



UNIUNEA EUROPEANĂ



GVERNUL ROMÂNIEI



Investim în mediu. Credem în viitor



Instrumente Structurale
2007 - 2013

Programul Operațional Sectorial Mediu

Axa Prioritară: 2 Dezvoltarea sistemelor de management integrat al deșeurilor și
reabilitarea siturilor contaminate istoric

DMI: 2.2. Reabilitarea zonelor poluate istoric – Depozit Deșeuri periculoase UCT – Poșta
Rât (Municipiul Turda)

PLAN ANUAL PRIVIND MĂSURILE DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE PE ANUL 2013

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

CUPRINS

1. INTRODUCERE	3
2. DESCRIEREA PROIECTULUI.....	3
3. OBIECTIVELE DE COMUNICARE	4
4. PUBLICUL ȚINTĂ.....	5
5. MIJLOACE DE COMUNICARE.....	5
6. ACTIVITĂȚI.....	6
5. TABEL NR. 1 - Activități de informare și publicitate.....	10
6. TABELUL NR. 2 - Planul de lucru, Graficul Gantt	14
7. BUGETUL TOTAL.....	17
8. BUGET PENTRU ANUL 2013.....	19
9. RESPONSABIL IMPLEMENTARE.....	20
10. MONITORIZAREA IMPLEMENTĂRII PLANULUI DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE	20
10. CONCLUZIE.....	21

1. INTRODUCERE

Prezentul plan de comunicare privind măsurile de informare și publicitate este întocmit conform Contractului de Finanțare. 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 POS Mediu din Instrumente Structurale. **Acest plan conține măsurile de informare și publicitate planificate pe tot parcursul proiectului, precum și cele prevăzute pe anul 2013.**

În ceea ce privește activitățile de informare și publicitate stabilite în calendarul planului anual de informare și publicitate din ”Planul anual privind măsurile de informare și publicitate pentru anul 2012” care a fost elaborat și transmis în Ianuarie 2012 nu au respectat în totalitate termenele prevăzute în calendarul mai sus menționat din motive strict legate de contractarea lucrărilor.

Activitățile planificate pentru perioada August – Decembrie 2012 s-au decalat corespunzător, deoarece sunt strict legate de începerea lucrărilor, activitate care până în prezent nu a fost contractantă și prin urmare vor fi decalate și în anul 2013 în cazul în care lucrările nu se contractează în luna aprilie 2013.

Planul anual privind măsurile de informare și publicitate se va redacta și se va transmite și pentru anul 2014.

2. DESCRIEREA PROIECTULUI

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

Beneficiar: Municipiul Turda, P-ța 1 Decembrie 1918, nr. 28, loc. Turda, jud. Cluj, tel: 0264/313160, fax: 0264/317081, e-mail: primaria@primturda.ro, reprezentat prin d-ul Tudor Ștefănie în calitate de Primar al Municipiului Turda.

Valoarea totală a proiectului: valoarea eligibilă a proiectului este de 81.931.471 lei plus valoarea TVA aferentă valorii eligibile de 19.275.713 lei.

Durata contractului: este de 33 luni începând cu data semnării Contractului de Finanțare, respectiv până la 10.04.2014.

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 de remediere este limitarea impactului activităților istorice anterioare asupra sănătății umane și mediului înconjurător, reducerea mobilității contaminanților prezenți pe sit, pentru a se păstra solul la condițiile standard pentru utilizarea ca spațiu verde pentru accesul public, pentru includerea zonelor peisagistice (plantare de vegetație) și transformarea în spațiu recreativ pentru accesul populației. Scopul principal pentru acest proiect pilot, 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. 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. Riscurile asociate legăturilor poluanților trebuie reduse prin cea mai optimă metodă, ținând cont de constrângerile sitului. Astfel, obiectivele de reabilitare trebuie stabilite pe baza unor criterii de acțiune specifice. 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, patru 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 patru comunicate (anunțuri) de presă la începerea activităților

proiectului, începerea tratării solului, 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** (realizarea paginii web a proiectului)
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 UE Nr. 1159/2000** respectând prevederile Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumentele Structurale în România 2007-2011. Măsurile de Informare și Publicitate menționate în prezentul plan vor fi implementare în conformitate cu prevederile Regulamentului Comisiei nr.1828/2066 din decembrie 2006, articolele 8 și 9.

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 graficului Gantt.

Aceste activități sunt grupate în următoarele categorii, conform contractului de prestări servicii încheiat pentru **ASISTENTĂ 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. Elaborarea și plasarea unor **etichete autocolante pentru echipamentele IT** achiziționate (2 laptop-uri, 3 unități PC+monitor, 5 software, 3 imprimante A4, 2 imprimante A3). Autocolantele vor conține sigla Uniunii Europene, a Guvernului României, sigla POS Mediu, sigla Instrumentelor Structurale și vor respecta toate cerințele prevăzute în Manualul de Identitate Vizuală.

2. 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 patru **comunicate (anunțuri) de presă** (la începerea activităților proiectului, începerea tratării solului, 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. Informarea va include următoarele elemente obligatorii: sigla Uniunii Europene, sigla Guvernului României, sigla Instrumentelor Structurale în România, logo-ul și sloganul Programului Operațional Sectorial „Mediu”, valoarea Proiectului, titlul Proiectului, denumirea și elementele de identificare ale Beneficiarului.
3. 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 țintă 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.
4. 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 documentului conținând strategia de informare și conștientizare și a planurilor privind măsurile de informare și publicitate pe 2012, 2013 și 2014.
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. Se va realiza și actualiza o **pagină web** a Proiectului care va conține descrierea proiectului și a activităților acestuia. Pe pagina web se vor publica Sigla Uniunii Europene, sigla Guvernului României, sigla POS Mediu și sigla Instrumentelor

Structurale în România, alături de textul: „Proiect co-finanțat din Fondul European de Dezvoltare Regională”. Website-ul va conține deasemenea un link către site-ul web al Instrumentelor Structurale în România, www.fonduri-ue.ro, însoțit de textul „Pentru informații detaliate despre celelalte programe co-finanțate de Uniunea Europeană, vă invităm să vizitați www.fonduri-ue.ro cu mențiunea: „Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”, amplasat într-un loc vizibil pe pagina principală.”

4. Redactarea unor **afișe**, care vor fi amplasate la sediile unor instituții publice (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.), **pentru a informa actorii regionali** privind evoluția proiectului. Acestea vor fi reafășate periodic pentru a asigura vizibilitatea acestora pe toată perioada derulării proiectului.
5. 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.
6. Redactarea unor **fluturași** care informează populația locală cu privire la proiect și rezultatele acestuia. Acestea vor fi amplasate la sediul unor instituții cu impact regional, alături de afișe (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.) și în cadrul campaniei de informare și conștientizare.

Toate publicațiile (broșuri, fluturași) cu privire la proiect vor conține Sigla Uniunii Europene, sigla Guvernului României, sigla POS Mediu și sigla Instrumentelor Structurale în România.

III. Derularea campaniei de conștientizare publică

1. Tipărirea unor **afișe**, care vor fi amplasate la sediile instituțiilor care beneficiază de proiect (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.), **pentru a informa actorii regionali** privind evoluția proiectului. Acestea vor fi reafășate periodic pentru a asigura vizibilitatea acestora pe toată perioada derulării proiectului.

2. 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.
3. Tipărirea unor **fluturași** care informează populația locală cu privire la proiect și rezultatele acestuia. Acestea vor fi amplasate la sediul unor instituții cu impact regional, alături de afișe (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.) și în cadrul campaniei de informare și conștientizare.
4. Implementarea unor **acțiuni de informare a riveranilor**. Aceste acțiuni vor consta în organizarea unei **dezbateri publice**, și a unui **simpozion** privind proiectul Reabilitarea Sitului Poluat Istoric – Depozit Deșeuri periculoase UCT – Poșta Râț, și cererea unei liste de sugestii oferite de către participanții la dezbateri.
5. 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.
6. Elaborarea a două **comunicate științifice** despre proiectul Reabilitarea Sitului Poluat Istoric – Depozit Deșeuri periculoase UCT – Poșta Râț

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 Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumentele Structurale în România 2007-2011.

5. TABEL NR. 1 - Activități de informare și publicitate

Tabelul nr. 1. – Activități de informare și publicitate (sumele din tabelul de mai jos sunt exprimate în RON și nu conțin TVA)

Activități planificate	Indicatori activitate	Publicul Țintă	Indicatori public țină	Responsabil implementare activitate	Activități realizate 2012	Data estimativă a activității	Buget alocat
PUBLICIATATEA MĂSURII							30,000
Etichete autocolante pentru echipamentele achiziționate	15	Echipe de proiect	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Februarie – Martie 2012 (Realizat)	-	30
Conferință de presă pentru informarea mass mediei despre începerea și încheierea activităților din proiect	2	Mass media	Cca. 60.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Iunie 2012 (Realizat)	Aprilie 2014	970
Comunicat (anunț) de presă	4	Mass Media	Cca. 60.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Februarie – Martie 2012 (Realizat)	Iulie 2013, Noiembrie 2013, Aprilie 2014	2,000
Apariții TV ale echipei de proiect	2	Mass Media Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Cca. 60.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	-	Septembrie 2013, Aprilie 2014	5,000
Panouri informative	11	Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Cca. 60.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	-	Iulie 2013	11,000
Panouri permanente	11	Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Cca. 60.000 le locuitori ai Municipiului Turda	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	-	Cu cel mult 6 luni de la finalizarea proiectului	11,000

ELABORAREA STRATEGIEI	25,000						
Elaborarea documentului conținând strategia de informare și conștientizare, și a planurilor privind măsurile de informare și publicitate pe 2013 și 2014	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Februarie 2012 (Realizat)	Ianuarie 2013, Ianuarie 2014	10,000
Elaborare chestionare pentru început și pentru sfârșit	776	Participanții la evenimentele care fac parte din campania de informare și conștientizare	Min. 388 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Mai 2012 (Realizat)	-	1,000
Prelucrarea informațiilor obținute din chestionare	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	-	Aprilie 2014	4,500
Raport de evaluare a impactului campaniei de informare	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	-	Aprilie 2014	1,500
Realizarea paginii web a proiectului	1	Vizitatori site	Cca.50000 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Aprilie 2012 (Realizat)	-	4,000
Postarea pe site-ul proiectului a siglei Uniunii Europene, Sigla Guvernului României, Sigla POS Mediu și siglei Instrumentelor Structurale în România alături de mențiunea „Proiect co-finanțat din Fondul European de Dezvoltare Regională”	1	Vizitatori site	Cca.50000 pers.	Coordonator proiect: Viorica Girodi	Aprilie 2012 (Realizat)	-	0
Postarea unui link către site-ul web al Instrumentelor Structurale în România, www.fonduri-ue.ro .	1	Vizitatori site	Cca.50000 pers.	Coordonator proiect: Viorica Girodi	Aprilie 2012 (Realizat)	-	0

Redactare fluturași informativi	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Aprilie 2012 (Realizat)	-	500
Redactare broșuri	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi		Februarie 2014	3,000
Redactare afișe	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Aprilie 2012 (Realizat)	-	500
DERULARE CAMPANII DE CONȘTIENȚIZARE PUBLICĂ							25,000
Tipărire fluturași informativi	5000	Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Cca. 5000 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Aprilie 2012 (Realizat)	-	7,500
Tipărire broșuri	200	Participanții la simpozion (30 pers.) + alte 170 pers. prin diseminare	Cca. 200 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi		Februarie 2014	6,000
Tipărire afișe - acțiuni de informare a actorilor regionali	4x25	Autoritățile publice centrale, regionale și locale, Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Toate autoritățile locale, regionale și centrale importante, Cca. 5000 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Aprilie 2012 (Realizat)	Februarie 2013 – Aprilie 2014	1,500
Dezbateră publică privind proiectul - acțiuni de informare a riveranilor	1	Mass Media Participanți la eveniment	50 pers. participante la dezbateră	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	-	Octombrie 2013	2,000
Crearea unei liste de sugestii oferite de către participanții la dezbateră publică	1	-	-	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	-	Octombrie 2013	0

»Reabilitarea Sitului Poluat Istoric – Depozit deșeuri periculoase U.C.T. – Poșta Rât (Municipiul Turda)»

Simpozion privind proiectul - acțiuni de informare a riveranilor	1	Participanți la eveniment	30 pers. participante la eveniment	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	-	Martie 2014	2,000
Campanie de informare privind Reabilitarea Sitului Poluat Istoric	1	Elevi, fermieri	Cca. 300 de elevi informați, Cca. 8 fermieri informați	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	Mai 2012 (Realizat)	-	2,000
Elaborarea a două comunicate științifice despre proiect	2	Locuitorii Municipiului Turda Publicul Larg	Cca.50000 pers.	Consultant și Coordonator proiect: Viorica Girodi	-	Iulie 2013, Martie 2014	4,000
Monitorizarea acțiunilor de informare și publicitate	1	-	-	Coordonator proiect: Viorica Girodi	Ianuarie - Decembrie 2012 (Realizat)	Ianuarie 2013- Aprilie 2014	0

6. TABELUL NR. 2 - Planul de lucru, Graficul Gantt

Tabelul nr. 2. Graficul Gantt

Activitate	2011						2012 realizat												2013												2014								
	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	+				
Etichete autocolante																																							
Conferințe de presă																																							
Comunicat (anunț) de presă																																							
Apariții TV ale echipei de proiect																																							
Panouri informative																																							
Panouri permanente																																							
Elaborarea documentului conținând strategia de informare și conștientizare, și a planurilor privind măsurile de informare și publicitate pe 2013 și 2014																																							

7. BUGETUL TOTAL

Bugetul total estimat pentru mijloacele de publicitate pe întreaga perioadă de derulare a proiectului este de 80.000 RON (19.400 euro, la cursul de 4,1235, cursul Inforeuro valabil la data emiterii Notei Direcției Generale AM POS Mediu), 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				30,000
Etichete autocolante pentru echipamentele achiziționate	Redactare și tipărire	15	2	30
Conferință de presă	Redactare și listare Press Kit, costuri organizare	2	485	970
Comunicat (anunț) de presă	Achiziție spațiu publicitar	4	500	2,000
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				25,000
Elaborarea documentului conținând strategia de informare și conștientizare, și a planurilor privind măsurile de informare și publicitate pe 2013 și 2014	Elaborare document	1	10,000	10,000
Elaborare chestionare	Elaborare chestionar	1(388)	1,000	1,000
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
Realizarea paginii web a proiectului	Cumpărare domeniu + realizarea pagini	1	4,000	4,000

Realizare și distribuire fluturași informativi	Redactare și design	1	500	500
Realizare și distribuire broșuri	Redactare și design	1	3,000	3,000
Realizare și distribuire afișe (format minim A2)	Redactare și design	1	500	500
DERULAREA PRIMEI CAMPANII DE CONȘTIENTIZARE PUBLICĂ				25,000
Realizare și distribuire fluturași informativi	Tipărire	5000	1,5	7,500
Realizare și distribuire broșuri	Tipărire	200	30	6,000
Realizare și distribuire afișe (format minim A2)	Tipărire	25x4	30	1,500
Dezbatere publică privind proiectul - acțiuni de informare a riveranilor	Chirie echipament, Costuri organizare, redactare și tipărire invitații	1	2,000	2,000
Simpozion privind proiectul - acțiuni de informare a riveranilor	Chirie echipament, Costuri organizare, redactare și tipărire invitații	1	2,000	2,000
Campanie de informare – - prezentare despre importanța decontaminării siturilor poluate istoric la școlile din Municipiul Turda +prezentare pentru fermieri despre consecințele pășunatului pe terenuri poluate	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				80,000

8. BUGET PENTRU ANUL 2013

Activitate	Detalii costuri	Buc.	Preț unitar	Preț total
PUBLICITATEA MĂSURII				14,500
Comunicat (anunț) de presă	Achiziție spațiu publicitar	2	500	1,000
Apariții TV ale echipei de proiect	Costuri achiziție timp	1	2,500	2,500
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
DERULAREA PRIMEI CAMPANII DE CONȘTIENTIZARE PUBLICĂ				4,000
Dezbatere publică 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	1	2,000	2,000
TOTAL				18,500

9. 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, SC. EuroTop Consulting SRL 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.

10. 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. Un exemplar etichetă autocolant;
3. Comunicatele (anunțurile) de presă transmise;
4. Articolele de presa apărute care privesc proiectul;
5. Dovezi vizuale (fotografii) despre panourile informative temporare și permanente;
6. Un exemplar al raportului de evaluare a impactului campaniei de informare;
7. Câte un exemplar din materialele informative și promoționale elaborate și publicate pe parcursul desfășurării proiectelor (afiș, broșură, fluturași, materiale informative ale campaniei de informare, materiale elaborate pentru dezbateră publică);
8. Dovezi vizuale (fotografii, înregistrări video) care pot proba implementarea măsurilor de informare și publicitate obligatorii;
9. Un exemplar al listei de sugestii oferite de către participanții la dezbateră publică;
10. Înregistrarea aparițiilor TV;
11. Corespondența cu Autoritatea de Management și Organismul Intermediar regional referitoare la măsurile de informare și publicitate.

Tabel indicatori de monitorizare

Indicator	Valoare planificată	Data limită
Număr planuri privind măsurile de informare și publicitate	3	30.01.2012 30.01.2013. 30.01.2014.
Număr etichete autocolante	15	30.03.2012
Număr conferințe de presă	2	01.04.2014
Număr comunicate (anunțuri) de presă	4	01.04.2014
Număr apariții TV ale echipei de proiect	2	01.04.2014
Număr panouri informative	11	31.07.2013
Număr panouri permanente	11	10.10.2014
Număr strategii de informare și conștientizare	1	31.01.2014
Număr campanii de informare	1	31.05.2012
Număr persoane direct informate (50 pers. participante la dezbaterile publice, 30 pers. participante la simpozion, min. 300 elevi informați asupra importanței decontaminării siturilor poluate istoric, cca. 8 fermieri informați asupra consecințelor pășunatului pe astfel de terenuri)	min. 388	01.03.2014
Număr chestionare la început și la sfârșit	338 338	01.03.2012 31.03.2014
Număr rapoarte de evaluare a impactului campaniei de informare	1	10.04.2014
Pagina web a proiectului	1	30.04.2012
Număr materiale informative și publicitare realizate (5000 de fluturași și 25 de postere format minim A2); Broșura „Poveste de Succes”; (minim 200 exemplare distribuite factorilor de decizie și organizațiilor reprezentative)	5225	30.04.2014
Număr de dezbateri publice	1	31.10.2013
Număr de simpozioane	1	31.03.2014
Număr liste cu sugestii oferite de către participanții la dezbaterile publice	1	31.10.2013
Număr de comunicate științifice despre proiect elaborate	2	31.03.2014

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.

Aceste măsuri vor ajuta la **sensibilizarea publicului** 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 limitarea impactului activităților istorice anterioare asupra sănătății umane și mediului înconjurător, reducerea mobilității contaminanților prezenți pe sit, pentru a se păstra solul la condițiile standard pentru utilizarea ca spațiu verde pentru accesul public, pentru includerea zonelor peisagistice (plantare de vegetație) și transformarea în spațiu recreativ pentru accesul populației. Scopul principal pentru acest proiect pilot, 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. 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. 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 de SC EuroTop Consulting SRL, în 29.01.2013 la Cluj-Napoca, și a fost aprobat de beneficiar (Municipiului Turda) după cum urmează:

DATA:	BENEFICIAR:
30.01.2013	Reprezentant legal - Primar Municipiul Turda: ȘTEFĂNIE TUDOR
30.01.2013	Manager de proiect - Arhitect Șef: IOSIF DUMITRU

**Data transmiterii către OI și AM:
31.01.2013**