R O M Â N I A

JUDEŢUL CLUJ

**CONSILIUL JUDEŢEAN**

**H O T Ă R Â R E A N R. ­­­­­­­­­­­­­­­­­­27**

**din ­­­­­­­­­­­­­­­­22 februarie 2006**

**privind aprobarea „Strategiei de Informare şi Comunicare a Consiliului Judeţean Cluj**

**privind Aderarea la Uniunea Europeană, pe anul 2006„**

Consiliul Judeţean Cluj,

În vederea aprobării Strategiei de Informare şi Comunicare a Consiliului Judeţean Cluj privind Aderarea la Uniunea Europeană, pe anul 2006,

Ţinând cont de prevederile:

 art. 104 alin. (1) lit c. din Legea 215/2001;

 Strategiei de Informare şi Comunicare a Delegaţiei Comisiei Europene şi a Planului Judeţean de Activităţi de Comunicare şi Informare;

 Hotărârii Consiliului Judeţean Cluj nr. 32 din 16 februarie 2005, privind aprobarea Protocolului de Parteneriat „Coordonarea comunicării privind aderarea la Uniunea Europeană" între Delegaţia Comisiei Europene în România şi Consiliul Judeţean Cluj;

Fiind îndeplinite prevederile art. 45 din Legea nr. 215/2001;

În temeiul drepturilor conferite prin art. 109 din Legea nr. 215/2001 privind administraţia publică locală, cu modificările şi completările ulterioare,

**h o t ă r ă ş t e:**

**Art. 1.** Se aprobă **„**Strategia de Informare şi Comunicare a Consiliului Judeţean Cluj privind Aderarea la Uniunea Europeană, pe anul 2006", conform **anexei** care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

**Art. 2.** Cu ducerea la îndeplinire a prezentei hotărâri se încredinţează Preşedintele Consiliului Judeţean prin Serviciul Integrare Europeană.

**Contrasemnează:**

**PREŞEDINTE, SECRETAR GENERAL,**

**Marius Petre Nicoară Măriuca Pop**

**Anexa**

La Hotărârea nr. 27/2006

**R O M Â N I A**

**JUDEŢUL CLUJ**

**CONSILIUL JUDEŢEAN**

STRATEGIA DE INFORMARE ŞI COMUNICARE

A CONSILIULUI JUDEŢEAN CLUJ

PRIVIND ADERAREA LA UNIUNEA EUROPEANĂ

pentru anul 2006

Cluj-Napoca

-2006-

**CUPRINS**

A. Argument

B. Scop

C. Obiective generale

D. Principii de desfăşurare a strategiei

E. Grupuri ţintă şi grupuri de sprijin

F. Rezultate aşteptate

G. Durată

H. Activităţi

I. Materiale de suport al mesajului

J. Structura de responsabilitate în implementare

K. Indicatori de impact

**A. Argument**

Un numar de 1000 persoane au raspuns întrebarilor celui de-al 64-lea sondaj de tip EUROBAROMETRU, realizat în România de catre TNS CSOP în perioada 13 octombrie - 31 octombrie 2005. Acesta are ca principal obiectiv prezentarea opiniilor pe care le au românii despre Uniunea Europeană (UE), despre problemele şi instituţiile româneşti şi despre valorile europene.

Astfel, românii continuă să fie naţiunea cu cea mai mare încredere în Uniunea Europeană. Se constată însă, pe de altă parte, că **euro-optimismul** românilor - dat de imaginea pozitivă şi de încredere, entuziasm şi speranţă faţă de Uniune - este în declin. Pierderea de optimism a fost compensată nu de o creştere a euro-scepticismului ci de un spor în zona indiferenţei. Ponderea **euro-indiferenţilor** a crescut în România, în decursul anului 2005 cu un procent de 6%.

Cea mai puternică pierdere de încredere în UE se înregistrează, la nivelul României, în mediul rural, în rândul populaţiei cu nivel redus de educaţie (în jumătate de an în mediul rural a avut loc o reducere cu 7 puncte procentuale a celor care au încredere în UE (faţă de o reducere de numai 2 puncte în urban).

**Cunoaşterea instituţiilor**

Nivelul de cunoştinţe elementare ale românilor despre UE era , în toamna anului 2005, la un nivel mai redus decât în primăvara aceluiaşi an, dar superior faţă de cel din toamna anului 2004. Procentajul românilor intervievaţi care răspund corect la cel puţin două din cele patru întrebări despre instituţiile europene se reduce în cursul anului 2005 de la 42% la 37%.

Tendinţa este ca, la nivelul populaţiei României, informaţiile despre UE să fie mai consistente pentru:

 tineri;

 persoanele cu nivel de educaţie mediu sau superior;

 cei care au un mai mare consum mediatic;

 locuiesc în mediul urban şi;

 au o atitudine favorabilă UE, structurată în mai mare măsură.

Comparativ cu statele UE, la nivelul României, populaţia urbană este cea care manifestă un maxim interes faţă de UE şi, implicit asimilează mai multe informaţii asupra instituţiilor ei. Datele susţin ideea că pe măsură ce experienţa de viaţă în cadrul Uniunii se acumulează, interesul de a asimila noi cunoştinţe în legătură cu funcţionarea instituţiilor ei se reduce sau se transferă spre alte aspecte decât cele de factură elementară.

**Cererea socială şi oferta de informaţii despre UE**

Nivelului mediu relativ redus de cunoştinţe despre UE îi corespunde însă, la români, nevoii de mai multă informaţie despre Uniune. Ponderea celor care consideră că au realmente nevoie de mult mai multe informaţii pe tematică UE este , în România, de 30%, mult mai mult decât în statele UE.

Nevoia de informaţii suplimentare este mult mai mare la cei care ştiu decât la cei care nu ştiu. Astfel, românii care au dat cel puţin două răspunsuri corecte la testul de cunoştinţe despre UE, declară în proporţie de 40% că au nevoie de mult mai multe cunoştinţe în domeniu: în schimb cei slab informaţi susţin numai în proporţie de 27% că ar avea nevoie de mai multe informaţii referitoare la instituţiile Uniunii.

Acest gen de relaţie în care cei cu cunoştinţe au nevoie de şi mai multe cunoştinţe despre UE este specific populaţiei din România.

În fine, ar mai fi de menţionat o legătură între valori şi nevoia de informaţii. Pentru persoanele care au sentimente pozitive în raport cu UE, se înregistrează o mai mare cerinţă pentru noi informaţii asupra instituţiilor europene. Cererea de informaţii asupra funcţionarii Uniunii este favorizată de aderenţa la valorile europene. Probabil că există şi o relaţie de sens invers - cei mai informaţi asupra UE sunt si cei care ajung să aibă sentimente pro-europene mai accentuale.

Principalele domenii în care românii doresc să aibă mai multe informaţii despre UE sunt cele referitoare la:

 **drepturile ca cetăţean al UE;**

 **politica forţei de muncă;**

 **modul de funcţionare a instituţiilor din Uniune.**

Cererea pentru astfel de informaţii este maximă la tineri şi minimă la vârstnici şi mai mare în mediul urban decât în rural.

**Populaţia rurală** de peste 34 de ani este interesată în foarte mare măsură şi de:

 **politicile Uniunii în sfera agriculturii şi a pescuitului, şi de**

 **politicile sociale şi de sănătate.**

În lumea urbană a tinerilor, pe locul trei în topul intereselor de informare, după **drepturi şi locuri de muncă**, se află **educaţia**.

Luând în considrare cele de mai sus , este necesară elaborarea unei strategii eficiente de comunicare în probleme de integrare europeană, strategie care să aibă ca principal efect reducerea ponderii persoanelor cu cunoştinţe reduse în legătură cu funcţionarea Uniunii Europene, respectiv cunoştinţe legate de instituţii, politici, legislaţie.

De asemenea, o serie de condiţii sunt esenţiale pentru reuşita activităţilor de comunicare, respectiv acelea ca informaţiile diseminate prin diferite mijloace să fie clare, precise, corecte, formulate în termeni accesibili destinatarului. În plus, e nevoie ca procesul de transmitere a acestora să fie unul eficient şi rapid.

Cetăţenii judeţului Cluj trebuie să cunoască structura organizaţiei la care va adera ţara lor, prin oferirea unei imagini reale a ceea ce înseamnă Uniunea Europeană, precum şi organizarea şi funcţionarea Uniunii Europene, avantajele şi obligaţiile generate de integrarea României în Uniunea Europeană.

**B. Scop**

Crearea, în judeţul Cluj, a unui cadru informaţional permanent, prin care să se asigure transparenţa totală asupra eforturilor României dar şi ale Consiliului Judeţean Cluj, de a îndeplini criteriile de aderare la Uniunea Europeană.

**C. Obiectivele generale:**

 Creşterea gradului de informare publică în legătură cu organizarea şi funcţionarea Uniunii Europene, în legătură cu avantajele şi costurile generate de integrarea României în Uniunea Europeană, cu programele de pre-aderare si comunitare precum si cu fondurile structurale;

 Dezvoltarea comunicării axate pe problemele de integrare europeană între Consiliul Judeţean Cluj şi consiliile locale din judeţ, instituţii din subordine.

 Extinderea gradului de informare asupra activităţilor desfăşurate de Serviciul de Integrare Europeană precum şi asupra proiectelor aflate în derulare la nivel judeţean, în cadrul programelor de pre-aderare (PHARE, ISPA ŞI SAPARD)

 Alinierea cu cerinţele Uniunii Europene în materie de comunicare şi relaţii publice

 Realizarea - la nivel local - a unei reţele de informare cu privire la procesul de integrare europeană

 Atragerea grupurilor de sprijin în transmiterea mesajelor

**D. Principii de desfăşurare a campaniei:**

**a. Principiul transparenţei totale** - Informaţiile despre integrarea în Uniunea Europeană vor fi transmise complet şi nedistorsionat

**b. Principiul complementarităţii** - Acţiunile de informare desfăşurate de Consiliul Judetean Cluj vor fi conjugate cu efortul de informare al Delegaţiei Comisiei Europene din România şi al altor structuri de informare publică (birouri de consiliere pentru cetăţeni, centre de informare şi consultanţă, organizaţii neguvernamentale)

**c. Principiul descentralizării** - Acţiunile vor fi coordonate la nivelul autorităţilor locale (consiliul judeţean, consiliile locale din judeţ şi instituţiile aflate sub autoritatea Consiliului Judeţean Cluj), prin structurile specializate de informare publică

**d. Principiul utilităţii** - Construcţia mesajului va ţine cont de nevoile de informare ale cetăţenilor

**e. Principiul diferenţei** - Mesajelor nediferenţiate li se vor adăuga mesaje construite în raport cu nevoile de informare ale fiecărui grup ţintă

**f. Principiul parteneriatului public-privat** - Acţiunile vor fi desfăşurate cu sprijinul organizaţiilor reprezentative ale oamenilor de afaceri şi al organizaţiilor nonguvernamentale interesate.

**E. Grupuri ţintă şi grupuri de sprijin:**

**a. Grupuri ţintă:**

- cetăţeni (mesaj nediferenţiat);

- funcţionari din instituţiile publice de la nivel local (mesaj diferenţiat);

- elevi, profesori, studenţi (mesaj diferenţiat);

- oameni de afaceri români (mesaj diferenţiat);

- colectivitati din mediul rural;

- minorităţi;

- jurnalişti (mesaj diferenţiat)

- organizaţii neguvernamentale (mesaj diferenţiat)

- utilizatori Internet;

**b. Grupuri de sprijin:**

- mass-media locală;

- ONG-uri specializate în problematica informării despre Uniunea Europeană;

- lideri de opinie (redactori şefi, analişti politici, realizatori TV, personalităţi culturale, ştiinţifice etc.);

- oameni politici;

- structuri de informare publică de la nivel local;

- instituţiile aflate sub autoritatea Consiliului Judeţean Cluj, Instituţia Prefectului judeţului Cluj.

**F. Rezultate aşteptate din partea grupurilor ţintă şi a grupurilor de sprijin:**

**Pentru grupuri ţintă:**

 Creşterea gradului de informare cu privire la problematica integrării României în Uniunea Europeană

 Perceperea corectă a misiunii, obiectivelor, instituţiilor, politicilor şi programelor Uniunii Europene

 Înţelegerea şi acceptarea măsurilor luate de Guvern în procesul de aderare la Uniunea Europeană

 Înţelegerea de către grupurile ţintă specifice a procesului de programare şi de elaborare a proiectelor pentru dezvoltare şi posibilitatea finanţării acestora de către UE prin instrumentele de finantare

 Înţelegerea de către fiecare grup ţintă a consecinţelor pe care aderarea României la Uniunea Europeană le are pentru fiecare în parte

 Dezvoltarea unei abordări raţionale privind procesul integrării

 Facilitarea feed-back-ului din partea grupurilor ţintă şi extinderea reţelelor de transmitere a informaţiilor (de la instituţie la grupul ţintă şi invers)

**Pentru grupuri de sprijin (multiplicatori):**

 Transmiterea diferenţiată a mesajelor către grupurile ţintă

 Influenţarea atitudinii grupurilor ţintă rezervate faţă de aderarea României la Uniunea Europeană

 Implicarea în organizarea şi desfăşurarea acţiunilor de susţinere a eforturilor de integrare

 Asistenţa şi facilitarea acţiunilor de promovare

 Dezvoltarea unei abordări raţionale privind procesul integrării

**G. Durată:** martie 2006 - 31 decembrie 2006

**H. Activităţi:**

Activităţi (1)

 acţiuni de informare în colaborare cu multiplicatorii de informaţie europeană

 seminarii, dezbateri, mese rotunde organizate în colaborare cu Instituţia Prefectului judeţului Cluj, organizaţii neguvernamentale, Centrul de Informare Comunitară din cadrul Bibliotecii Judeţene „Octavian Goga" şi Centrul de Informare Europa, care funcţionează în cadrul Centrului de Resurse pentru Diversitate Etnoculturală

 întâlniri cu specialişti - angajaţi ai Ministerului Integrării Europene, reprezentanţi ai Delegaţiei Comisiei Europene in România, cadre didactice de la universităţile clujene (specializate în probleme de politici regionale, integrare monetară, drept comunitar)

 informarea instituţiilor aflate sub autoritatea Consiliului Judeţean Cluj în legătură cu oportunităţile de finanţare specifice fiecăreia

 târguri şi expoziţii **-** participarea cu documentaţie, vorbitori, materiale promoţionale la evenimente specializate organizate de grupuri ţintă prioritare.

Activităţi (2)

 Participarea la emisiuni Radio-TV;

 Comunicate de presă;

 Conferinţe de presă desfăşurate la sediul Consiliului Judeţean Cluj;

 Interviuri;

 Oferirea de publicaţii şi ghiduri informative editate de agenţiile de implementare a programelor de pre-aderare (PHARE, ISPA, SAPARD)

 Difuzarea de afişe, pliante, broşuri editate de Ministerul Integrării Europene

 Broşuri - elaborarea (de către Serviciul de Integrare Europeană în colaborare cu Compartimentul de Informatică) la sfârşitul fiecărui an a unei broşuri care să cuprindă o descriere a proiectelor implementate la nivel judeţean, respectiv perioada de implementare, cuantumul finanţării acordate de Uniunea Europeană, grupurile ţintă, beneficiarii, partenerii proiectului, echipa de implementare

 Crearea unei baze de date care să cuprindă toate activităţile în domeniul comunicării şi cu scopul de a măsura gradul de performanţă a comunicării.

**I. Materiale de suport al mesajului:**

 Declaraţii şi documente oficiale

 Sinteze documentare despre rezultatele României pe linia pregătirii pentru aderare

 Sinteze documentare despre Uniunea Europeană

 Broşuri, pliante, albume despre Uniunea Europeană - diferenţiate pe grupuri ţintă

 Articole şi interviuri în presă, emisiuni radio-TV

 Comunicate şi informaţii de presă

 Pagina WEB a Consiliului Judeţean Cluj - Serviciul Integrare Europeană în colaborare cu Compartimentul de Informatică şi Serviciul Coordonare, Informaţii şi Relaţii Publice

 Infochiosc-ul din cadrul Consiliului Judeţean Cluj

 Rapoarte de cercetare

**J. Structura de responsabilitate în implementare:**

**Coordonator:**

 **Consiliul Judeţean Cluj - Serviciul Integrare Europeană**

**Colaboratori:**

 Instituţia Prefectului judeţului Cluj

 Primăriile unităţilor administrative ale judeţului Cluj

 Agenţia de Dezvoltare Regională Nord-Vest

 Camera de Comerţ şi Industrie Cluj

 Directia de Agricultura şi Dezvoltare Rurală

 Agenţia Regională de Protecţie a Mediului

 Agenţia Judeţeană de Protecţie a Mediului

 Universităţi (Universitatea Babeş-Bolyai, Universitatea Tehincă)

 TV (studiourile teritoriale ale TVR1, Antena1, PROTV; posturi locale de televiziune: NCN), radio (Radio Cluj), presa scrisă de la nivel central şi local

 Organizaţii reprezentative ale oamenilor de afaceri (Asociaţia Patronilor si Meseriaşilor, Centrul de Afaceri Transilvania)

 Partide politice

 Centrul de Informare Comunitară din cadrul Bibliotecii Judeţene „Octavian Goga"

 Centrul de Informare Europa, care funcţionează în cadrul Centrului de Resurse pentru Diversitate Etnoculturală

 Organizaţii studenţeşti (Societatea Studenţilor Europenişti)

 Organizaţii neguvernamentale

 Oficiile teritoriale de informare publică, birourile de consultanţă pentru cetăţeni, centrele de informare pentru cetăţeni

 Firme de PR (Public Relations) şi de sondare a opinei publice

**K. Indicatori de impact:**

 Gradul de informare a cetăţenilor cu privire la Uniunea Europeană

 Gradul de reţinere/recunoaştere a unor elemente ale campaniei (slogane, broşuri, clipuri publicitare etc.)

 Gradul de cunoaştere a informaţiilor de contact referitoare la punctele de informare

 Gradul de reţinere a informaţiilor de bază despre organizarea şi funcţionarea instituţiilor europene

 Gradul de înţelegere a implicaţiilor integrării României pentru grupurile ţintă specifice

 Nr. de referinţe favorabile (nefavorabile) / nr. total de referinţe în mass-media internă despre acţiunea de informare despre integrarea României în Uniunea Europeană

 Nr. de grupuri de sprijin care susţin iniţiativa (nu susţin) / nr. total de grupuri solicitate în ţară

 Nr. de cetăţeni cu o opinie favorabilă (nefavorabilă) / nr. total de cetăţeni.

Notă: Verificarea indicatorilor va fi posibilă prin intermediul anchetelor, sondajelor proprii, Eurobarometru, Barometrul de Opinie Publică.

**Contrasemnează:**

**PREŞEDINTE, SECRETAR GENERAL,**

**Marius Petre Nicoară Măriuca PopPLAN DE ACTIVITĂŢI**

**PENTRU DERULAREA STRATEGIEI DE INFORMARE SI COMUNICARE**

**PRIVIND INTEGRAREA EUROPEANĂ**

**- 2006 -**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr. crt.** | **Activităţi de informare europeană** | **Promotori** | **Termen** | **Grup ţintă** | **Produse proprii** | **Produse ale Delegaţiei, MIE** | **Teme** |
| 1. | **- 9 mai - Ziua Europei** - Prezentări în şcoli gimnaziale *:* ***"Să ştii mai multe despre Europa"***- Concursuri tematice - Dezbateri organizate pentru elevii şcolilor speciale - ***Ziua Portilor Deschise*** in institutiile de cultura | Serviciul Integrare Europeană, Serviciul Instituţii Publice | Aprilie-mai | Elevi | Materiale informative | Materiale informative | -instituţii şi politici europene -integrare europeană -simboluri europene - valori europene |
| 2. | ***„Caravana europeana"*** *- 9 mai ziua Europei* | Serviciul Integrare Europeană, Serviciul Coordonare, Informaţii şi Relaţii Publice | 9 mai | Cetăţeni | Materiale informative | Materiale informative | - instituţii şi politici europene -integrare europeană -simboluri europene - valori europene |
| 3. | -Prezentări în licee ***"Să ştii mai multe despre Europa"*** - Concursuri tematice - organizare de vizite ale elevilor la sediul CJC | Serviciul Integrare Europeană Serviciul Instituţii Publice | Aprilie-mai | Tineri | Materiale informative proprii şi ale partenerilor | Materiale informative | -instituţii şi politici europene -valori europene -mobilităţi, studiu, practică, burse, voluntariat în UE |
| 4. | - campanie de informare în licee: ***"Înţelege Europa"*** - proiectul ***"Europa la liceu"*** | Serviciul Integrare Europeană Serviciul Instituţii Publice | Aprilie-mai | Tineri | -prezentări proprii | -materiale informative ale Delegaţiei | -instituţii şi politici europene -integrare europeană -valori europene -mobilităţi |
| 5. | - **consultanta permanenta** pentru programele de pre aderare, programe comunitare si programe de dezvoltare finantate din bugetul statului sau bugetul propriu | Serviciul Integrare Europeană | Permanent | Administraţie publică, mediu rural, cetăţeni | Infochiosc, Materiale informative | Materiale informative, Materiale MAPDR | -instituţii publice în context European -finantari active pentru autotităţile locale, mediul rural, minorităţi -politici europene -implementarea proiectelor finanţate prin fonduri europene -drepturi şi responsabilităţi cetăţeneşti în contextul aderării |
| 6. | - ***„PND, PDR, PDJ, fondurile structurale - finanţare pentru dezvoltare"*** - informari, seminarii, dezbateri, instruiri; | Serviciul Integrare Europeană | Mai - decembrie | Administraţie publică | prezentări, materiale informative | Materiale informative | - procesul de programare şi priorităţile naţionale, regionale şi locale -politica regională şi coordonarea instrumentelor structurale |
| 7. | - „***Administraţia publică clujeană în contextul aderarii la UE****"* | Serviciul Integrare Europeană | Semestrul II | Administraţie publică | prezentări, materiale informative |  | -Integrare europeana, modele de succes si buna practica, provocari in procesul de integrare |
| 8. | - ***Clujul in Europa -*** oportunitati de finantare - masa rotunda / seminar | Serviciul Integrare Europeană | Periodic | Administraţie publică | prezentări, materiale informative |  | -Oportunitati de finantare pentru dezvoltare locala -Institutii, politici practici ale UE |
| 9. | ***Ce inseamna 2007 pentru fermierul roman?*** | Serviciul Integrare Europeană | Permanent | Rural | Materiale informative | Materiale informative | - Politica Agricola Comuna (PAC) a UE - programe ale MAPDR |
| 10. | Dezbatere*:* ***"Mediul de afaceri clujean- componenta integrării în UE"*** - întâlniri cu oameni de afaceri clujeni | Serviciul Integrare Europeană | Semestrul II | Mediul de afaceri | Materiale informative | Materiale informative | -integrarea şi mediul de afaceri -piaţa comună -IMM-uri -EURO |
| 11. | ***"ONG-urile - încă un pas pe calea integrării europene"*** ; „Colaborare şi parteneriat - ONG-uri - autoritati locale" dezbateri, seminarii | Serviciul Integrare Europeană, Serviciul Coordonare, Informaţii şi Relaţii Publice | Semestrul II | Administratie publica, Societatea civilă | -materiale informative proprii şi ale partenerilor |  | -societatea civilă -integrare europeană - parteneriatul public-privat |
| 12. | ***Autoritati locale si ONG-uri - Prioritatile judetene in protectia mediului*** | Serviciul Integrare Europeană, Serviciul Coordonare, Informaţii şi Relaţii Publice | Martie, septembrie | Administratie publica, Societatea civilă | materiale informative proprii şi ale partenerilor | materiale informative | Consultari, seminarii si dezbateri publice: Capitolul 22 - Protecţia mediului înconjurător, priorităţi ale judeţului Cluj |