



ROMÂNIA
JUDEȚUL CLUJ
PRIMĂRIA MUNICIPIULUI TURDA
Piața 1 Decembrie 1918 Nr.28
Tel: 0264/313160 Fax: 0264/317081
e-mail: contact@primariaturda.ro
www.primariaturda.ro

Nr.917/15.01.2018
UIP/075/15.01.2018

Către:

Ministerul Dezvoltării Regionale, Administrației Publice și Fondurilor Europene,
Direcția Generală Programe Europene Infrastructura Mare
Direcția Regională Infrastructură Cluj-Napoca
Str. Take Ionescu, nr. 72. CP. 400473, jud. Cluj

Referitor la proiectul: Fazarea proiectului Reabilitarea Sitului Poluat Istoric –Depozit Deșeuri periculoase UCT-Poșta Rât (Municipiul Turda), **cod SMIS 109815**

Anexat vă trimitem **Plan anual privind măsurile de informare și publicitate pentru anul 2018.**

15.01.2018, Turda

Cu stimă,

PRIMAR,
MATEI CRISTIAN OCTAVIAN



MANAGER PROIECT,
IOSIF DUMITRU

Intocmit,
Girodi Viorica,
Coordonator proiect



UNIUNEA EUROPEANĂ



Nr. 917/07517/15.01.2018



Instrumente Structurale
2014-2020

**Ministerul Dezvoltării Regionale, Administrației Publice și
Fondurilor Europene**

Programul Operațional Infrastructură Mare 2014-2020

**Axa prioritară 4. Protecția mediului prin măsuri de conservare a
biodiversității, monitorizarea calității aerului și decontaminare a siturilor
poluate istoric**

Obiectivul Specific 4.3. Reducerea suprafețelor poluate istoric

**PLAN DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE
PE ANUL 2018**

**„Fazarea proiectului Reabilitarea Sitului Poluat Istoric – Depozit
deșeuri periculoase U.C.T. – Poșta Rât (Municipiul Turda)”
cod SMIS 109815**



CUPRINS

1. INTRODUCERE.....	3
2. DESCRIEREA PROIECTULUI	3
3. OBIECTIVELE DE COMUNICARE.....	4
4. PUBLICUL ȚINTĂ	4
5. MIJLOACE DE COMUNICARE	5
6. ACTIVITĂȚI	5
TABEL NR. 1 - Activități de informare și publicitate	9
TABEL NR. 2 - Planul de lucru, Graficul Gantt.....	11
7. BUGETUL TOTAL	13
8. RESPONSABIL IMPLEMENTARE	14
9. MONITORIZAREA IMPLEMENTĂRII PLANULUI DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE	14
10. CONCLUZIE.....	15

1. INTRODUCERE

Prezentul plan de comunicare privind măsurile de informare și publicitate este întocmit conform prevederilor ghidului solicitantului și Manualul de Identitate Vizuală pentru Instrumentele Structurale 2014-2020 în România. Implementarea planului are scopul de a informa publicul țintă și de a oferi o imagine coerentă asupra activităților proiectului în desfășurare. De asemenea, prin implementarea acestui plan se asigură o mai bună vizibilitate a proiectului finanțat în cadrul POIM. **Acest plan conține măsurile de informare și publicitate planificate pe tot parcursul proiectului - faza II, cu detalierea măsurilor prevăzute pe anul 2018.**

2. DESCRIEREA PROIECTULUI

Denumire proiect: „Fazarea proiectului Reabilitarea Sitului Poluat Istoric – Depozit Deșeuri Periculoase UCT – Poșta Rât (Municipiul Turda)” cod SMIS 109815.

Beneficiar: Municipiul Turda, P-ța 1 Decembrie 1918, nr. 28, loc. Turda, jud. Cluj, tel: 0264/313160, fax: 0264/317081, e-mail: contact@primariaturda.ro / posta_rat@yahoo.ro reprezentat prin domnul Cristian Octavian Matei în calitate de Primar al Municipiului Turda.

Valoarea totală a proiectului: Valoarea eligibilă a proiectului este de 79.568.907 lei, plus valoarea TVA = 14.868.403,45 lei.

Durata contractului: Conform contractului de finanțare nr. 75/19.06.2017, perioada de implementare a Proiectului este de 41 de luni, respectiv între data de 01.08.2017 și data de 31.12.2020 la care se adaugă, dacă este cazul, și perioada de desfășurare a activităților proiectului înainte de semnarea Contractului de Finanțare, conform regulilor de eligibilitate a cheltuielilor.

Localizare: localitatea Turda, str. Petru Maior fn, jud. Cluj, suprafața = 100.000mp, având ca vecinătăți: la nord-est - cartierul Petru Maior - Posta Rat; la sud - râul Arieș; la est - teren de pășune; la vest - drumul local.

Obiective generale ale proiectului: Obiectivul general al acestui proiect este eliminarea surselor de la suprafața și de mică adâncime a contaminanților și a riscului de contact pentru utilizatorii sitului, eliminarea poluantului care reprezintă un pericol pentru sănătatea populației din zonă, și nu numai.

Obiective specifice ale proiectului: Obiectivul specific îl constituie schimbarea destinației terenului prin transformarea acestuia din depozit de deșeuri într-o zonă de

utilitate publică, transformându-se astfel și peisajul zonei. Pentru prezentul proiect, acțiunile cuprinse în activitatea de remediere urmăresc în principal:

1. Eliminarea vegetației de pe amplasament;
2. Investigarea suplimentară a întregului amplasament pentru identificarea cu mai mare precizie a zonelor de depozitare;
3. Eliminarea sursei de contaminare a apelor subterane
4. Eliminarea riscului de contact al oamenilor cu solul contaminat cu HCH

3. OBIECTIVELE DE COMUNICARE

Măsurile de informare și publicitate ce urmează a fi implementate au obiectivul de: (1) a **sensibiliza publicul** cu privire la importanța îmbunătățirii proceselor de gestionare a deșeurilor periculoase, (2) a **influența opinia publică** în legătură cu acțiunile de decontaminare a siturilor poluate istoric, (3) a **spori cunoștințele publicului țintă** cu privire la asistența comunității și asupra consecințelor pășunatului pe terenurile poluate, și (4) a **aduce un plus de cunoștințe beneficiarilor** despre îmbunătățirea serviciilor de gestionare a deșeurilor.

De asemenea, aceste măsuri vor asigura **transparență** și vor urmări **informarea eficientă a publicului țintă** despre **activitățile, derularea, costurile și beneficiile** proiectului.

4. PUBLICUL ȚINTĂ

Beneficiarul proiectului fiind Municipiul Turda, publicul țintă al planului de informare și publicitate este **populația Municipiului** și populația localităților înconjurătoare.

Măsurile de informare și publicitate planificate vor adresa **în mod direct**:

1. **locuitorii Municipiului Turda** și a localităților înconjurătoare (prin fluturași și broșuri cu informații despre proiect, panouri informative și o pagină web)
2. **autorități publice centrale, regionale și locale** (consiliile județene, consilii locale, agenții de mediu locale și regionale, agenții de ocupare a forței de muncă, centre de formare profesională, camere de comerț și industrie, agenții de dezvoltare, etc prin afișe amplasate la sediile de implementare sau cele care beneficiază de proiect);
3. **elevii și fermierii** din Municipiul Turda și localitățile înconjurătoare (printr-o campanie de informare).

Măsurile de informare și publicitate planificate vor adresa **în mod indirect** populația Municipiului Turda, a localităților înconjurătoare și **publicul larg** cu ajutorul:

1. **mass mediei** (prin conferințele de presă despre începerea și încheierea activităților din proiect, trei comunicate (anunțuri) de presa și două apariții TV ale echipei de proiect).

5. MIJLOACE DE COMUNICARE

Mijloacele de comunicare folosite pentru implementarea planului de informare și publicitate vor fi:

Mijloace ATL (mijloace de comunicare „deasupra liniei”):

1. **Presa scrisă** (prin conferințele de presă despre începerea și încheierea activităților din proiect, și emiterea a trei comunicate (anunțuri) de presă la începerea activităților proiectului, începerea tratării solului și în timpul derulării proiectului și la încheierea proiectului)
2. **Outdoor și print** (panouri conform standardului stabilit, înlocuite mai apoi cu plăci pentru amplasare permanentă, plasarea unor etichete autocolante pe echipamentele achiziționate, afișe, fluturași, broșură)
3. **TV** (apariții TV ale echipei de proiect)

Mijloace BTL: (mijloace de comunicare „dedesubtul liniei”)

1. **Pagină web** (este realizata din faza I trebuie doar actualizată)
2. **Evenimente și campanii** (realizarea unei campanii de informare privind Reabilitarea Sitului Poluat Istoric, organizarea unei dezbateri publice și a unui simpozion privind proiectul)

6. ACTIVITĂȚI

Proiectul include activități de informare și publicitate, în conformitate cu prevederile **Regulamentului Comisiei Europene (CE) Nr. 1303/2013** privind stabilirea unor dispoziții comune privind FEDR, FSE, FC, FEADR și FEPAM, precum și de stabilire a unor dispoziții generale privind FEDR, FSE, FC, FEADR și FEPAM și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 1083/2006 al Consiliului cu modificările și completările ulterioare și a Regulamentului CE Nr. 821/2014 (art.3, art.4 și Anexa II) privind stabilirea normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1303/2013 al Parlamentului European și al Consiliului, cu modificările și completările ulterioare, cu respectarea Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumentele Structurale 2014-2020 în România.

Prin planul privind măsurile de informare și publicitate, Municipiul Turda în calitate de beneficiar planifică activitățile menționate mai jos, conform tabelului nr.1 și a planului de lucru din graficul Gantt.

Aceste activități sunt grupate în următoarele categorii, conform contractului de prestări servicii încheiat pentru ASISTENȚĂ TEHNICĂ PENTRU MANAGEMENTUL PROIECTULUI ȘI SPRIJIN PENTRU UNITATEA DE IMPLEMENTARE A PROIECTULUI: (I) Publicitatea Măsurii, (II) Elaborarea Strategiei, (III) Derularea campaniei de conștientizare publică, și includ următoarele activități:

I. Publicitatea Măsurii

1. Privind comunicarea cu mass media s-au planificat două **conferințe de presă** pentru informarea mass mediei despre începerea și încheierea activităților din proiect, și emiterea a trei **comunicate (anunțuri) de presă** (la începerea activităților proiectului, începerea tratării solului și în timpul derulării proiectului și la încheierea proiectului). Comunicatele de presă vor fi transmise către Organismul Intermediar/Autoritatea de Management și către mass-media, și vor apărea în ziarul local cu cea mai mare audiență conform Studiului Național de Audiență realizat de BRAT. Pentru toate materialele de comunicare realizate în cadrul proiectelor finanțate prin Programul Operațional Infrastructură Mare se vor avea în vedere următoarele elemente obligatorii: sigla Uniunii Europene, sigla Guvernului României, precum și cea a Instrumentelor Structurale 2014-2020, însoțite de mențiunea „Proiect co-finanțat din Fondul de Coeziune prin Programul Operațional Infrastructură Mare 2014-2020”. Informații și elemente grafice obligatorii pentru un comunicat de presă (anunț de presă):

- Sigla Uniunii Europene (în stânga sus);
- Sigla Guvernului României va fi plasată la mijloc, sus;
- Sigla Instrumentelor Structurale în România va fi plasată în colțul din dreapta sus.
- Mențiunea „Proiect co-finanțat din Fondul de Coeziune prin POIM 2014-2020”.

Nota: În cazul în care există: sigla Programului Operațional va fi poziționată în partea de sus a documentului, între sigla Guvernului României și sigla Instrumentelor Structurale; sigla proiectului va fi așezată la mijloc, în partea de jos a documentului.

2. Organizarea unor **apariții TV** ale echipei de proiect, prilej prin care aceștia au oportunitatea de a sensibiliza publicul cu privire la importanța îmbunătățirii proceselor de gestionare a deșeurilor periculoase, a influența opinia publică în legătură cu acțiunile de decontaminare a siturilor poluate istoric, a spori cunoștințele publicului

ținută cu privire la asistența comunității și asupra consecințelor pășunatului pe terenurile poluate, și a aduce un plus de cunoștințe beneficiarilor despre îmbunătățirea serviciilor de gestionare a deșeurilor.

3. Montarea de **panouri** conform standardului stabilit, astfel: 1 panou la locul organizării de șantier, 8 panouri pe fiecare zonă/front de lucru, în punctele cu vizibilitate maximă, 2 panouri în punctele principale de acces. Panourile vor fi înlocuite cu plăci pentru amplasare permanentă în maxim 6 luni de la finalizarea lucrării.

II. Elaborarea Strategiei

1. Elaborarea planurilor privind măsurile de informare și publicitate pe 2017, 2018, 2019 și 2020.
2. Se va realiza un **raport de evaluare** a impactului campaniei de informare. Pentru a putea evalua impactul campaniei, este necesară elaborarea unor chestionare, care vor fi completate de către participanții la evenimentele campaniei de informare și conștientizare la începutul și sfârșitul acestora. Raportul de evaluare va fi realizat în urma prelucrării informațiilor obținute din aceste chestionare.
3. Redactarea unor **broșuri** de informare a populației locale cu privire la proiect și rezultatele acestuia, numită "Poveste de Succes". Acestea vor fi distribuite la simpozionul din campania de informare și conștientizare.

Toate publicațiile (broșuri, etc) cu privire la proiect vor menționa pe ultima copertă obligatoriu titlul programului/proiectului, editorul materialului, data publicării, elementele de vizibilitate menționate mai sus, precum și textul "Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României".

III. Derularea campaniei de conștientizare publică

1. Tipărirea unor **broșuri** de informare a populației locale cu privire la proiect și rezultatele acestuia, numită "Poveste de Succes". Acestea vor fi distribuite la simpozionul din campania de informare și conștientizare.
2. Implementarea unor **acțiuni de informare a riveranilor**. Aceste acțiuni vor consta în organizarea unei **dezbateri publice**, și a unui **simpozion** privind proiectul "Fazarea proiectului Reabilitarea Sitului Poluat Istoric – Depozit Deșeuri periculoase UCT – Poșta Rât", și cererea unei liste de sugestii oferite de către participanții la dezbateri.
3. Realizarea unei **campanii de informare** privind Reabilitarea Sitului Poluat Istoric, a importanței decontaminării siturilor poluate istoric, asupra consecințelor pășunatului pe astfel de terenuri, aduce un plus proiectului, contribuind la realizarea obiectivelor

finale. Beneficiarul va informa în prealabil Organismul Intermediar/Autoritatea de Management cu privire la modul de realizare al acestuia.

4. Elaborarea a două **comunicate științifice** despre proiectul "Fazarea proiectului Reabilitarea Sitului Poluat Istoric – Depozit Deșeuri periculoase UCT – Poșta Rât"

Informațiile (denumirea beneficiarului, denumirea Proiectului, valoarea totală a finanțării, datele de începere și de finalizare ale Proiectului, locul de implementare al acestuia) vor fi disponibile și în **format electronic** (pe site-ul proiectului) și în format audio-vizual (prezentări, CD-uri, care vor respecta deasemenea prevederile din Manualul de Identitate Vizuală pentru Instrumentele Structurale 2014-2020 în România.

TABEL NR. 1 - Activități de informare și publicitate

Activități planificate	Indicatori activitate	Publicul țintă	Indicatori public țină	Responsabil implementare activitate	Data estimativă a activității	Observații
PUBLICITATEA MĂSURII						
Conferințe de presă despre începerea și încheierea activităților din proiect	1	Mass Media	Cca. 50.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	2020	Conferința de presă despre începerea proiectului – realizat în faza I
Comunicate (anunțuri) de presă	3	Mass Media	Cca. 50.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Mai, iunie 2017 - REALIZAT și 2020	Pe întregul proiect au fost prevăzute 4 comunicate de presă. Un comunicat de presă a fost publicat în faza I
Apariții TV ale echipei de proiect	2	Mass Media Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Cca. 50.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Septembrie 2018 și 2020	-
Panouri informative	11	Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Cca. 50.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Iunie-Iulie 2018	-
Panouri permanente	11	Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Cca. 50.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	2020	-
ELABORAREA STRATEGIEI						
Elaborarea documentului conținând strategia de informare și conștientizare, și a planurilor privind măsurile	4	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Septembrie 2017 - REALIZAT Ianuarie 2018, 2019 și 2020	-

de informare și publicitate pe 2017, 2018, 2019, 2020								
Actualizarea paginii web a proiectului pe noua finanțare POIM 2014-2020	1	Vizitatori site	Cca. 50.000 pers.	Coordonator proiect: Viorica Girodi	Septembrie- Decembrie 2017 - REALIZAT și 2018-2020	-		
Prelucrarea informațiilor obținute din chestionare	1	Participanții la evenimentele care fac parte din campania de informare și conștientizare	Min. 388 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	2020	-		
Raport de evaluare a impactului campaniei de informare	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	2020	-		
DERULARE CAMPANII DE CONȘTIENȚIZARE PUBLICĂ								
Realizare și distribuire broșuri	200	Participanții la simpozion (30 pers.) + alte 170 pers. prin diseminare	Cca. 200 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	2020	-		
Realizare și distribuire afișe: - acțiuni de informare a actorilor regionali	1	Autoritățile publice centrale, regionale și locale, Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Toate autoritățile locale, regionale și centrale importante, Cca. 5.000 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Martie-decembrie 2018 și 2020	-		
Dezbatere publică privind proiectul - acțiuni de informare a riveranilor	1	Mass Media Participanți la eveniment	50 pers. participante la dezbateri	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	2020	-		
Crearea unei liste de sugestii oferite de către participanții la dezbateri publică	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	2020	-		
Simpozion privind proiectul - acțiuni de informare a riveranilor	1	Participanți la eveniment	30 pers. participante la eveniment	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	2020	-		
Elaborarea a două comunicate științifice despre proiect	2	Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Cca. 50.000 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	2020	-		
Monitorizarea acțiunilor de informare și publicitate	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Mai-Decembrie 2017-REALIZAT și 2018-2020	-		

TABEL NR. 2 - Planul de lucru, Graficul Gantt

Activitate	2017												2018												2019												2020												
	I	F	M	A	M	I	I	A	S	O	N	D	I	F	M	A	M	I	I	A	S	O	N	D	I	F	M	A	M	I	I	A	S	O	N	D	I	F	M	A	M	I	I	A	S	O	N	D	
Conferințe de presă																																																	
Comunicat (anunț) de presă																																																	
Apariții TV ale echipei de proiect																																																	
Panouri informative																																																	
Panouri permanente																																																	
Elaborarea planurilor privind măsurile de informare și publicitate pe 2017, 2018, 2019, 2020																																																	
Prelucrarea informațiilor obținute din chestionare																																																	
Raport de evaluare a impactului campaniei de informare																																																	
Realizare și distribuire broșuri																																																	
Realizare și distribuire afișe - acțiuni de informare a																																																	

7. BUGETUL TOTAL

Bugetul total estimat pentru mijloacele de publicitate pe întreaga perioadă de derulare a Fazei II a proiectului este de 51.985 RON, alocat după cum urmează: (sumele din tabelul de mai jos sunt exprimate în RON și nu conțin TVA)

Activitate	Detalii costuri	Buc.	Preț unitar	Preț total
PUBLICITATEA MĂSURII				28.985
Conferință de presă	Redactare și listare Press Kit, costuri organizare	1	485	485
Comunicat (anunț) de presă	Achiziție spațiu publicitar	3	500	1.500
Apariții TV ale echipei de proiect	Costuri achiziție timp	2	2.500	5.000
Panouri informative	1 panou la locul organizării de șantier, 8 panouri pe fiecare zonă/front de lucru, în punctele cu vizibilitate maximă, 2 panouri în punctele principale de acces.	11	1.000	11.000
Panouri permanente	1 panou la locul organizării de șantier, 8 panouri pe fiecare zonă/front de lucru, în punctele cu vizibilitate maximă, 2 panouri în punctele principale de acces	11	1.000	11.000
ELABORAREA STRATEGIEI				9.000
Elaborarea planurilor privind măsurile de informare și publicitate pe 2017, 2018, 2019 și 2020	Elaborare document	4	0	0
Actualizarea paginii web a proiectului pe noua finanțare POIM 2014-2020	Actualizarea datelor din proiect	1	0	0
Prelucrarea informațiilor obținute din chestionare	Prelucrare informații	1	4.500	4.500
Raport de evaluare a impactului campaniei de informare	Elaborare raport	1	1.500	1.500
Realizare și distribuire broșuri, afișe	Redactare și design	1	3.000	3.000
DERULAREA PRIMEI CAMPANII DE CONȘTIENTIZARE PUBLICĂ				14.000
Realizare și distribuire broșuri, afișe	Tipărire	200	30	6.000
Dezbatere publică privind proiectul - acțiuni de informare a	Chirie echipament, Costuri organizare, redactare și tipărire invitații	1	2.000	2.000

riveranilor				
Crearea unei liste de sugestii oferite de către participanții la dezbaterile publice	Elaborare document	1	0	0
Simpozion privind proiectul - acțiuni de informare a riveranilor	Chirie echipament, Costuri organizare, redactare și tipărire invitații	1	2.000	2.000
Elaborarea a două comunicate științifice despre proiect	Elaborare document	2	2.000	4.000
Acțiuni de informare a actorilor regionali – amplasarea de afișe	Amplasarea de afișe	1	0	0
TOTAL				51.985

8. RESPONSABIL IMPLEMENTARE

Responsabil pentru implementarea planului privind măsurile de informare și publicitate și pentru vizibilitatea proiectului este coordonatorul de proiect: Girodi Viorica. În calitate de prestator, firma de consultanță are obligația de a realiza publicitatea măsurii, de a elabora strategia de conștientizare publică și de a desfășura campania de conștientizare publică, sub supravegherea și cu acordul beneficiarului.

9. MONITORIZAREA IMPLEMENTĂRII PLANULUI DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE

Beneficiarul va întocmi și păstra timp de 10 ani un dosar de publicitate, care va conține:

1. Planurile privind măsurile de informare și publicitate;
2. Comunicatele (anunțurile) de presă transmise;
3. Articolele de presa apărute care privesc proiectul;
4. Dovezi vizuale (fotografii) despre panourile informative temporare și permanente;
5. Un exemplar al raportului de evaluare a impactului campaniei de informare;
6. Câte un exemplar din materialele informative și promoționale elaborate și publicate pe parcursul desfășurării proiectelor (broșură, materiale informative ale campaniei de informare, materiale elaborate pentru dezbaterile publice);
7. Dovezi vizuale (fotografii, înregistrări video) care pot proba implementarea măsurilor de informare și publicitate obligatorii;
8. Un exemplar al listei de sugestii oferite de către participanții la dezbaterile publice;
9. Înregistrarea aparițiilor TV;

10. Corespondența cu Autoritatea de Management și Direcția Regională Infrastructură referitoare la măsurile de informare și publicitate.

10. CONCLUZIE

Implementarea măsurilor de informare și publicitate va asigura **transparența** implementării proiectului, **informarea eficientă a publicului țintă** despre **activitățile, derularea, costurile și beneficiile** acestui proiect, precum și o bună promovare a inițiativelor Municipiului Turda alături de Organismele Intermediare/Autoritatea de management.

Aceste măsuri vor ajuta la **sensibilizarea publicul** cu privire la importanța îmbunătățirii proceselor de gestionare a deșeurilor periculoase, în **a influența opinia publică** în legătură cu acțiunile de decontaminare a siturilor poluate istoric, în **a spori cunoștințele publicului țintă** cu privire la asistența comunității și asupra consecințelor pășunatului pe terenurile poluate, vor **aduce un plus de cunoștințe beneficiarilor** despre îmbunătățirea serviciilor de gestionare a deșeurilor.

Implementarea măsurilor de informare și publicitate va **contribui la atingerea obiectivelor proiectului**, respectiv eliminarea surselor de la suprafața și de mică adâncime a contaminanților și a riscului de contact pentru utilizatorii sitului, eliminarea poluantului care reprezintă un pericol pentru sănătatea populației din zonă, și nu numai. În mod implicit, prin lucrările care se vor executa în cadrul acestui proiect pilot se contribuie la realizarea angajamentelor Tratatului de aderare (UE adecvate și directive) pentru protecția mediului și reabilitarea siturilor poluate istoric, folosind metode adecvate pentru fiecare tip de poluare a sitului.

Planul privind măsurile de informare și publicitate a fost întocmit și aprobat, în 15.01.2018, de beneficiar (Municipiului Turda) după cum urmează:

DATA:	BENEFICIAR:
15.01.2018	Reprezentant legal - Primar Municipiul Turda: MATEI CRISTIAN OCTAVIAN
15.01.2018	Manager de proiect - Arhitect Șef: DUMITRU IOSIF
15.01.2018	Întocmit - Coordonator proiect: GIRODI VIORICA