

Planul de informare și publicitate

Titlu proiect: „Surse fotovoltaice destinate consumului propriu de energie la nivelul infrastructurii de apa si apa uzata Oradea”

Beneficiar: SC Compania de Apa Oradea SA

Pentru perioada de implementare a proiectului:

1 OBIECTIVELE DE COMUNICARE							
Obiectivele Planului de informare și publicitate îl constituie implementarea măsurilor de informare și publicitate, cu scopul de a crește gradul de conștientizare a publicului țintă cu privire la investițiile care se vor realiza prin implementarea proiectului propus, precum și de a fi informați cu privire la sursa de finanțare, respectiv prin fondurile alocate de Comisia Europeană prin Programul Operațional Infrastructură Mare 2014-2020.							
2 ELEMENTE OBLIGATORII cf. MIV 2014-2020 REVIZIE 2018							
Activități obligatorii și o scurtă descriere a acestora	Publicul țintă	Canalul de difuzare/ mijloace de comunicare	Calendar	Indicator de măsurare a impactului (de monitorizare și evaluare)	Responsabil	Bugetul total alocat (Lei)	
2.1 Comunicat de presă (la începutul proiectului)	Mass-media, Populația locală (beneficiarii proiectului), Autoritățile locale (funcționari publici, consilieri locali)	Mass- media (presa scrisă și online); Web-site -ul Beneficiarului, rețele socializare	La demararea implementării proiectului	Numărul de preluări în presă estimat; Numărul de accesări ale site-ului beneficiarului	Manager de proiect / Responsabil cu comunicarea	1.000 x 1 = 1.000	
2.2 Comunicat de presă (la sfârșitul proiectului)	Mass-media, Populația locală (beneficiarii proiectului), Autoritățile locale (funcționari publici, consilieri locali)	Mass- media (presa scrisă și online); Web-site -ul Beneficiarului, rețele socializare	La finalizarea implementării proiectului	Numărul de preluări în presă estimat; Numărul de accesări ale site-ului beneficiarului	Manager de proiect / Responsabil cu comunicarea	1.000 x 1 = 1.000	
2.3 Panouri pentru afișare temporară	Populația beneficiară (publicul larg)	Se vor amplasa la loc vizibil, în apropiere de locația proiectului/, cel puțin un panou per locație.	În termen de maxim 4 luni de la începerea proiectului	Numărul de persoane care vizitează locația în perioada de referință	Manager de proiect / Responsabil cu comunicarea	5.300 x 6 = 31.800	
2.4 Plăci permanente după finalizarea proiectului	Populația beneficiară (publicul larg)	Plăcile vor fi instalate într-un loc vizibil, în apropiere de locația proiectului și trebuie să fie suficient de	Cu 2 luni înainte de finalizarea operațiunii (încheierea fizică a acesteia)	Numărul de persoane care vizitează locația în perioada de referință	Manager de proiect / Responsabil cu comunicarea	6.400 x 6 = 38.400	

			vizibile astfel încât cei care sunt în trecere să le poată citi și să înțeleagă natura proiectului. Acestea vor înlocui panourile temporare după finalizarea proiectului.				
2.5	Descrierea proiectului pe site-ul beneficiarului, cu preluare pe rețele de socializare ale acestuia	Mass-media, Populația locală (beneficiarii proiectului), Autoritățile locale (funcționari publici, consilieri locali)	Site-ul Beneficiarului și alte canale de informare, rețele de socializare	Pe toată durata de implementare a proiectului cât și în perioada de durabilitate	Numărul de vizitatori ai site-ului în perioada de referință	Manager de proiect / Responsabil cu comunicarea	0
TOTAL BUGET ELEMENTE OBLIGATORII							72,200

3 ELEMENTE OPȚIONALE							
Activități obligatorii și o scurtă descriere a acestora	Publicul țintă	Canalul de difuzare/ mijloace de comunicare	Calendar	Indicator de măsurare a impactului (de monitorizare și evaluare)	Responsabil	Bugetul total alocat (Lei)	
1	Roll-up	Populația locală (beneficiarii proiectului), Autoritățile locale (funcționari publici, consilieri locali)	Se vor expune public, într-un loc vizibil, în zona de recepție/ front office a sediului Beneficiarului 0,85 x 2m	Pe toată perioada de implementare a proiectului	Numărul de persoane care vizitează locația în perioada de referință	Manager de proiect / Responsabil cu comunicarea	300 x 2 = 600
2	Autocolante 100 x 100 mm	Populația beneficiară (publicul larg)	Se vor expune public, într-un loc care să permită acest lucru, fără a afecta capacitatea de producție a panourilor	Pe toată perioada de implementare a proiectului	Numărul de panouri	Manager de proiect / Responsabil cu comunicarea	2 x 50 = 100
3	Autocolante 200 x 200 mm	Populația beneficiară (publicul larg)		Pe toată perioada de implementare a proiectului	Numărul de panouri	Manager de proiect / Responsabil cu comunicarea	5 x 6 = 30

4	Anunt conferinta presa	Mass media, populatia locala, autoritati locale	Se va organiza intr-un loc public	Noiembrie 2023	Nr. conferinte		1000*1=1000
5	Organizare conferinta presa	Mass media, populatia locala, autoritati locale	Se va organiza intr-un loc public	Noiembrie 2023	Nr. evenimente		6570
5	Materiale promotionale	Mass media, populatia locala, autoritati locale	Se disemineaza participantilor	Noiembrie 2023	Nr. materiale		14500
TOTAL BUGET ELEMENTE OPȚIONALE							22800

Pentru perioada de monitorizare ex-post (durabilitate):

1	OBIECTIVELE DE COMUNICARE						
<p>Obiectivele Planului de informare și publicitate îl constituie implementarea unor măsuri de informare și publicitate după finalizarea perioadei de implementare a proiectului „Surse fotovoltaice destinate consumului propriu de energie la nivelul infrastructurii de apă și apă uzată Oradea”, cu scopul de a crește gradul de conștientizare a publicului țintă cu privire la investițiile realizate, efectele și beneficiile acestora, precum și de a fi informați cu privire la sursa de finanțare, respectiv prin fondurile alocate de Comisia Europeană prin Programul Operațional Infrastructură Mare 2014-2020.</p>							
2	ELEMENTE VIZUALE cf. MIV 2014-2020 REVIZIE 2018, pentru materialele scrise						
	Activități propuse și o scurtă descriere a acestora	Publicul țintă	Canalul de difuzare/ mijloace de comunicare	Calendar	Indicator de măsurare a impactului (de monitorizare și evaluare)	Responsabil	Bugetul alocat (Lei)
2.1	Prezentari in conferintele de presa periodice ale companiei	Mass-media, Populația locală (beneficiarii proiectului), Autoritățile locale (funcționari publici, consilieri locali)	Mass- media (presa scrisă și online);	In cadrul conferintelor organizate de Solicitant	Numărul de preluări în presă estimat;	Manager de proiect	0
2.2	Prezentari/informari/ etc pe site-ul Beneficiarului	Mass-media, Populația locală (beneficiarii proiectului), Autoritățile locale (funcționari publici, consilieri locali)	Web-site -ul Beneficiarului	Permanent, minim in perioada de durabilitate a proiectului	Numărul de preluări în presă estimat; Numărul de accesări ale site-ului beneficiarului	Manager de proiect	0