
- Smanjenje broja zaposlenih, uštede u poslovanju, smanjenje duga... možda zvuči dobro medijima ali ne "osvaja" građane
- **Ako već ne možemo smanjiti cijenu cestarine, potrudimo se da kvaliteta i doživljaj usluge bude što bolji!**

Alati i taktike

Predstaviti Reformu

putem logotipa, publikacija, intervjuja, priopćenja, stručnih skupova i konferencija...



Upravljanje kriznim situacijama & prevencija

Jer kriza ne prolazi sama od sebe

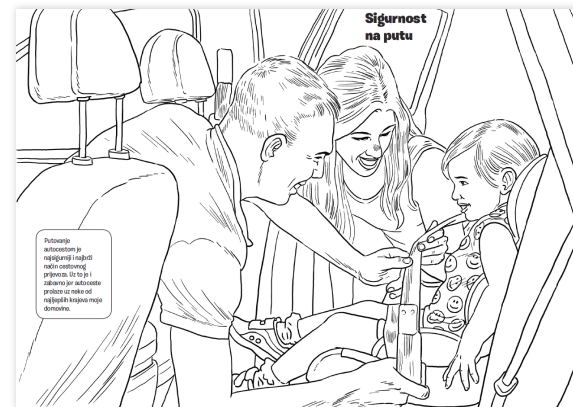
Redovita i proaktivna medijska komunikacija, brifinzi, intervjui, priopćenja...

Povećati planirani publicitet



Image projekti & kampanje

jer autoceste nisu samo kilometri betona & asfalta



Predstavljanje koncepta novog sustava naplate cestarine u RH

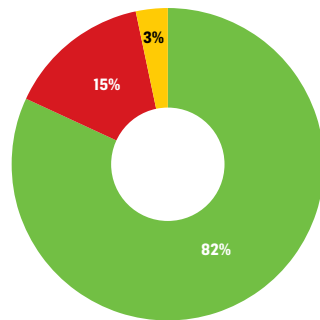
- provođenje ankete o navikama korištenja autocesta (Ipsos N:600)
- priprema informativne brošure i vizuala
- brifiranje ključnih sektorskih novinara i stručnjaka
- održavanje odvojenih prezentacija za medije i stručnu javnost
- follow up aktivnosti



Podrška zamjeni postojećeg modela naplate modelom plaćanja bez kontakta i prolaska naplate bez zaustavljanja



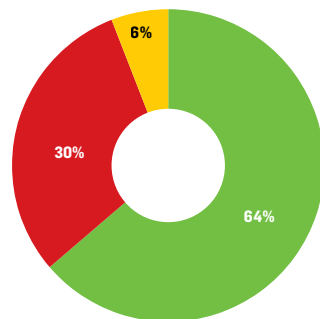
Oko četiri petine vozača podržava stav da se promijeni postojeći model naplate beskontaktnim plaćanjem i prolaskom naplate bez zaustavljanja



Podržavaju li ideju niže cijene cestarina u vrijeme smanjenog prometa i više cijene u vrijeme najvećih gužvi



Oko dvije trećine vozača podržava ideju niže cijene cestarina u vrijeme smanjenog prometa i više cijene za vrijeme najvećih gužvi

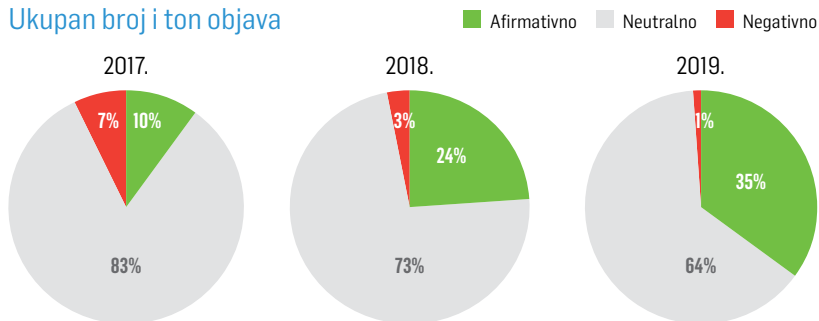


Rezultati

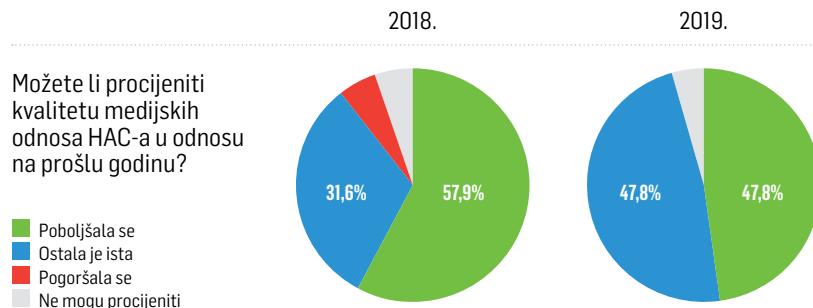
usporedba 2017. – 2019.

- Smanjenje negativno intoniranih članaka
- Rast broja objava i planiranog publiciteta
- Pozitivna medijska i stručna percepcija novog sustava naplate cestarine
- Pokretanje edukativnih i imidž kampanja na temu sigurnosti prometa i doživljaja putovanja
- Unaprijeđenje interne komunikacije i odnosa s korisnicima (info telefon)
- Hrvatska Velika Nagrada Sigurnosti – Kampanja „Hitni koridor spašava život“ najbolja u kategoriji medijska promocija sigurnosti 2019.

Ukupan broj i ton objava



Od 2018. provodi se godišnja anketa stupnja zadovoljstva novinara i medija koji prate rad HAC-a (anonimna anketa Google docs platforma).



Možete li procijeniti kvalitetu medijskih odnosa HAC-a u odnosu na druge javne tvrtke?



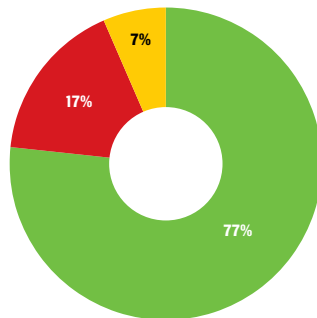
Rezultati ankete agencije Ipsos (CATI, N:600)

Svibanj 2019.

Podrška odluci vlade o državnom upravljanju autocestama, a da se ne daju u monetizaciju

- Ne podržavam
- Podržavam
- Ne znam

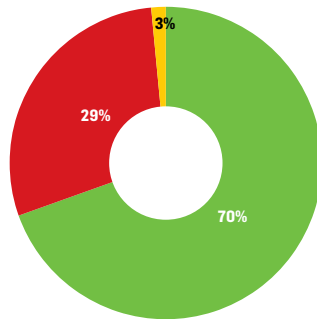
Tri četvrtine vozača podržava odluku Vlade da se autoceste ne daju u monetizaciju, već da se zadrže pod upravljanjem države uz unaprijeđenje poslovanja



Preferirani model obračuna cestarina

- Model naplate ne samo autocesta već i većine državnih cesta po uzoru na zemlje s vinjetama (vremensko ograničenje)
- Model naplate korištenja samo autocesta prema prijedenoj udaljenosti "plati koliko voziš"
- Ne znam

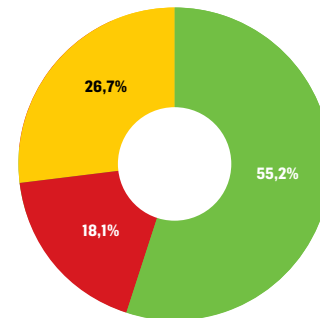
Većina vozača (njih 7 od 10) preferira model „plati koliko voziš” umjesto vinjeta



Siječanj 2020.

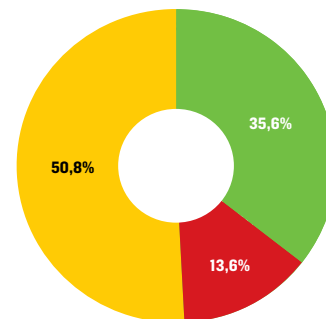
Podržavate li način na koji Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture provode Reformu cestovnog sektora i proces unaprijeđenja poslovanja u cestarskim tvrtkama u vlasništvu RH?

- Ne
- Da
- Ne znam



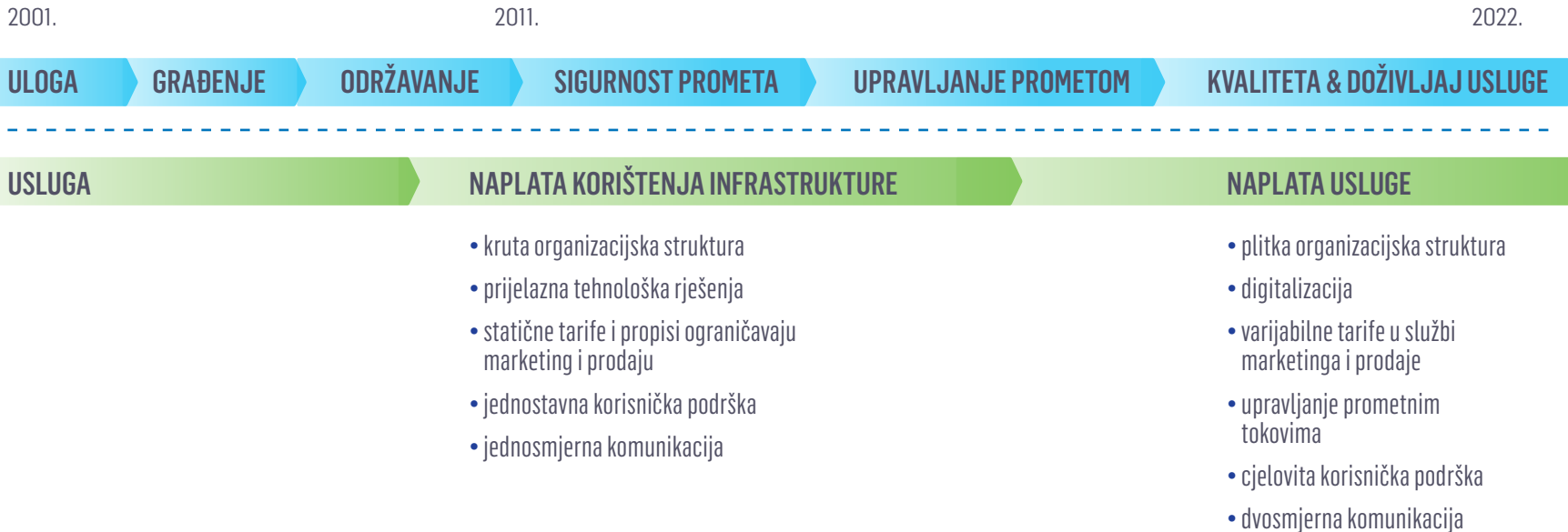
Kako ocjenjujete rad Hrvatskih autocesta u odnosu na razdoblje prije početka modernizacije i Reforme cestovnog sektora, odnosno razdoblje prije dvije godine?

- Negativno, stanje je lošije nego prije
- Pozitivno, vidljiv je napredak
- Ne znam, ne mogu procijeniti



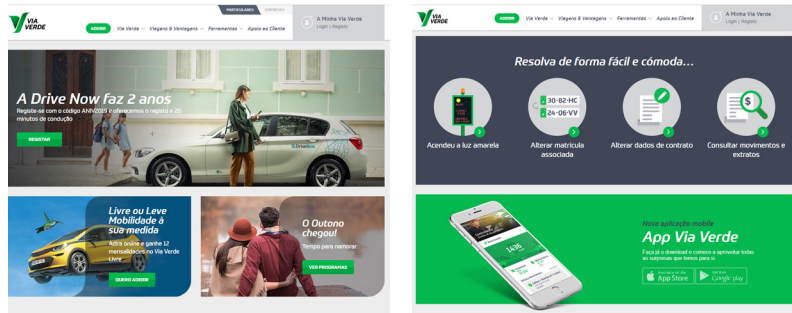
Razvojna perspektiva

od graditelja i upravljača do pružatelja usluga



Komunikacijska perspektiva

- rebranding po uzoru na europske operatore autocesta
- pružanje usluge obrade i naplate cestarine (back office) za druge operatore
- razgranata prodajna mreža
- uključivanje partnera, pružatelja komplementarnih usluga
- opsežna kampanja uz lansiranje novog sustava naplate cestarine
- orijentiranost na korisnika



„Autoceste postoje zbog korisnika, cestarina nije samo naknada za korištenje infrastrukture, već naknada za ukupnu uslugu koju pružamo”



Hvala na pažnji.

NA POLOVICI PROJEKTA ISPUNJENI SU KLJUČNI CILJEVI:

Podrška zaposlenika i socijalnog partnera za promjene

Jačanje uloge OSJ kao menadžment funkcije

Unaprjeđenje medijskih odnosa

Prihvatanje koncepta novog sustava naplate cestarine

Jačanje reputacije Hrvatskih autocesta

U drugoj fazi projekta slijedi implementacija novog sustava naplate cestarine i komunikacija ukupnih dosega Reforme cestovnog sektora