Europska unija
Zajedno do fondova EU

REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo regionalnoga razvoja
i fondova Europske unije

EUROPSKI STRUKTURNI
I INVESTICIJSKI FONDOVI

Operativni program
KONKURENTNOST
I KOHEZIJA



STRATEGIJA RAZVOJA URBANE AGLOMERACIJE SPLIT

ZA RAZDOBLJE DO KRAJA 2027. GODINE

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN - NACRT

URBANA AGLOMERACIJA SPLIT

GRAD SPLIT
Grad Kaštela
Grad Omiš
Grad Sinj
Grad Solin

Grad Trogir
Općina Dicmo
Općina Dugi Rat
Općina Dugopolje
Općina Klis
Općina Lećevica
Općina Muć
Općina Podstrana

URBANEX

IMPRESSUM

STRATEGIJA RAZVOJA
URBANE AGLOMERACIJE SPLIT
ZA RAZDOBLJE DO KRAJA 2027. GODINE

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA I KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

Naručitelj

Grad Split

Izrađivač

Urbanex
Boktuljin put 26, 21 000 Split
Vlaška 95, 10 000 Zagreb

2022.

SADRŽAJ

1. UVOD 4
2. OPĆI I POSEBNI CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE 5
2.1. Opći cilj 5
2.2. Posebni ciljevi 5
3. NAČELA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE 6
4. CILJNE SKUPINE 7
5. MEDIJSKA STRATEGIJA 9
5.1. Komunikacijski kanali 9
5.2. Komunikacijske mjere i aktivnosti 10
6. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN 12

1. UVOD

U cilju postizanja visoke razine zajedničkog razumijevanja između širokog spektra različitih dionika koji će sudjelovati u izradi Strategije razvoja Urbane aglomeracije Split za razdoblje do 2027. godine (dalje u tekstu: SRUAS), potrebno je provoditi sveobuhvatnu i dosljednu komunikaciju. Komunikacija u svim fazama donošenja SRUAS iznimno je bitna kako bi se ključne dionike uključilo u razvojni proces, dalo im na značaju i osigurala podrška za cijelo vrijeme izrade dokumenta.

Uredbom o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (NN 89/18) te Smjernicama za uspostavu urbanih područja i izradu strategija razvoja urbanih područja za financijsko razdoblje 2021.-2027. (2021) propisana je izrada Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana kao provedbenog dokumenta strategije razvoja. Svrha Komunikacijske strategije jest upoznati sve zainteresirane strane s postupkom planiranja javnih politika kako bi sve relevantne informacije o prioritetima i mjerama definiranim u okviru SRUAS bile pravovremeno priopćene krajnjim korisnicima. No, pored priopćavanja strateških odrednica same Strategije razvoja Urbane aglomeracije Split za razdoblje do 2027. godine, Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan pridonijet će i podizanju svijesti u javnosti o značaju UAS u ukupnom nacionalnom i regionalnom razvoju i jačanju nacionalne i regionalne konkurentnosti te o mogućnostima koje se otvaraju u odnosu na postojeće razine uprave i samouprave.

Također, važno je istaknuti kako je za prethodno financijsko razdoblje 2014.-2020., u okviru izrade prethodne verzije Strategije razvoja Urbane aglomeracije Split, također bila izrađena komunikacijska strategija, a koja je predstavljala bazu za nastavak i unaprjeđenje komunikacijskih aktivnosti u novom financijskom razdoblju 2021.-2027.. za potrebe nove Strategije razvoja Urbane aglomeracije Split 2021.-2027. Kroz ovu Komunikacijsku strategiju definirat će se opći i posebni ciljevi, načela komunikacije, ciljne skupine te komunikacijski alati, mjere i aktivnosti koje se odnose na razdoblje trajanja izrade i provedbe nove Strategije za razdoblje 2021.-2027.

Grad Split je temeljem Zakona o regionalnom razvoju (NN 147/14, 123/17, 118/18) određen kao grad nositelj Urbane aglomeracije Split (dalje u tekstu: UAS), uspostavljene 2015. godine. U obuhvat Urbane aglomeracije Split ulaze sljedeće jedinice lokalne samouprave: Grad Split kao središte UAS, gradovi Kaštela, Omiš, Sinj, Solin i Trogir te općine Dicmo, Dugi Rat, Dugopolje, Klis, Lećevica, Muć i Podstrana. Glavnu ulogu u provedbi komunikacijske strategije stoga ima Grad Split, uz podršku svih uključenih JLS.

2. OPĆI I POSEBNI CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

U okviru provedbe te praćenja, mjerenja i ocjene uspješnosti provedbe Komunikacijske strategije i komunikacijskog akcijskog plana utvrđuju se opći i posebni ciljevi predviđenih komunikacijskih aktivnosti.

2.1. Opći cilj

Strategija razvoja Urbane aglomeracije Split za razdoblje do 2027. godine predstavlja akt strateškog planiranja razvojne politike za područje Urbane aglomeracije Split. Shodno tome, opći cilj Komunikacijske strategije sastoji se u aktualiziranju uloge SRUAS u razvoju Urbane aglomeracije Split i pripadajućih jedinica lokalne samouprave, podizanju svijesti javnosti o značaju strateške politike ravnomjernog regionalnog razvoja na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini te u informiranju javnosti i potencijalnih korisnika o mogućnostima financiranja projekata u području urbanog razvoja.

2.2. 2.2. Posebni ciljevi

Temeljem prethodno postavljenog općeg cilja definiraju se posebni ciljevi Komunikacijske strategije u svrhu podizanja transparentnosti cjelokupnog procesa, kako bi se glavne strateške odrednice SRUAS u što je moguće većoj mjeri nedvosmisleno i jasno približile ciljanim skupinama. U provođenju predmetne Komunikacijske strategije uložit će se napori na ostvarenju sljedećih posebnih ciljeva:

Posebni cilj 1:

Osigurati transparentnost postupka izrade, provedbe i evaluacije učinaka provedbe Strategije razvoja Urbane aglomeracije Split za razdoblje do 2027. godine.

Posebni cilj 2:

Podizanje svijesti javnosti o značaju i ulozi SRUAS na razini UAS i uključenih jedinica lokalne samouprave, te poticanje svih dionika na strateško promišljanje, međusobnu komunikaciju i suradnju u dostizanju definiranih ciljeva i mjera.

Posebni cilj 3:

Informiranje javnosti o svim postojećim, nadolazećim i planiranim mogućnostima financiranja projekata, osobito iz fondova EU iz područja urbanog razvoja.

3. NAČELA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

Kako bi komunikacija prema ciljanim skupinama bila na zadovoljavajućoj razini, potrebno je sve procese komuniciranja i informiranja javnosti usmjeravati uz puno poštovanje temeljnih načela:

- točno, potpuno, jasno i pravovremeno informiranje u svim fazama razvojnog procesa;
- prilagođena, jednostavna i nedvosmislena komunikacija;
- uključivost i nediskriminacija u širenju informacija;
- nesmetan protok informacija uz što manje posrednika;
- međusobna usklađenost i komplementarnost aktivnosti;
- stručnost u pristupanju problematici;
- neovisnost, neutralnost i apolitičnost;
- partnerstvo, suradnja i otvoreni dijalog.

Poštovanje navedenih načela preduvjet je učinkovite provedbe Komunikacijske strategije i Strategije razvoja Urbane aglomeracije Split za razdoblje do 2027. godine. Iz tog razloga, potrebno je za cijelo vrijeme trajanja razvojnog procesa aktivno pratiti komunikacijske aktivnosti i kontrolirati sukladnost istih s temeljnim načelima.

4. CILJNE SKUPINE

Ciljne skupine strateških dokumenata ključna su karika razvojnog procesa u kontekstu uspješnosti njegove provedbe. S tim u vezi, Komunikacijskom strategijom nastoji se uključiti široki spektar dionika i doprijeti do svih građana kojima će se odgovarajućim komunikacijskim kanalima i alatima prenositi relevantne informacije. Pritom, potrebno je voditi računa o različitim interesima, karakteristikama i organizacijskim kapacitetima svake od pojedinih ciljnih skupina te, sukladno tome, oblikovati komunicirani sadržaj i pomno odlučiti o odabiru jednog ili više komunikacijskih alata. Prethodno podrazumijeva uvažavanje i primjenu načela uključivosti, nediskriminacije i transparentnosti.

Ovom Komunikacijskom strategijom prepoznaju se i definiraju sljedeće ciljne skupine:

Ciljna skupina 1: (Potencijalni) korisnici sredstava iz nacionalnih ili EU izvora, posebno onih namijenjenih urbanom razvoju i provedbi ITU mehanizma

Unutar predmetne ciljne skupine svrstani su svi potencijalni korisnici nacionalnih i/ili EU sredstava (s naglaskom na ITU mehanizam), postojeći korisnici, projektni partneri i suradnici.

Ciljna skupina 2: Javni sektor

Javni sektor ima ulogu nositelja razvojnih mjera Strategije razvoja te, kao takav, predstavlja posebnu ciljnu skupinu. Značajan dio razvojnog procesa – izrade, provedbe i evaluacije provedbe SRUAS – odgovornost je jedinica lokalne samouprave s područja Urbane aglomeracije Split, dok su mnogi drugi subjekti javnog sektora, poput javnih poduzeća i razvojnih agencija, sudionici ključnih infrastrukturnih projekata.

Ciljna skupina 3: Civilni sektor

Pripadnici civilnog sektora imaju najveći utjecaj na podizanje svijesti i iniciranje djelovanja šire javnosti. Također, njihov input predstavlja vrijedan doprinos u realizaciji izvaninstitucionalnih aktivnosti, posebice u području društvenih djelatnosti.

Ciljna skupina 4: Znanstveni i istraživački sektor

Doprinos znanstvenog i istraživačkog sektora u pitanjima vezanima uz promicanje inovacija, pametnih specijalizacija, pametnih gradova i gospodarstva u cjelini iznimno je važan te je iz tog razloga ovaj sektor prepoznat kao specifična ciljna skupina.

Ciljna skupina 5: Građani/šira javnost

Građani su neposredni beneficijari rezultata provedbe SRUAS te je njihova prisutnost nužna u svim fazama provedbe. Ovdje su uključeni zainteresirani građani čitavog područja Urbane aglomeracije Split (svi stanovnici gradova Split, Kaštela, Omiš, Sinj, Solin i Trogir te općina Dicmo, Dugi Rat, Dugopolje, Klis, Lećevica, Muć i Podstrana). Predmetnu ciljnu skupinu karakterizira izražena heterogenost što čini potrebnim provesti određeni stupanj kategorizacije i vezane simplifikacije sadržaja unutar skupine kako bi komunikacijski proces bio što učinkovitiji i svrsishodniji.

Ciljna skupina 6: Mediji

Ciljna skupina medija obuhvaća predstavnike tiska, televizijskih i radio postaja nacionalne, regionalne i lokalne razine. Sredstva javnog komuniciranja snažan su posrednik u prosljeđivanju komunikacijskih poruka svim ciljnim skupinama te su, zahvaljujući dinamici izvještavanja i neposrednosti, od izuzetne važnosti u animiranju šire javnosti na aktivno uključivanje u razvojni proces.

Utvrđena kategorizacija ciljnih skupina čini temeljni okvir za planiranje specifičnih aktivnosti te se može proširivati po potrebi.

5. MEDIJSKA STRATEGIJA

Provođenje sveobuhvatnog komunikacijskog procesa moguće je isključivo uz postojanje unaprijed definiranog komunikacijskog okvira. U tome vodeću ulogu ima medijska strategija čije je elemente potrebno potanko odrediti kako bi željeni komunikacijski sadržaj pronašao put do ciljnih skupina. U tom smislu, pomoću medijske strategije uspostavlja se logički povezan proces putem kojega se dopire do zainteresiranih dionika, te ih se animira i aktivno uključuje u strateško upravljanje Urbanom aglomeracijom Split.

5.1. Komunikacijski kanali

U provedbi ove Komunikacijske strategije uspostavit će se i koristiti sljedeći komunikacijski kanali:

- *Vizualni identitet* – izrađen tijekom prethodnog financijskog razdoblja 2014.-2020. te će se koristiti i u razdoblju 2021.-2027.;
- *Elektronička pošta* – koristit će se kao sredstvo službene komunikacije, ponajviše između internih dionika, ali i s pojedinim eksternim ciljnim skupinama (znanstveni i istraživački sektor, javni i civilni sektor) putem posebno sastavljene *mailing* liste;
- *Službena internet stranica* – Grad Split kao nositelj izrade SRUAS pripremio je prikladan segment na službenoj internet stranici Grada posvećen informiranju javnosti o svim odrađenim, postojećim i planiranim aktivnostima te digitalnim izdanjima relevantnih dokumenata usvojenih u procesu izrade i provedbe SRUAS. Uz to, unutar predmetnog segmenta objavljivat će se informacije o ulozi razvojne politike i učincima SRUAS na istu;
- *Društvene mreže* – korištenje postojećih službenih profila Grada Splita koji će ažurno objavljivati informacije o ostvarenom napretku;
- *Izravna komunikacija* – kroz gradski ured nadležan za provedbu SRUAS;
- *Publikacije SRUAS, brošure, edukativni i informativni materijali u digitalnom i tiskanom formatu*;
- *Tematska okupljanja* – radni sastanci, radne skupine, edukacije, radionice, konferencije, okrugli stolovi i dr.;
- *Masovni mediji* – ostvaruju najveći doseg, omogućuju kontinuirano prenošenje informacija kroz sve faze provedbe te medijsku vidljivost SRUAS. Putem ovog komunikacijskog kanala provodit će se aktivnosti poput konferencija za

novinare, intervjui, objave za tisak i online portale, oglašavanje SRUAS na lokalnim i regionalnim televizijskim i radio postajama i sl.;

- *Interna komunikacija* – najčešće uključuje komunikaciju između pripadnika javnog sektora (tijela javne vlasti) za potrebe koordiniranja procesa izrade i provedbe SRUAS.

5.2. Komunikacijske mjere i aktivnosti

Kako bi se ranije utvrđeni posebni ciljevi mogli ostvariti, potrebno je precizno definirati komunikacijske mjere i aktivnosti. Uspješna provedba komunikacijskih mjera i aktivnosti preduvjet je oživotvorenja načela transparentnosti komunikacijskog procesa. Unutar ovog poglavlja navest će se komunikacijske mjere za svaki posebni cilj, dok će se komunikacijske aktivnosti izložiti u okviru poglavlja 6. ove Komunikacijske strategije.

Posebni cilj 1:

Osigurati transparentnost postupka izrade, provedbe i evaluacije učinaka provedbe Strategije razvoja Urbane aglomeracije Split za razdoblje do 2027. godine.

- Mjera 1.1. Informiranje javnosti o ostvarenom napretku u svim fazama provedbe
- Mjera 1.2. Osnažiti kapacitete lokalne samouprave za učinkovitu komunikaciju potrebnu za izradu i provedbu SRUAS
- Mjera 1.3. Uskladiti sve komunikacijske aktivnosti

Posebni cilj 2:

Podizanje svijesti javnosti o značaju i ulozi SRUAS na razini UAS i uključenih jedinica lokalne samouprave, te poticanje svih dionika na strateško promišljanje, međusobnu komunikaciju i suradnju u dostizanju definiranih ciljeva i mjera.

- Mjera 2.1. Informirati javnost o razvojnim ciljevima, prioritetima i mjerama SRUAS
- Mjera 2.2. Informirati javnost o ulozi i značaju Urbane aglomeracije Split u kontekstu nacionalne razvojne i regionalne politike

- Mjera 2.3. Uspostava otvorenog dijaloga zainteresiranih dionika u smjeru širenja informacija o važnosti aktivnog sudjelovanja u strateškom upravljanju područjem Urbane aglomeracije Split
- Mjera 2.4. Uspostava mehanizma povratne veze u komunikacijskom procesu

Posebni cilj 3:

Informiranje javnosti o svim postojećim, nadolazećim i planiranim mogućnostima financiranja projekata, osobito iz fondova EU iz područja urbanog razvoja.

- Mjera 3.1. Pravovremeno informiranje o postojećim i nadolazećim natječajima u okviru ITU mehanizma
- Mjera 3.2. Provođenje edukacija o mogućnostima financiranja ITU projekata potencijalnih korisnika s područja UAS

6. KOMUNIKACIJSKI AKCIJSKI PLAN

Komunikacijski akcijski plan prikaz je provedbe svih komunikacijskih aktivnosti koje će se provesti u sklopu prethodno definiranih komunikacijskih ciljeva i mjera. U okviru ovog poglavlja pružit će se prikaz sveobuhvatnog plana koji se odnosi na cijelo vrijeme trajanja pripreme, izrade i provedbe SRUAS za razdoblje do 2027. godine.

Tab. 1: Komunikacijski akcijski plan

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljna skupina	Vremenski okvir
Mjera 1.1. Informiranje javnosti o ostvarenom napretku u svim fazama provedbe				
Kontinuirani razvoj posebnog segmenta na službenoj stranici Grada Splita posvećenog SRUAS	○ Službena internet stranica	Grad Split	○ Sve ciljne skupine	Prije usvajanja SRUAS, kontinuirano
Kontinuirano korištenje vizualnog identiteta SRUAS	○ Vizualni identitet	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Prije usvajanja SRUAS, kontinuirano
Objava SRUAS u tiskanom i digitalnom obliku	○ Publikacije ○ Službena internet stranica ○ Vizualni identitet	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Neposredno nakon usvajanja SRUAS
Promocija SRUAS	○ Tematska okupljanja ○ Službena internet stranica ○ Društvene mreže ○ Masovni mediji	JLS UAS	○ Javni, civilni i znanstveni sektor ○ (Potencijalni) korisnici sredstava ○ Građani/šira javnost ○ Mediji	Kontinuirano
Izrada i objava izvješća o provedbi SRUAS	○ Službena internet stranica ○ Radni sastanci ○ Okrugli stol	JLS UAS	○ Sve ciljane skupine	Godišnje
Mjera 1.2. Osnažiti kapacitete lokalne samouprave za učinkovitu komunikaciju potrebnu za izradu i provedbu SRUAS				
Osigurati kapacitete zadužene za sustav komuniciranja s eksternim dionicima	○ Interna komunikacija	JLS UAS	○ Javni sektor	Kontinuirano
Organiziranje koordiniranog sustava komunikacije	○ Interna komunikacija	JLS UAS	○ Javni sektor	Kontinuirano

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljna skupina	Vremenski okvir
Mjera 1.3. Uskladiti sve komunikacijske aktivnosti				
Formiranje Koordinacijskog i Partnerskog vijeća za izradu i provedbu SRUAS	○ Redovni sastanci ○ Interna komunikacija ○ Elektronička pošta	JLS UAS	○ Sve ciljane skupine	Prije izrade SRUAS
Razviti mehanizme komunikacije i koordinacije jedinica lokalne samouprave na području UA međusobno i sa Splitsko-dalmatinskom županijom	○ Radne skupine ○ Interna komunikacija ○ Elektronička pošta ○ Izravna komunikacija	JLS UAS	○ Javni sektor	Kontinuirano
Formiranje radnih skupina za pojedine teme relevantne za razvoj Urbane aglomeracije Split	○ Radne skupine ○ Interna komunikacija ○ Elektronička pošta ○ Izravna komunikacija	JLS UAS	○ Javni sektor ○ Znanstveni i istraživački sektor ○ Civilni sektor	Tijekom izrade SRUAS
Ustanoviti proračun za provedbu Komunikacijske strategije	○ Interna komunikacija	JLS UAS	○ Javni sektor	Kontinuirano
Mjera 2.1. Informirati javnost o razvojnim ciljevima, prioritetima i mjerama SRUAS				
Promocija SRUAS putem priopćenja i objava za medije o provedbi SRUAS	○ Priopćenja	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Kontinuirano
Održavanje i ažuriranje službene internet stranice	○ Službena internet stranica	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Kontinuirano
Izravna komunikacija ureda nadležnog za provedbu SRUAS s dionicima	○ Izravna komunikacija	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Kontinuirano
Mjera 2.2. Informirati javnost o ulozi i značaju Urbane aglomeracije Split u kontekstu nacionalne razvojne i regionalne politike				
Predstavljanje SRUAS u medijima	○ Mediji	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Neposredno nakon usvajanja SRUAS
Organiziranje okruglih stolova, panel rasprava i radionica	○ Tematska okupljanja	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Kontinuirano
Mjera 2.3. Uspostava otvorenog dijaloga zainteresiranih dionika u smjeru širenja informacija o važnosti aktivnog sudjelovanja u strateškom upravljanju područjem Urbane aglomeracije Split				
Interne i eksterne konzultacije	○ Konzultacije	JLS UAS	○ Javni sektor ○ Znanstveni i istraživački sektor ○ Civilni sektor	Kontinuirano

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljna skupina	Vremenski okvir
Radni i koordinacijski sastanci	○ Radni sastanci ○ Koordinacijski sastanci	JLS UAS	○ Javni sektor ○ Znanstveni i istraživački sektor ○ Civilni sektor	Kontinuirano
Organiziranje stručnih konferencija i skupova, sukladno interesu javnosti	○ Konferencije	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Kontinuirano
Mjera 2.4. Uspostava mehanizma povratne veze u komunikacijskom procesu				
Provođenje javnog savjetovanja u trajanju od 30 dana	○ Javno savjetovanje / sučelje sustava za podršku odlučivanju	JLS UAS	○ Građani/šira javnost	Neposredno nakon izrade nacrta SRUAS
Omogućiti građanima aktivno praćenje provedbe	○ Službena internet stranica ○ Društvene mreže ○ Izravna komunikacija	JLS UAS	○ Javni sektor ○ Građani /šira javnost	Kontinuirano
Uspostava učinkovitog mehanizma povratne komunikacije i ulaganja primjedbi	○ Izravna komunikacija ○ Službena internet stranica (obrasci) ○ Tematska okupljanja	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Kontinuirano
Mjera 3.1. Pravovremeno informiranje o postojećim i nadolazećim natječajima u okviru ITU mehanizma				
Objava informacija o EU natječajima vezanim uz ITU mehanizam	○ Službena internet stranica ○ Masovni mediji (portali i dr.) ○ Društvene mreže	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Kontinuirano
Mjera 3.2. Provođenje edukacija o mogućnostima financiranja ITU projekata potencijalnih korisnika s područja UAS				
Organiziranje edukacija, radionica, okruglih stolova, predavanja s primjerima dobre prakse	○ Radionice ○ Edukacije ○ Okrugli stol ○ Predavanja	JLS UAS	○ Javni sektor ○ (Potencijalni) korisnici	Kontinuirano
Otvaranje dijaloga putem komunikacijskih kanala i pružanje potrebnih informacija u stvarnom vremenu	○ Društvene mreže ○ Izravna komunikacija ○ Službena Internet stranica	JLS UAS	○ Sve ciljne skupine	Kontinuirano
Održavanje ažurne baze podataka o projektima (potencijalnim i u tijeku)	○ Baze podataka	JLS UAS	○ Javni sektor ○ (Potencijalni) korisnici	Kontinuirano

Aktivnost	Komunikacijski alati	Nositelj aktivnosti	Ciljna skupina	Vremenski okvir
Izrada informativnog materijala o izvorima financiranja	○ Publikacije ○ Brošure ○ Letci ○ Društvene mreže ○ Službena Internet stranica	JLS UAS	○ Javni sektor ○ (Potencijalni) korisnici	Kontinuirano