



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



POS MEDIU



INSTRUMENTELE STRUCTURALE 2007 - 2013

# STRATEGIA DE INFORMARE ȘI CONȘTIENȚIZARE

pentru proiectul

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

realizat în cadrul **Programului 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

- Februarie 2012 -



Primăria Municipiului Turda



SC EuroTop Consulting SRL

## **CUPRINS**

<b>1. INTRODUCERE</b> .....	<b>4</b>
<b>2. CADRUL LEGAL</b> .....	<b>4</b>
<b>3. ANALIZA SITUAȚIEI ACTUALE</b> .....	<b>5</b>
<b>3.1 Situația actuală a sitului</b> .....	<b>5</b>
3.1.1 Cui se datorează poluarea sitului?.....	5
3.1.2 Influențe negative.....	5
3.1.3 Remedierea situației.....	6
3.1.4 Gestionarea deșeurilor periculoase .....	6
3.1.5 Proveniența substanțelor periculoase .....	6
3.1.6 Măsuri de prevenire .....	7
3.1.7 Avantajele reabilitării sitului poluat.....	7
<b>3.2 Analiza situației din punctul de vedere al informării și comunicării</b> .....	<b>8</b>
3.2.1 Analiză SWOT.....	8
<b>4. NEVOIA DE INFORMARE ȘI CONȘTIENTIZARE</b> .....	<b>9</b>
<b>5. OBIECTIVELE DE INFORMARE ȘI CONȘTIENTIZARE</b> .....	<b>9</b>
5.2 Obiectivul general al proiectului.....	9
5.3 Obiectivul specific al proiectului .....	10
5.4 Obiectivele strategiei de informare și conștientizare .....	10
<b>6. GRUPURI ȚINTĂ</b> .....	<b>11</b>
6.1 Măsurile planificate se vor adresa în mod direct: .....	11
6.2 Măsurile planificate se vor adresa în mod indirect: .....	12
<b>7. MESAJUL</b> .....	<b>12</b>
7.1 Mesajul principal .....	12
7.2 Mesaje secundare .....	12
<b>8. METODE ȘI INSTRUMENTE DE COMUNICARE</b> .....	<b>13</b>
8.1 Mijloace ATL (mijloace de comunicare „deasupra liniei”):.....	13
8.2 Mijloace BTL (mijloace de comunicare „dedesubtul liniei”):.....	13
<b>9. implementarea strategiei. ACTIVITĂȚI. metodologie</b> .....	<b>13</b>
9.1 I. Publicitatea Măsurii.....	14
9.2 II. Elaborarea Strategiei .....	16
9.3 III. Derularea campaniei de conștientizare publică.....	19

9.4. Tabel GANTT – Activități de informare și conștientizare .....	24
<b>12.MONITORIZARE .....</b>	<b>26</b>
12.1 Dosar publicitate .....	26
12.2 Indicatori de monitorizare.....	27
<b>13. CONCLUZII .....</b>	<b>28</b>
<b>14. BIBLIOGRAFIE .....</b>	<b>28</b>

## **1. INTRODUCERE**

Informarea și conștientizarea publicului larg asupra avantajelor reabilitării sitului poluat istoric din Municipiul Turda va conduce la conștientizarea problemelor de mediu și dobândirea de cunoștințe, deprinderi, motivații, valori și angajamente de care oamenii au nevoie pentru a gospodări eficient resursele pământului și de a-și asuma răspunderea pentru menținerea calității mediului.

Elaborarea unei strategii de informare și conștientizare asigură transparență și promovarea corespunzătoare a proiectului.

## **2. CADRUL LEGAL**

Proiectul „Reabilitarea Sitului Poluat Istoric – Depozit Deșeuri Periculoase UCT – Poșta Rât (Municipiul Turda)” a fost inițiat de **Municipiul Turda** și este finanțat prin Programul Operațional Sectorial Mediu (POS Mediu) Axa 2.2. Reabilitarea zonelor poluate istoric – Depozit Deșeuri periculoase UCT – Poșta Rât (Municipiul Turda) prin contractul de finanțare nr.133141/11.07.2011. semnat cu Ministerul Mediului și Pădurilor în calitate de Autoritate de Management (AM) pentru POS Mediu.

Valoarea totală a proiectului, fără TVA, este de **81.931.471 Lei**, din care 80% finanțare din Fondul European de Dezvoltare Regională, 18% din bugetul de stat, 2% din bugetul local al Municipiului Turda.

Durata de realizare a proiectului este de 33 luni în perioada 11.07.2011.-10.04.2014.

Proiectul include activități de informare și conștientizare, în conformitate cu prevederile **Regulamentului UE Nr. 1159/2000** respectând prevederile **Manualului de Identitate Vizuală** pentru Instrumentele Structurale în România 2007-2011, referitor la detalii despre caracteristicile tehnice ale materialelor (tonuri de culoare, dimensiuni, format, etc.); Reguli specifice privind utilizarea instrumentelor de informare și publicitate; Modele de materiale publicitare (model comunicat (anunț) de presă, panou, etc.).

Măsurile menționate în prezentul document privind strategia de informare și conștientizare vor fi implementate în conformitate cu prevederile **Regulamentului Comisiei nr.1828/2066 din decembrie 2006, articolele 8 și 9.**

### **3. ANALIZA SITUAȚIEI ACTUALE**

#### **3.1 Situația actuală a sitului**

Situl contaminat Poșta Rât este situat pe malul stâng al Râului Arieș, în extravilanul Municipiului Turda și ocupă o suprafață de 10 ha. În urma unor studii realizate asupra sitului Poșta Rât s-a estimat că pe suprafața acestuia s-au depozitat de-a lungul timpului 10.000 mc de deșeuri, echivalent unei cantități de 18.500 tone substanțe poluante.

##### **3.1.1 Cui se datorează poluarea sitului?**

Poluarea sitului se datorează activităților fostei Uzine Chimice Turda. Deșeurile (HCH) care au rezultat din procesul de fabricare a lindanului – pesticid utilizat în agricultură, în Uzinele Chimice Turda au fost depozitate necontrolat, în perioada 1954-1983, în 4 localități din Turda, unul dintre amplasamente fiind Poșta Rât.

##### **3.1.2 Influențe negative**

Ca urmare a activităților de depozitare necontrolată desfășurate pe situl Poșta Rât, au fost afectați toți factorii de mediu:

- apa subterană
- solul aferent sitului

Efectele negative ale poluării se resimt de asemenea și asupra biodiversității zonei. Rezultatele analizelor efectuate pe situl Poșta Rât ale probelor de sol și apă subterană au evidențiat riscuri atât pentru mediu, cât și pentru sănătatea umană.

Principalele riscuri sunt:

- riscul de contaminare a apei subterane și de suprafață prin spălarea, infiltrarea și migrarea contaminanților de pe depozit;
- risc pentru sănătatea locuitorilor din vecinătatea amplasamentului prin inhalarea prafului conținând contaminanți antrenati de pe depozit;
- risc pentru sănătatea locuitorilor din apropierea sitului prin contact epidermic sau ingestie directă prin intermediul fructelor/legumelor care asimilează poluantul principal (HCH).

### **3.1.3 Remedierea situației**

Analizele chimice efectuate asupra solului și apei freatică din zona Poșta Rât au condus la necesitatea luării unor măsuri pentru depoluarea acestuia. Prin proiectul „Reabilitarea siturilor poluate istoric – Depozit de deșeuri periculoase UCT – Poșta Rât (Municipiul Turda)” se dorește decontaminarea sitului Poșta Rât și transformarea acestuia într-o zonă verde de utilitate publică. Astfel pentru acestea vor fi întreprinse următoarele măsuri:

- tratarea solului contaminat
- tratarea apei subterane
- acoperirea solului decontaminat cu un strat de pământ vegetal
- replantarea suprafeței sitului cu arbori.

După încheierea măsurilor de decontaminare, în vederea asigurării reușitei remedierii, situl Poșta Rât va fi monitorizat pentru o perioadă de 10 ani.

### **3.1.4 Gestionarea deșeurilor periculoase**

Metoda cea mai bună de gestionare a deșeurilor periculoase are la bază respectarea următoarelor priorități:

- prevenirea apariției – prin aplicarea “tehnologiilor curate” în activitățile care generează deșeurile periculoase;
- reducerea cantităților – prin aplicarea celor mai bune practici în fiecare domeniu de activitate generator de deșeuri periculoase;
- eliminarea finală – prin depozitarea în locuri special amenajate, controlate și monitorizate.

### **3.1.5 Proveniența substanțelor periculoase**

Sursele de poluare specifice sunt cele industriale, activitățile menajere, mijloacele de transport auto, etc.

Substanțele periculoase provin, în principal din activitățile industriale.

### **3.1.6 Măsuri de prevenire**

Măsurile de prevenire a poluării au la bază respectarea următoarelor:

- înlocuirea materialelor periculoase cu materiale nepericuloase, evitându-se astfel apariția deșeurilor periculoase;
- prevenirea poluării prin evitarea apariției, minimizarea cantităților, tratarea în scopul recuperării, tratarea și eliminarea în condiții de siguranță pentru mediu;
- tratarea și eliminarea deșeurilor cât mai aproape de sursa generatoare;
- eliminarea deșeurilor să se realizeze la toate nivelurile sociale și economice;
- cel care cauzează poluarea să răspundă și să plătească pentru faptele lui

### **3.1.7 Avantajele reabilitării sitului poluat**

Avantajele reabilitării sitului poluat istoric Poșta Rât (Municipiul Turda) se pot clasifica în funcție de efectele pozitive pe care acțiunea o are, astfel:

- a) Limitarea efectului poluării asupra mediului înconjurător prin:
  - decontaminarea solului de mică adâncime
  - decontaminarea apei de suprafață
  - îmbunătățirea calității aerului
  - reducerea contaminanților prezenți pe sit
  - reabilitarea habitatelor prezente în zonă
  - îmbunătățirea calității mediului
  - participarea la durabilitatea mediului
  - transformarea zonei decontaminate în zonă verde
- b) Limitarea efectului poluării asupra populației prin:
  - reducerea riscului de contaminare a populației
  - îmbunătățirea condițiilor de viață și de sănătate a populației
  - transformarea zonei decontaminate în zonă verde de acces public
  - transformarea zonei decontaminate în spațiu recreativ pentru populație

Rezultatul imediat al acțiunilor prezentate va fi reducerea decalajului existent între Uniunea Europeană și România cu privire la infrastructura de mediu atât din punct de vedere cantitativ cât și calitativ.

---

## 3.2 Analiza situației din punctul de vedere al informării și comunicării

### 3.2.1 Analiză SWOT

Analiza SWOT ne ajută să vedem mai clar care sunt în acest moment punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și factorii care amenință buna desfășurare a activităților strategiei de informare și conștientizare, și atingerea obiectivelor acestei strategii. Ei au cerut swot pt informare? Sau noi facem ca sa fie un pct de plecare pt strategie?

<p><b>S (Strengths - puncte tari)</b></p> <p>Pentru a atinge obiectivele avem la dispoziție:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• un proiect de interes general (rezultatele proiectului vizează locuitorii Municipiului Turda, cca. 60.000 pers.)</li> <li>• un buget alocat de 80.000 lei</li> <li>• o perioadă de 26 de luni</li> <li>• o echipă de proiect dedicată</li> <li>• relații bune cu reprezentanții mass-mediei locale,</li> <li>• săli unde putem desfășura evenimentele menționate în campania de informare</li> </ul>	<p><b>W (Weaknesses – puncte slabe)</b></p> <p>Punctele slabe actuale sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cunoștințele insuficiente ale populației locale despre procesul corect de gestionare a deșeurilor periculoase</li> <li>• cunoștințele insuficiente ale populației locale despre consecințele pășunatului pe terenurile poluate</li> </ul>
<p><b>O (Opportunities – oportunități)</b></p> <p>Oportunitățile care pot fi exploatate sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• relațiile bune cu școlile din Municipiul Turda (în organizarea campaniei de informare),</li> <li>• bunele relații cu instituțiile publice locale și regionale și actorii regionali (consiliile județene, consiliile locale, agențiile de mediu locale și regionale, agențiile de ocupare a forței de muncă, centrele de formare profesională, camere de comerț și industrie, agențiile de dezvoltare, etc.)</li> </ul>	<p><b>T (Threats – amenințări)</b></p> <p>Amenințările pot fi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• un număr redus de participanți la evenimentele din campania de informare</li> <li>• circumstanțe externe negative neprevizibile</li> </ul>

Strategia urmărită va fi o strategie bazată pe punctele tari, care urmărește exploatarea oportunităților și contracarează cele slabe.



#### **4. NEVOIA DE INFORMARE ȘI CONȘTIENTIZARE**

Informarea și educarea publică privind implementarea acestui proiect este necesară, deoarece implementarea proiectului de reabilitare a sitului poluat din Municipiul Turda urmărește reducerea gradului de poluare asupra populației și a mediului, beneficiarii principali fiind: **populația locală și publicul larg**. Majoritatea cetățenilor României, care locuiesc în apropiere de situri contaminate își doresc ca aceste situri să fie curate. În acest scop situl din Turda a fost ales pentru finanțare, deoarece prezintă un nivel ridicat de poluare asupra populației și a mediului.

Fiind vorba despre un proiect a cărui public țintă este comunitatea locală, activitatea de educare și de conștientizare a publicului sunt componente cheie ale strategiei de decontaminare a sitului, astfel, se poate obține o susținere din partea publicului și o promovare a dezvoltării durabile prin îmbunătățirea gradului de cunoaștere și înțelegere a problemelor de mediu, atât în rândul populației locale, al turiștilor cât și al altor beneficiari.

#### **5. OBIECTIVELE DE INFORMARE ȘI CONȘTIENTIZARE**

##### **5.1 Obiectivul global al POS Mediu**

Obiectivul global al POS Mediu vizează îmbunătățirea standardelor de viață ale populației și a standardelor de mediu și, în același timp, contribuie substanțial la îndeplinirea angajamentelor de aderare a României la UE cu privire la protecția mediului.

Totodată se are în vedere reducerea decalajului existent între Uniunea Europeană și România cu privire la infrastructura de mediu atât din punct de vedere cantitativ cât și calitativ. Aceasta ar trebui să se concretizeze în servicii publice eficiente, cu luarea în considerare a principiului dezvoltării durabile și a principiului “poluatorul plătește”.

##### **5.2 Obiectivul general al proiectului**

Obiectivul general al proiectului este limitarea efectului poluării asupra populației și mediului înconjurător, reducerea contaminanților prezenți pe sit, în vederea păstrării solului la condițiile standard pentru utilizarea ca spațiu verde de acces public, respectiv, transformarea în zonă peisagistică (plantare de vegetație) și folosirea ca spațiu recreativ

pentru populație. Scopul principal al acestui proiect, este eliminarea contaminanților de suprafață și de mică adâncime, care reprezintă un pericol pentru sănătatea populației din zonă, și nu numai.

### **5.3 Obiectivul specific al proiectului**

Obiectivul specific al proiectului îl constituie decontaminarea terenului și transformarea acestuia într-o zonă de utilitate publică, implicit într-o zonă peisagistică. Astfel, prin lucrările care se vor executa în cadrul acestui proiect 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 poluanților trebuie reduse printr-o metodă optimă, ținându-se cont de constrângerile sitului.

### **5.4 Obiectivele strategiei de informare și conștientizare**

Măsurile de informare și conștientizare ce urmează a fi implementate conform acestei strategii au obiectivul de: (1) **a informa publicul** în legătură cu acțiunile de decontaminare a sitului poluat istoric, (2) **a aduce un plus de cunoștințe beneficiarilor** despre îmbunătățirea serviciilor de gestionare a deșeurilor și despre problemele de mediu, (3) **a sensibiliza publicul** cu privire la importanța îmbunătățirii proceselor de gestionare a deșeurilor periculoase și de a conștientiza publicul cu privire la efectele pășunatului pe terenurile poluate, și (4) **a crește gradul de responsabilitate și a spori cunoștințele publicului țintă** privind problemele de mediu, dezvoltarea durabilă și avantajele reabilitării sitului poluat istoric.

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

Acțiunile care vor ajuta la atingerea obiectivului 1:

- Organizarea a două conferințe de presă – la început și la sfârșit – pentru informarea mass mediei cu privire la activitățile proiectului
- Elaborarea a patru comunicate (anunț) de presă
- Amplasarea unor panouri informative temporare, și înlocuirea lor cu panouri permanente după finalizarea proiectului

- Crearea unei pagini web a proiectului
- Aplicarea unor etichete autocolante pe echipamentele achiziționate

Acțiunile care vor ajuta la atingerea obiectivului 2:

- Crearea unei pagini web a proiectului
- Realizarea broșurii ”Poveste de Succes”
- Elaborarea unor comunicate științifice

Acțiunile care vor ajuta la atingerea obiectivului 3:

- Organizarea unei dezbateri publice cu privire la proiect
- Organizarea unui simpozion cu privire la proiect
- Organizarea unei campanii de informare cu privire la proiect

Acțiunile care vor ajuta la atingerea obiectivului 4:

- Apariții TV ale echipei de proiect
- Afișe cu informații despre proiect
- Fluturași cu informații despre proiect
- Realizarea broșurii ”Poveste de Succes”

## **6. GRUPURI ȚINTĂ**

Beneficiarul proiectului fiind Municipiul Turda, publicul țintă al strategiei de informare și conștientizare este **populația Municipiului** și populația localităților învecinate.

### **6.1 Măsurile planificate se vor adresa în mod direct:**

1. **locuitorilor Municipiului Turda** și localităților învecinate (prin fluturași și broșuri cu informații despre proiect, panouri informative și o pagină web, respectiv prin evenimentele organizate în cadrul campaniei de conștientizare publică)
2. **instituțiilor publice locale și regionale, și actorilor regionali** (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 în punctele de interes general, respectiv la locația implementării proiectului);

3. **elevii și fermierii** din Municipiul Turda și localitățile înconjurătoare (printr-o campanie de informare).

## **6.2 Măsurile planificate se vor adresa în mod indirect:**

populației Municipiului Turda, a localităților învecinate și **publicului larg** cu ajutorul:

1. **mass mediei** (prin conferințele de presă despre activitățile proiectului, patru comunicate (anunțuri) de presă și două apariții TV ale echipei de proiect).

## **7. MESAJUL**

Având în vedere obiectivele strategiei și grupurile țintă, s-au formulat următoarele mesaje:

### **7.1 Mesajul principal**

- Decontaminarea sitului poluat istoric – depozit deșeuri periculoase UCT – Poșta Rât este un proiect de interes general, de care vor beneficia toți locuitorii Municipiului Turda, și care va contribui la îmbunătățirea standardelor de viață ale populației și a standardelor de mediu prin reabilitarea sitului și transformarea acestuia în spațiu verde, într-o zonă de utilitate publică: **”Transformăm situl poluat în spațiu verde”**.

### **7.2 Mesaje secundare**

- Acest proiect este un proiect de interes general.
- Primăria Municipiului Turda și Uniunea Europeană prin programul POS Mediu acționează pentru limitarea efectului poluării asupra populației și mediului înconjurător.
- Pășunatul pe terenurile poluate dăunează animalelor și omului.
- Este important să cunoaștem și să practicăm modalitățile optime de gestionare a deșeurilor.
- Este important să ocrotim mediul înconjurător.

## **8. METODE ȘI INSTRUMENTE DE COMUNICARE**

Mijloacele de comunicare folosite în implementarea strategiei de informare și conștientizare sunt:

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

- 1. Presa scrisă** (prin conferințele de presă despre activitățile proiectului și elaborarea a patru comunicate (anunțuri) de presă: la începerea proiectului, la începerea activității de tratare a solului, în timpul derulării proiectului și la încheierea proiectului)
- 2. Outdoor și print** (panouri de informare înlocuite mai apoi cu plăci pentru amplasare permanentă, aplicarea unor etichete autocolante pe echipamentele achiziționate, afișe, fluturași, broșuri)
- 3. TV** (apariții TV ale echipei de proiect)

### **8.2 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)

## **9. IMPLEMENTAREA STRATEGIEI. ACTIVITĂȚI. METODOLOGIE**

Pornind de la obiectivele POS Mediu, obiectivele generale și specifice ale proiectului și obiectivele strategiei de informare și conștientizare, și ținând cont de profilul grupului țintă, Municipiul Turda în calitate de beneficiar planifică activitățile menționate mai jos, conform tabelului nr.1 și a planului de lucru din graficului Gantt, în scopul realizării informării și conștientizării publicului.

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:

## 9.1 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.

**Necesitatea acestei acțiuni:** asigurarea diseminării și a transparenței programului POS Mediu.

**Rezultate așteptate:** se va realiza diseminarea și transparența acestui program.

**Data estimativă de derulare a activității:** februarie 2012.

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, la începerea tratării solului, în timpul derulării proiectului și la încheierea proiectului). Prima conferință de presă va fi organizată cu scopul informării mass-mediei asupra debutului proiectului asigurând transparența privind folosirea fondurilor nerambursabile alocate prin POS Mediu, precum și informarea grupurilor țintă asupra efectelor și rezultatelor proiectelor finanțate prin POS Mediu. A doua conferință va informa mass media despre rezultatele și beneficiile proiectului, respectiv impactul acestuia asupra beneficiarilor.

**Necesitatea acestei acțiuni:** informarea mass mediei joacă un rol extrem de important în atingerea obiectivelor strategiei de informare și publicitate. Prin mass media se ajunge la informarea și conștientizarea publicului larg.

**Rezultate așteptate:** publicul va fi mai bine informat în legătură cu acțiunile de decontaminare a sitului poluat istoric.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** se va informa mass media, locuitorii Municipiului Turda, și publicul larg, cca. 60.000 de persoane.

**Data estimativă de derulare a activității:** s-a planificat o conferință de presă în iunie 2012, la demararea fazei de implementare a proiectului, și una la sfârșitul activităților din proiect, în aprilie 2014.

Comunicatele (anunțurile) de presă vor fi realizate la începerea activităților proiectului (februarie 2012), începerea tratării solului (septembrie 2012), în

timpul derulării proiectului (august 2013) și la încheierea proiectului (aprilie 2014).

- 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.

**Necesitatea acestei acțiuni:** această activitate are ca scop creșterea gradului de responsabilitate și sporirea cunoștințelor publicului țintă privind problemele mediului și avantajele reabilitării sitului.

**Rezultate așteptate:** publicul țintă va fii mai bine informat privind problemele mediului și avantajele reabilitării sitului.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** se va informa mass media, locuitorii Municipiului Turda, și publicul larg, cca. 60.000 de persoane.

**Data estimativă de derulare a activității:** s-a planificat o apariție TV în octombrie 2012, după începerea tratării solului, și una la încheierea activităților proiectului, în aprilie 2014.

- 4.** Montarea de **panouri informative** 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 fii înlocuite cu plăci pentru amplasare permanentă în maxim 6 luni de la finalizarea lucrării.

**Necesitatea acestei acțiuni:** asigurarea diseminării și a transparenței programului POS Mediu.

**Rezultate așteptate:** se va realiza diseminarea și transparența acestui program, și se va realiza informarea publicului în legătură cu acțiunile de decontaminare a sitului poluat istoric.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 60.000 de persoane.

**Data estimativă de derulare a activității:** panourile temporare vor fi amplasate înaintea începerii construirii șantierului, în august 2012, iar cele permanente vor fi amplasate cu cel mult 6 luni după finalizarea proiectului.

## **9.2 II. Elaborarea Strategiei**

1. Elaborarea documentului conținând strategia de informare și conștientizare și a planurilor privind măsurile de informare și publicitate pe anul 2012, 2013 și 2014.

**Necesitatea acestei acțiuni:** aceste documente sunt necesare pentru planificarea cât mai precisă a implementării activităților de informare, publicitate și conștientizare.

**Data estimativă de derulare a activității:** planurile anuale privind măsurile de informare și publicitate vor fi finalizate în prima lună a fiecărui an, iar strategia de informare și conștientizare va fi elaborată în februarie 2012.

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.

Chestionarele au scopul de a evalua cunoștințele preexistente a participanților despre problemele mediului înconjurător în general și problemele locale, despre procesele de gestionare a deșeurilor, despre efectele pășunatului pe terenuri poluate și despre impactul mediului și a terenurilor poluate asupra vieții umane. Prin completarea unui nou chestionar la încheierea activității, se va putea calcula mai exact ce plus de cunoștințe au acumulat participanții în urma activităților de informare la care au participat, și în ce măsură am reușit prin aceste activități să sensibilizăm publicul.

Raportul de evaluare va fi realizat în urma prelucrării informațiilor obținute din aceste chestionare.

**Necesitatea acestei acțiuni:** raportul de evaluare este necesar pentru a putea estima rezultatele implementării strategiei de informare și conștientizare.

**Rezultate așteptate:** raportul de evaluare va arăta rezultatele implementării strategiei.



**Data estimativă de derulare a activității:** aprilie 2014, după încheierea activităților preconizate în strategia de informare și conștientizare.

3. Se va realiza o **pagină web** a proiectului care va conține descrierea proiectului și a activităților acestuia. Această pagină va fi actualizată cu noi informații și imagini privind stadiul proiectului pe parcursul implementării acestuia și a derulării activităților din strategia de informare și conștientizare.

**Necesitatea acestei acțiuni:** pagina web este una dintre cele mai de bază metode de diseminare și de informare a publicului țintă cu privire la proiect. Aceasta va conține toate informațiile legate de finanțator și de suma obținută, de activitățile și stadiul actual al proiectului, de rezultatele scontate și de beneficii, respectiv de toate activitățile de informare și conștientizare legate de proiect. Pagina web este suprafața care poate fi actualizată cel mai rapid și cel mai ușor, și poate să conțină astfel toate informațiile actuale și la zi legate de proiect.

**Rezultate așteptate:** pagina web va oferi transparență proiectului, va ajuta la informarea publicului în legătură cu acțiunile de decontaminare a sitului poluat istoric, și va ajuta în a aduce un plus de cunoștințe beneficiarilor despre procesele de gestionare a deșeurilor și problemele legate de mediu.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 2.000 de utilizatori vor vizita acest site.

**Data estimativă de derulare a activității:** aprilie 2012.

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 și publicul larg** privind evoluția proiectului. Acestea vor fi reafișate periodic pentru a asigura vizibilitatea acestora pe toată perioada derulării proiectului. Afișele vor conține informații despre finanțator, sumele de finanțare obținute, beneficiarul și responsabilul pentru implementarea proiectului (Primăria Municipiului Turda), obiectivele și rezultatele preconizate ale proiectului, și despre beneficiile și impactul acestuia asupra populației locale.

**Necesitatea acestei acțiuni:** informarea actorilor regionali și a publicului larg este un pas important spre asigurarea durabilității rezultatelor proiectului. Pentru asigurarea dezvoltării durabile și pentru a crește gradul de responsabilitate a

beneficiarilor și a publicului țintă, este necesară informarea autorităților și organizațiilor locale și regionale interesate de acțiunile proiectului.

**Rezultate așteptate:** instituțiile și organizațiile locale și regionale, factorii interesați de activitățile acestui proiect, dar și publicul larg va fi informat cu privire la beneficiile și impactul proiectului, crescându-se astfel gradul de responsabilitate și sporindu-se cunoștințele publicului țintă privind problemele de mediu, dezvoltarea durabilă și avantajele reabilitării sitului poluat istoric.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 5000 de persoane, și toți actorii regionali.

**Data estimativă de derulare a activității:** aprilie 2012.

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. Broșurile vor conține informații și imagini despre rezultatele proiectului, și despre beneficiile și impactul acestuia asupra populației locale.

**Necesitatea acestei acțiuni:** broșura ”Poveste de Succes” va fi un rezumat al activităților, beneficiilor și al impactului proiectului ”Reabilitarea siturilor poluate istoric – Depozit de deșeuri periculoase UCT – Posta Rât (Municipiul Turda)” asupra publicului țintă. Aceasta va aduce un plus de cunoștințe beneficiarilor despre îmbunătățirea serviciilor de gestionare a deșeurilor și despre problemele de mediu, și va ajuta la creșterea gradului de responsabilitate și sporirea cunoștințelor publicului țintă privind problemele de mediu, dezvoltarea durabilă și avantajele reabilitării sitului poluat istoric.

**Rezultate așteptate:** beneficiari vor avea un plus de cunoștințe despre procesele corecte de gestionare a deșeurilor și despre problemele mediului înconjurător. Gradul de responsabilitate sporit al publicului țintă va contribui la dezvoltarea durabilă a regiunii.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 200 de persoane.

**Data estimativă de derulare a activității:** februarie 2014.

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 vor fi distribuite și în cadrul campaniei de informare și conștientizare. Fluturașii vor conține informații despre finanțator, sumele de finanțare obținute, beneficiarul și responsabilul pentru implementarea proiectului (Primăria Municipiului Turda), obiectivele și rezultatele preconizate ale proiectului, și despre beneficiile și impactul acestuia asupra populației locale.

**Necesitatea acestei acțiuni:** informarea actorilor regionali și a publicului larg este un pas important spre asigurarea durabilității rezultatelor proiectului. Pentru asigurarea dezvoltării durabile și pentru a crește gradul de responsabilitate a beneficiarilor și a publicului țintă, este necesară informarea autorităților, și organizațiilor locale și regionale interesate de acțiunile proiectului.

**Rezultate așteptate:** instituțiile și organizațiile locale și regionale, factorii interesați în activitățile acestui proiect, dar și publicul larg va fi informat cu privire la beneficiile și impactul proiectului, crescându-se astfel gradul de responsabilitate și sporindu-se cunoștințele publicului țintă privind problemele de mediu, dezvoltarea durabilă și avantajele reabilitării sitului poluat istoric.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 5000 de persoane.

**Data estimativă de derulare a activității:** aprilie 2012.

### **9.3 III. Derularea campaniei de conștientizare publică**

1. Tipărirea unor **afișe**, care vor fi amplasate la sediile instituțiilor care sunt influențate 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 și publicul larg** privind evoluția proiectului. Acestea vor fi reafișate periodic pentru a asigura vizibilitatea acestora pe toată perioada derulării proiectului. Afișele vor conține informații despre finanțator, sumele de finanțare obținute, beneficiarul și responsabilul pentru implementarea proiectului (Primăria Municipiului Turda), obiectivele și rezultatele preconizate ale proiectului, și despre beneficiile și impactul acestuia asupra populației locale.

**Necesitatea acestei acțiuni:** informarea actorilor regionali și a publicului larg este un pas important spre asigurarea durabilității rezultatelor proiectului. Pentru asigurarea dezvoltării durabile și pentru a crește gradul de responsabilitate a beneficiarilor și a publicului țintă, este necesară informarea autorităților, și organizațiilor locale și regionale interesate de acțiunile proiectului.

**Rezultate așteptate:** instituțiile și organizațiile locale și regionale, factorii interesați în activitățile acestui proiect, dar și publicul larg va fi informat cu privire la beneficiile și impactul proiectului, crescându-se astfel gradul de responsabilitate și sporindu-se cunoștințele publicului țintă privind problemele de mediu, dezvoltarea durabilă și avantajele reabilitării sitului poluat istoric.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 5000 de persoane, și toți actorii regionali.

**Data estimativă de derulare a activității:** aprilie 2012.

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.

**Necesitatea acestei acțiuni:** broșura ”Poveste de Succes” va fi un rezumat al activităților, beneficiilor și al impactului proiectului ”Reabilitarea siturilor poluate istoric – Depozit de deșeuri periculoase UCT – Posta Rât (Municipiul Turda)” asupra publicului țintă. Aceasta va aduce un plus de cunoștințe beneficiarilor despre îmbunătățirea serviciilor de gestionare a deșeurilor și despre problemele de mediu, și va ajuta la creșterea gradului de responsabilitate și sporirea cunoștințelor publicului țintă privind problemele de mediu, dezvoltarea durabilă și avantajele reabilitării sitului poluat istoric.

**Rezultate așteptate:** beneficiarii vor avea un plus de cunoștințe despre procesele corecte de gestionare a deșeurilor și despre problemele mediului înconjurător. Gradul de responsabilitate sporit al publicului țintă va contribui la dezvoltarea durabilă a zonei.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 200 de persoane.

**Data estimativă de derulare a activității:** februarie 2014.

3. Tipărirea unor **fluturași** care informează populația locală cu privire la proiect și rezultatele acestuia. Aceștia vor fi amplasați 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 vor fi distribuite și în cadrul campaniei de informare și conștientizare. Fluturașii vor conține informații despre finanțator, finanțarea nerambursabilă obținută, beneficiarul și responsabilul pentru implementarea proiectului (Primăria Municipiului Turda), obiectivele și rezultatele preconizate ale proiectului, și despre beneficiile și impactul acestuia asupra populației locale.

**Necesitatea acestei acțiuni:** informarea actorilor regionali și a publicului larg este un pas important spre asigurarea durabilității rezultatelor proiectului. Pentru asigurarea dezvoltării durabile și pentru a crește gradul de responsabilitate a beneficiarilor și a publicului țintă, este necesară informarea autorităților, și organizațiilor locale și regionale interesate de acțiunile proiectului.

**Rezultate așteptate:** instituțiile și organizațiile locale și regionale, factorii interesați de activitățile acestui proiect, dar și publicul larg va fi informat cu privire la beneficiile și impactul proiectului, crescându-se astfel gradul de responsabilitate și sporindu-se cunoștințele publicului țintă privind problemele de mediu, dezvoltarea durabilă și avantajele reabilitării sitului poluat istoric.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 5000 de persoane.

**Data estimativă de derulare a activității:** aprilie 2012.

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 Rât, și întocmirea unei **liste de sugestii** pe baza recomandărilor și solicitărilor primite de la participanții la dezbateri. Invitați la dezbateri publice și la simpozion vor fi cca 50, respectiv 30 de persoane, reprezentanți ai consiliilor județene, consiliilor locale, agențiilor de mediu locale și regionale, agențiilor de ocupare a forței de muncă, centrelor de formare profesională, camerelor de comerț și industrie, și ale agențiilor de dezvoltare, dar va fi deschis și publicului larg. La dezbateri se va purta o discuție între reprezentatul sau reprezentanții echipei de proiect și invitați despre finanțarea obținută, activitățile și derularea proiectului, și despre beneficiile și impactul acestuia asupra mediului și asupra

vieții și sănătății umane. La simpozion vor fi prezentate realizările și rezultatele proiectului.

**Necesitatea acestei acțiuni:** pentru asigurarea dezvoltării durabile și pentru a crește gradul de responsabilitate a beneficiarilor și a publicului țintă, este necesară informarea autorităților, și organizațiilor locale și regionale interesate de acțiunile proiectului.

**Rezultate așteptate:** instituțiile și organizațiile locale și regionale, factorii interesați de activitățile acestui proiect, vor fi informați despre finanțarea obținută, despre derularea, beneficiile și impactul proiectului, crescându-se astfel gradul de responsabilitate și sporindu-se cunoștințele publicului țintă privind problemele de mediu, dezvoltarea durabilă și avantajele reabilitării sitului poluat istoric.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** la dezbateri vor fi invitați cca. 50 de persoane, reprezentanți ai consiliilor județene, consiliilor locale, agențiilor de mediu locale și regionale, agențiilor de ocupare a forței de muncă, centrelor de formare profesională, camerelor de comerț și industrie, și ale agențiilor de dezvoltare, dar va fi deschis și publicului larg, iar la simpozion 30 de persoane din rândul organizațiilor locale și regionale interesate de activitățile acestui proiect.

**Data estimativă de derulare a activității:** dezbateri va fi organizată în februarie 2013, iar simpozionul în martie 2013.

5. Realizarea unei **campanii de informare** privind reabilitarea sitului poluat istoric, cu scopul sensibilizării publicului țintă cu privire la importanța decontaminării siturilor poluate și cu privire la consecințele pășunatului pe astfel de terenuri, și cu scopul de a aduce un plus proiectului, contribuind la realizarea obiectivelor finale, prin asigurarea dezvoltării durabile.

Campania de informare va ținti de pe o parte elevii Municipiului. Pentru aceștia s-au planificat prezentări despre importanța ocrotirii mediului, și despre importanța aplicării unui model corect de gestionare a deșeurilor. Elevii vor vedea o prezentare despre subiect, comunicată la nivelul lor de înțelegere, și vor primi materiale informative redactate pentru acest eveniment.

Pe de altă parte, s-a planificat și informarea fermierilor din zona Municipiului asupra consecințelor pășunatului pe terenuri poluate. Fermierii vor fi informați

despre efectele pășunatului pe terenuri poluate, și vor primi materiale informative redactate special pentru ei, conținând informații suplimentare despre acest subiect.

**Necesitatea acestei acțiuni:** Este extrem de important ca generația tânără să fie educată adecvat în ceea ce privește problemele mediului înconjurător în general, și cu privire la gestionarea corectă a deșeurilor. Este foarte important ca fermierii să fie conștienți de efectele pășunatului pe terenuri poluate, pentru a putea fi evitată îmbolnăvirea umană cauzată de alimentele care provin de la aceste animale.

**Rezultate așteptate:** elevii care participă la evenimentele campaniei de informare, vor avea cunoștințe mai bogate despre problemele mediului înconjurător și procesele corecte de gestionare a deșeurilor periculoase. Prin educarea lor se asigură și durabilitate pentru rezultatele proiectului, respectiv, se țintește prevenirea unor noi situații de poluare a terenurilor din localitatea lor. Fermierii vor avea cunoștințe mai bogate despre efectele pășunatului pe terenurile poluate.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 300 de elevi și 8 fermieri.

**Data estimativă de derulare a activității:** campania va fi lansată în martie 2012 și va avea o durată de trei luni.

6. Elaborarea a două **comunicate științifice** despre proiectul Reabilitarea Sitului Poluat Istoric – Depozit Deșeurilor periculoase UCT – Poșta Rât.

**Necesitatea acestei acțiuni:** această acțiune va aduce un plus de cunoștințe publicului țintă despre îmbunătățirea serviciilor de gestionare a deșeurilor și despre problemele de mediu.

**Numărul de persoane informate prin această activitate:** cca. 5.000 de persoane vor fi informate.

**Data estimativă de derulare a activității:** comunicatele științifice vor fi elaborate în septembrie 2012 și martie 2014.

**9.4. Tabel GANTT – Activități de informare și conștientizare**

Activitate	2012												2013												2014				
	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																													
Elaborare chestionare																													
Prelucrarea informațiilor obținute din chestionare																													
Raport de evaluare a impactului campaniei de informare																													
Realizarea paginii web a proiectului																													



**Strategia de informare și conștientizare**

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

Activitate	2012												2013												2014				
	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	+
Realizare și distribuție fluturași informativi																													
Realizare și distribuie broșuri																													
Realizare și distribuie afișe - acțiuni de informare a actorilor regionali																													
Dezbatere publică privind proiectul - acțiuni de informare a riveranilor																													
Crearea unei liste de sugestii oferite de către participanții la dezbateră publică																													
Simpozion privind proiectul - acțiuni de informare a riveranilor																													
Campanie de informare																													
Elaborarea a două comunicate științifice despre proiect																													
Monitorizarea acțiunilor de informare și publicitate																													

## **12.MONITORIZARE**

### **12.1 Dosar 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 și strategia de informare și conștientizare.

## 12.2 Indicatori de monitorizare

Indicator	Valoare planificată	Data limită
Plan privind măsurile de informare și publicitate	3	30.01.2012 30.01.2013. 30.01.2014.
Etichete autocolante	15	30.02.2012
Conferințe de presă	2	01.04.2014
Comunicat (anunț) de presă	4	01.04.2014
Apariții TV ale echipei de proiect	2	01.04.2014
Panouri informative	11	31.08.2012
Panouri permanente	11	10.10.2014
Strategie de informare și conștientizare	1	10.02.2012
Campanie de informare: prezentare despre importanța decontaminării siturilor poluate istoric la școlile din Municipiul Turda +prezentare pentru fermieri despre consecințele pășunatului pe terenuri poluate	1	31.12.2012
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	01.03.2013
Chestionare	338 338	01.03.2012 31.03.2014
Raport de evaluare a impactului campaniei de informare	1	10.04.2014
Pagina web a proiectului	1	30.04.2012
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	30.09.2013

Dezbateri publică	1	01.03.2013
Simpozion	1	31.03.2014
Listă sugestii oferite de către participanții la dezbateri publică	1	01.03.2013
Elaborarea a două comunicate științifice despre proiect	2	31.03.2014

### **13. CONCLUZII**

Implementarea strategiei de informare și conștientizare va asigura transparența 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 contribui la sensibilizarea publicului cu privire la importanța îmbunătățirii proceselor de gestionare a deșeurilor periculoase și privind dezvoltarea durabilă, în a influența opinia publică în legătură cu acțiunile de decontaminare a siturilor poluate istoric, în a crește gradul de responsabilitate și a spori cunoștințele publicului țintă cu privire la consecințele pășunatului pe terenurile poluate și privind avantajele reabilitării sitului poluat istoric, și vor aduce un plus de cunoștințe beneficiarilor despre îmbunătățirea serviciilor de gestionare a deșeurilor și despre problemele de mediu.

Implementarea strategiei de informare și conștientizare va contribui la atingerea obiectivelor POS Mediu, și obiectivelor generale și specifice ale proiectului.

### **14. BIBLIOGRAFIE**

1. Manual de identitate vizuală pentru instrumentele structurale 2007-2013 în România
2. Dosarul de finanțare al proiectului (Cererea de finanțare, Studiul de fezabilitate)
3. Anexa III la contractul de finanțare – Publicitate
4. Anexa II la contractul de finanțare – Raportul de început