



MINISTERUL TRANSPORTURILOR  
DIRECȚIA GENERALĂ RELAȚII FINANCIARE EXTERNE  
Compartimentul Comunicare și Evaluare  
Componenta Comunicare

## STRATEGIA DE COMUNICARE

**aferentă proiectelor de transport finanțate prin  
fondurile de pre-aderare ex-ISPAA/PHARE**

**2007**



## **Cuprins**

I. Lista de abrevieri	4
II. Principii generale	5
III. Scopul Strategiei de Comunicare	6
IV. Obiectivele Strategiei de Comunicare	7
V. Public țintă	8
VI. Canale de comunicare	10
VII. Instrumente de informare și publicitate	11
VIII. Monitorizarea activității de informare și publicitate	13
IX. Evaluarea Strategiei de Comunicare	15
X. Bibliografie	16



**MINISTERUL TRANSPORTURILOR**  
**DIRECȚIA GENERALĂ RELAȚII FINANCIARE EXTERNE**  
**Compartimentul Comunicare și Evaluare**  
**Componenta Comunicare**

Acest document a fost elaborat de Gabriela Arghiroiu, responsabil cu comunicarea împreună cu Anca Enăchescu, expert, sub coordonarea Mihaelei Furtună, coordonator al Compartimentului Comunicare și Evaluare.

Prezenta Strategie de Comunicare aferentă proiectelor de transport finanțate prin fondurile de pre-aderare ex-ISPA/PHARE a fost aprobată de dl. Barna TANCZOS, Secretar de Stat, în data de 28.06.2007.



**MINISTERUL TRANSPORTURILOR**  
**DIRECȚIA GENERALĂ RELAȚII FINANCIARE EXTERNE**  
**Compartimentul Comunicare și Evaluare**  
**Componenta Comunicare**

**I. LISTA DE ABREVIERI**

MT	Ministerul Transporturilor
DGRFE	Direcția Generală Relații Financiare Externe
AI	Autoritate de Implementare
B	Beneficiarul
CE	Comisia Europeană
RCE	Reprezentanța Comisiei Europene în România
UE	Uniunea Europeană
CN ADNR SA	Compania Națională de Autostrăzi și Drumuri Naționale din România S.A.
CN CF CFR SA	Compania Națională de Căi Ferate” CFR” S.A.



## **II. PRINCIPII GENERALE**

Măsurile de informare și publicitate referitoare la intervențiile fondurilor europene au în vedere creșterea notorietății și transparenței acțiunii Uniunii Europene și formarea unei imagini omogene a intervențiilor respective în statele beneficiare.

Dacă până în prezent, sectorul transporturi a beneficiat de finanțări din fondurile de pre-aderare ISPA și PHARE, începând cu anul 2007, pentru dezvoltarea infrastructurii de transport, vor putea fi accesate fonduri comunitare nerambursabile alocate de Uniunea Europeană prin Fondul de Coeziune și Fondul European de Dezvoltare Regională.

Pentru proiectele finanțate din fondurile ex-ISPA/PHARE, activitatea de informare și publicitate constituie obiectul unui set de măsuri stabilite de către autoritățile competente naționale, regionale și locale, în colaborare cu Reprezentanța Comisiei Europene, pe durata Memorandumului de Finanțare.

În acest sens, Direcția Generală Relații Financiare Externe a elaborat **Strategia de Comunicare pentru proiectele finanțate din fondurile de pre-aderare ex-ISPA/PHARE**, document ce stabilește principalele direcții de acțiune **pentru perioada 2007-2010**, în vederea îndeplinirii cerințelor Uniunii Europene legate de activitatea de informare și publicitate.



### **III. SCOPUL STRATEGIEI DE COMUNICARE**

Având ca documente de referință:

- “Strategia Guvernului de Comunicare Internă și Externă privind Integrarea României în Uniunea Europeană”
- “Strategia Națională de Comunicare pentru Programul ISPA” adoptată de Guvernul României în ședința din 11 septembrie 2003
- Regulamentul Comisiei Europene (CE) nr.1164/1994 de creare a Fondului de Coeziune (art.14 Informare și Publicitate)
- Regulamentul Comisiei Europene (CE) nr. 1267/1999 privind constituirea unui instrument structural de preaderare ISPA (art.13 Informarea și Publicitatea)
- Anexa III din memorandumurile de finanțare ISPA privind măsurile de informare și publicitate
- Anexa D din memorandumurile de finanțare PHARE privind informarea și publicitatea
- Manualul de Identitate Vizuală al Reprezentației Comisiei Europene în România, ediția ianuarie 2007

definim:

***scopul Strategiei de Comunicare ex-ISPA/PHARE ca fiind informarea publicului privind contribuția Uniunii Europene la dezvoltarea sectorului transporturi din România prin acordare de sprijin financiar nerambursabil din fondurile de pre-aderare ex-ISPA/PHARE.***



#### IV. OBIECTIVELE STRATEGIEI DE COMUNICARE

##### IV.1. OBIECTIVE GENERALE:

Pentru îndeplinirea scopului declarat, Strategia de Comunicare are definite următoarele obiective generale:

1. **informarea publicului profesionist** asupra progresului lucrărilor, serviciilor, achizițiilor de bunuri aferente sectorului transporturi finanțate prin Facilitatea ISPA, în prezent Fondul de Coeziune conform Regulamentului Comisiei Europene nr. 1164/94, sau prin proiectele PHARE. Publicul profesionist este alcătuit din beneficiarii potențiali și finali, autoritățile publice centrale, regionale și locale, reprezentanți ai Comisiei Europene, organizațiile profesionale și mediile economice, partenerii economici și sociali, organizațiile neguvernamentale, operatorii de proiecte, reprezentanții mass-media, etc.
2. asigurarea transparenței activităților desfășurate de Ministerul Transporturilor și instituțiile relevante prin **informarea publicului larg** din România privind rolul Uniunii Europene în realizarea proiectelor finanțate din fondurile de pre-aderare **ex-ISPA/PHARE** (în conformitate cu cerințele privind informarea și publicitatea prevăzute în Memorandumul de Finanțare).

##### IV.2.OBIECTIVE SPECIFICE:

1. **informarea corectă și promptă** asupra stadiului de derulare a proiectelor de transport finanțate prin fondurile de pre-aderare ex-ISPA/PHARE;
2. **asigurarea coerenței fluxului de informații** asupra măsurilor ex-ISPA/proiectelor PHARE pentru a avea o perspectivă unitară cu privire la toate proiectele de transport (concepție unitară a campaniei de promovare);
3. **asigurarea acurateții informației pentru presă** în ceea ce privește proiectele de transport derulate cu ajutorul sprijinului financiar comunitar, inclusiv prezentarea etapelor parcurse și a beneficiilor pentru societate.



## V. PUBLIC ȚINTĂ

Conform cerințelor Uniunii Europene, toate proiectele finanțate din fondurile comunitare nerambursabile ex-ISPA/PHARE trebuie să respecte regulile de publicitate stipulate în Memorandumurile de Finanțare și să asigure vizibilitatea sprijinului financiar comunitar acordat țării noastre, în concordanță cu prevederile Manualului de Identitate Vizuală editat de Reprezentanța Comisiei Europene. În acest sens, vom avea în vedere informarea publicului cu privire la implementarea acestor proiecte ce au ca finalitate dezvoltarea infrastructurii de transport în România. Din motive practice, am definit publicul ca fiind de două tipuri, după cum urmează:

**a. publicul profesionist:** beneficiarii potențiali și finali; autoritățile publice centrale, regionale și locale, reprezentanți ai Comisiei Europene; organizațiile profesionale și mediile economice; partenerii economici și sociali; organizațiile neguvernamentale; operatorii de proiecte, reprezentanți ai mass-media, etc.

**b. publicul larg** este format din toți cetățenii țării care vor fi informați asupra sprijinului acordat de Uniunea Europeană României pentru dezvoltarea sectorului transporturi.

Modalitățile de comunicare cele mai eficiente cu **publicul profesionist** sunt următoarele:

- invitarea reprezentanților instituțiilor definite ca făcând parte din publicul profesionist la ceremoniile oficiale de recepție a lucrărilor ex-ISPA/semnare a contractelor ex-ISPA/PHARE;
- crearea unui website dedicat proiectelor de transport care beneficiază de finanțare de pre-aderare nerambursabilă ex-ISPA/PHARE.
- crearea unei adrese de e-mail (ex. [ispa@mt.ro](mailto:ispa@mt.ro)) dedicate pentru primirea întrebărilor privind modul de gestionare a proiectelor finanțate prin ex-ISPA/PHARE;
- tipărirea de materiale de informare asupra proiectelor de transport finanțate prin fondurile de pre-aderare ex-ISPA/PHARE și distribuirea lor prin intermediul centrelor de informare EUROPA și a sediilor ADR-urilor, etc;
- organizarea periodică de forumuri și seminarii pe teme ce privesc progresele înregistrate în implementarea proiectelor de transport care beneficiază de finanțare de pre-aderare nerambursabilă.

Pentru formularea mesajelor ce vor fi transmise în timpul campaniei de conștientizare a **publicului larg** privind fondurile nerambursabile de pre-aderare acordate de Uniunea Europeană se va ține cont de gradul actual de informare a publicului cu privire la proiectele finanțate de Uniunea Europeană precum și de interesul publicului pentru cunoașterea acestor programe de finanțare nerambursabilă.

Astfel, mesajele vor conține informații de interes general cu privire la aceste tipuri de proiecte de transport, cu accent pe contribuția Uniunii Europene la finanțarea lor.



**MINISTERUL TRANSPORTURILOR**  
**DIRECȚIA GENERALĂ RELAȚII FINANCIARE EXTERNE**  
**Compartimentul Comunicare și Evaluare**  
**Componenta Comunicare**

După cum se știe, cel mai mare impact asupra publicului larg îl au acțiunile publicitare din audio-vizualul central și local. Având în vedere costurile foarte ridicate pe care le implică realizarea de campanii mass media (crearea de video-clipuri, închirierea spațiului de emisie, monitorizarea apariției spoturilor publicitare) și ținând seama că sumele alocate prin Memorandumurile de Finanțare pentru măsurile ex-ISPA/proiectele PHARE privind activitatea de informare publică au fost extrem de mici, considerăm că acest mijloc de comunicare în masă este mai dificil de realizat.



## VI. CANALE DE COMUNICARE

**Comunicarea directă se va face prin organizarea unor evenimente de informare publică** la care să fie invitați atât reprezentanți ai autorităților centrale și locale, cât și ai organizațiilor neguvernamentale, ai companiilor de construcții și consultanță în construcții, reprezentanți ai băncilor, reprezentanți ai mass-media.

Scopul acestor evenimente este acela de a prezenta participanților stadiul derulării proiectelor aferente sectorului transporturi care beneficiază de asistență financiară din partea Uniunii Europene prin ex-Facilitatea ISPA/Programul PHARE.

**Comunicarea prin mijloace electronice** urmărește informarea rapidă a tuturor celor interesați de informații privind proiectele de transport finanțate prin măsurile ex-ISPA/proiectele PHARE. În acest sens, vom avea în vedere **crearea unui website** și a unei **adrese de e-mail dedicate** acestor tipuri de proiecte.

**Informarea publică** va avea la bază și editarea de **materiale informative** despre proiectele de transport care beneficiază de asistență comunitară nerambursabilă, materiale care vor fi distribuite centrelor EUROPA și altor instituții care ne sprijină în **diseminarea informației către cetățean**.

**Comunicatele de presă pentru informarea publicului larg** se vor emite cu ocazia organizării unor **ceremonii oficiale de semnare a contractelor sau de recepție a lucrărilor sau la finalizarea proiectelor** finanțate prin ex-ISPA/PHARE. Totodată, se vor lansa invitații de participare reprezentanților publicului profesionist interesat de implementarea proiectelor de transport finanțate din fonduri comunitare nerambursabile. De asemenea, cu prilejul acestor ceremonii, oficialii Ministerului Transporturilor și ai instituțiilor relevante pot susține conferințe de presă.

În anumite situații, când intervin schimbări majore în derularea proiectelor, se vor organiza **conferințe de presă** pentru informarea publicului asupra acestor schimbări.



## VII. INSTRUMENTE DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE

### VII.1. Instrumente de comunicare cu publicul profesionist

- a. emiterea de **comunicate de presă** cu privire la toate tipurile de evenimente organizate (licitarea anumitor servicii sau lucrări, semnarea contractelor, recepția finală a lucrărilor, organizarea de forumuri, seminarii, workshop-uri, conferințe, caravane de informare publică, etc);
- b. organizarea de **evenimente pe parcursul anului** (semnarea contractelor, recepția finală a lucrărilor, organizarea de forumuri, seminarii, workshop-uri, conferințe, caravane de informare publică);
- c. publicarea de **informații referitoare la licitații** pe site-ul MT sau al instituțiilor relevante (anunțuri de intenție, anunțuri de participare la licitație, anunțuri de atribuire a contractelor);
- d. prezentarea unui raport privind activitatea de informare și publicitate Comitetului de Monitorizare a proiectelor ex-ISPA. Acest raport se înaintează semestrial dar și oricând este cazul, ca urmare a solicitării formulate de acest organism.
- e. prezentarea unui **raport anual de activitate** conducerii MT;
- f. tipărirea de **broșuri, pliante, afișe, buletine informative**. Realizarea grafică a materialelor informative și conținutul acestora vor fi în conformitate cu specificațiile Manualului de Identitate Vizuală, ediția ianuarie 2007.
- g. crearea unui **website** dedicat proiectelor de transport finanțate prin măsurile ex-ISPA/proiectele PHARE;
- h. crearea unei **adrese de e-mail dedicată** corespondenței rapide și eficiente cu mediul profesionist.

### VII.2. Instrumente de comunicare cu publicul larg

- a. **comunicate de presă** va fi verificat de responsabilul cu comunicarea, va fi aprobat de conducerea DGRFE și va fi transmis spre difuzare direcției de specialitate a MT;
- b. organizarea de **conferințe de presă** cu ocazia lansării sau încheierii unui proiect finanțat din fondurile de pre-aderare ale Uniunii Europene;
- c. realizarea și tipărirea de **bannere** pentru diferite tipuri de evenimente (forumuri, seminarii, conferințe, etc). Realizarea grafică a bannerelor și conținutul acestora vor fi în conformitate cu specificațiile *Manualului de Identitate Vizuală* ;
- d. realizarea de **baze de date foto și video** despre evenimentele desfășurate în cadrul fiecărui proiect;
- e. realizarea de **dosare de presă**. Realizarea grafică a dosarelor de presă și conținutul acestora vor fi în conformitate cu specificațiile *Manualului de Identitate Vizuală* ;
- f. editarea unei **broșuri** de prezentare generală a proiectului, **tipărirea de foi volante, realizarea de afișe**, etc. Realizarea grafică a materialelor informative și conținutul acestora vor fi în conformitate cu specificațiile *Manualului de Identitate Vizuală*
- g. **realizarea și actualizarea unui website** cu programele de finanțare europeană de preaderare, specifice sectorului transporturi. Realizarea grafică a site-ului și conținutul acestuia vor fi în conformitate cu specificațiile *Manualului de Identitate Vizuală*



**MINISTERUL TRANSPORTURILOR**  
**DIRECȚIA GENERALĂ RELAȚII FINANCIARE EXTERNE**  
**Compartimentul Comunicare și Evaluare**  
**Componenta Comunicare**

- h. **realizarea de panouri** care să marcheze desfășurarea lucrărilor. Realizarea grafică a panourilor și conținutul acestora vor fi în conformitate cu specificațiile *Manualului de Identitate Vizuală*
- i. **realizarea de plăci comemorative** pentru finalul lucrărilor. Realizarea grafică a plăcilor comemorative și conținutul acestora vor fi în conformitate cu specificațiile *Manualului de Identitate Vizuală* .

Mesajele transmise către publicul larg trebuie formulate clar și concis, folosindu-se un limbaj comun și accesibil. În felul acesta informația transmisă poate fi receptată corespunzător de publicul țintă.

Totodată, trebuie stabilit un slogan pentru campania de informare ex-ISPA/PHARE, care prin repetiție să poată fi memorat de publicul țintă.



## **VIII. MONITORIZAREA ACTIVITĂȚII DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE**

După cum a fost stabilit în Memorandumurile de Finanțare, informarea și publicitatea trebuie să fie obiectul unui set coerent de măsuri definite de organul responsabil în colaborare cu Comisia pe întreaga durată a proiectului. Toate instituțiile implicate în programarea, implementarea și monitorizarea proiectelor finanțate de ISPA/PHARE trebuie să dezvolte măsuri specifice de informare și publicitate în conformitate cu prevederile Anexei III, respectiv Anexei D din Memorandumurile de Finanțare ISPA/PHARE.

Pentru buna desfășurare a activității de informare și publicitate, în Strategia Națională de Comunicare ISPA sunt definite următoarele **responsabilități ale fostelor Agenții de Implementare ISPA ( în prezent denumite Organisme Intermediare)**:

- 1) anunțarea asistenței ISPA imediat după aprobarea proiectului, prin intermediul comunicatelor de presă difuzate către mass-media centrală (scrisă și audio-vizuală);
- 2) participarea la seminarii și conferințe legate de asistența ISPA;
- 3) publicarea de broșuri și foi volante, cu informații relevante despre proiectele de transport;
- 4) elaborarea de materiale audio-vizuale;
- 5) crearea unui web-site dedicat ISPA;
- 6) publicarea conținutului proiectului într-un format adecvat și diseminarea către mass-media centrală;
- 7) instruirea beneficiarilor asupra principalelor etape ale proiectului în vederea creării unor albume foto pentru activitatea de relații publice și înaintarea la Comitetul de Monitorizare a unei selecții de fotografii.

De asemenea, în cadrul aceleiași Strategii Naționale de Comunicare ISPA sunt prevăzute și **responsabilitățile beneficiarilor finali**, după cum urmează:

- 1) anunțarea asistenței ISPA imediat după aprobarea proiectului prin intermediul mass-media scrisă și audiovizuală la nivel local (oraș / județ / regiune);
- 2) producerea și asigurarea securității (împreună cu contractorul) a panourilor temporare și a plăcilor permanente (pentru infrastructura cu acces public)
- 3) participarea la seminarii și conferințe;
- 4) publicarea conținutului proiectului (în forma aprobată de agenția de implementare) și diseminarea către mass-media locală (oraș/ județ/regiune);
- 5) producerea unui album foto (împreună cu contractorii) în etapele indicate de Agențiile de implementare și transmiterea la timp către agențiile de implementare.



**MINISTERUL TRANSPORTURILOR**  
**DIRECȚIA GENERALĂ RELAȚII FINANCIARE EXTERNE**  
**Compartimentul Comunicare și Evaluare**  
**Componenta Comunicare**

Pentru urmărirea îndeplinirii responsabilităților ce le revin părților implicate în implementarea proiectelor finanțate prin ex-Facilitatea ISPA, **MT, prin DGRFE**, trebuie să monitorizeze activitățile de informare și publicitate desfășurate de fostele Agenții de Implementare ISPA, în prezent Organisme Intermediare, aflate în subordine (Agenția ISPA MT, Agenția ISPA CNADNR, Agenția ISPA CFR) și să asigure respectarea cerințelor Uniunii Europene în România în conformitate cu prevederile Manualului de Identitate Vizuală, ediția 2007.

De asemenea, în vederea monitorizării îndeplinirii responsabilităților ce le revin părților implicate în implementarea proiectelor finanțate prin PHARE, **MT, prin DGRFE**, va asigura respectarea cerințelor privind vizibilitatea contribuției Uniunii Europene la dezvoltarea infrastructurii de transport din România.

Pentru realizarea activității de monitorizare, DGRFE, prin responsabilii de comunicare, a întocmit un instrument de lucru care centralizează toate sarcinile ce trebuie îndeplinite de către organismele intermediare/constructori/consultanți pentru asigurarea publicității proiectelor ex-ISPA/PHARE. Acest instrument va fi actualizat trimestrial, pentru evidențierea progreselor înregistrate în desfășurarea acestei activități.

Totodată, în vederea asigurării respectării prevederilor Manualului de Identitate Vizuală DGRFE va verifica și aproba toate materialele publicitare emise de beneficiarii proiectelor ex-ISPA/PHARE. Pentru o bună monitorizare și coordonare a activităților de informare și publicitate, DGRFE a elaborat un Manual de Proceduri care conține și checklist-urile pentru verificarea îndeplinirii acestor cerințe de comunicare.



## **IX. EVALUAREA STRATEGIEI DE COMUNICARE**

Pe baza înregistrărilor din instrumentul de lucru creat pentru monitorizarea activității de informare și publicitate desfășurată pentru fiecare măsură ex-ISPA/proiect PHARE, vom extrage informațiile necesare pentru evaluarea acestei activități la sfârșitul fiecărui an. Aceste informații ne vor ajuta în evaluarea calitativă și cantitativă a acțiunilor întreprinse pentru fiecare măsură ex-ISPA/proiect PHARE în parte.

Indicatorii de evaluare ai acțiunilor de informare și publicitate sunt:

- numărul comunicatelor de presa difuzate spre publicare în mass-media;
- numărul de evenimente organizate pe parcursul anului (la semnarea contractelor, la recepția finală a lucrărilor, organizarea de forumuri, seminarii, workshop-uri, conferințe, caravane de informare publică, etc.) ;
- numărul de articole apărute în mass media pentru fiecare măsură ex-ISPA/proiect PHARE în parte;
- numărul de vizitatori pe websiteul dedicat proiectelor de transport finanțate prin ex-ISPA/ PHARE;
- numărul de materiale informative tipărite pentru informarea și publicitatea proiectelor de transport finanțate prin ex-ISPA/ PHARE.

Pe baza analizei acestor indicatori se va stabili dacă măsurile de informare și publicitate întreprinse pe parcursul anului au fost eficiente, dacă mesajele transmise au ajuns la publicul țintă definit și dacă a crescut gradul de informare a cetățenilor cu privire la fondurile de pre-aderare alocate de Uniunea Europeană țării noastre pentru sectorul transporturi.



## **X. BIBLIOGRAFIE**

1. Strategia Guvernului de Comunicare Internă și Externă privind Integrarea României în Uniunea Europeană
2. Strategia națională de comunicare pentru Programul ISPA
3. *Relatii publice*, George David, Editura Oscar Print, Bucuresti, 2002
4. *Relatii publice: principii si strategii*, Cristina Coman, Polirom, Iasi, 2001
5. [www.infoeuropa.ro](http://www.infoeuropa.ro); [www.gov.ro](http://www.gov.ro); [www.mfinante.ro](http://www.mfinante.ro), [www.mt.ro](http://www.mt.ro).