

Strategia de comunicare cu factorii interesați

Regiunea 7 Centru



CE SCOP URMĂRIM?

- informare
- schimbarea de atitudine sau de comportament
- motivarea pentru acțiune

Scopul nostru în această fază este să ne asigurăm că oamenii care trăiesc în zona siturilor propuse înțeleg ce înseamnă Natura 2000 în practică și au mai puține temeri.



CUM VOM COMUNICA?

- ✓ Concentrându-ne pe anumite situri prioritare pentru consultare, ce vor fi selectate pe plan local.

Posibile criterii pentru selectare:

*numărul mare de proprietari implicați
prezența turismului și activităților economice
potențial de conflict/informații eronate*

- ✓ Folosind exemple pozitive de comunități locale din alte state membre care au reușit să tragă foloase din Natura 2000 – povesti de succes.
- ✓ Vom forma un grup de acțiune la nivel local format din reprezentanți APM/ARPM, Prefectură, SGA, CJ și ONGuri



- ✓ Vom cere sprijinul preoților din comunitățile locale respective pentru a ne asigura participarea oamenilor
- ✓ Vom folosi de preferință termenul „rețea ecologică europeană” și nu „rețea de arii protejate”



CU CINE VOM COMUNICA?

În zonele selectate, **grupurile țintă prioritare** cărora ne vom adresa în primă fază:

primarii
proprietarii de pământuri
ocoalele silvice
oamenii de afaceri din zonă

Alți factori interesați pe care o să-i implicăm pentru a ne sprijini în abordarea grupurilor țintă:

- Prefectura
- Consiliul Județean
- SGA
- ONG-uri
- preoții
- mass media



CE MESAJ TRANSMITEM?

Mesaje principale

Natura 2000 nu înseamnă scoaterea din uz a terenurilor, ci **păstrarea practicilor tradiționale agro-pastorale și silvice** care nu dăunează patrimoniului existent.

Natura 2000 poate aduce **beneficii economice** prin: dezvoltarea turismului și agro-turismului, etichetarea de produse naturale, posibilitatea de a atrage fonduri europene.

VORBIM DESPRE COMPENSAȚII ?



INSTRUMENTELE

▶ A... Articole în presa scrisă

Natura 2000 pe înțelesul tuturor; anunțarea localităților pe teritoriul cărora se regăsesc situri și a întâlnirilor publice.

▶ B... Afișe

Afișul va avea un spațiu liber pentru completarea datei, locației și orei pentru întâlnirea publică – informații ce se vor adăuga pe afiș cu marker de către fiecare agenție, în funcție de calendarul propriu de activități.



► C... Fluturași

Se vor concepe fluturași A4 de informare pentru fiecare tip de public țintă, cu accent pe: povești de succes, avantaje.

► D... Prezentări power-point

Text cât mai concis: mesajele principale, povești de succes, beneficii.
Imagini!



PLANUL DE ACȚIUNE

ACȚIUNEA	TERMEN LIMITĂ	RESPONSABIL
Selectarea siturilor pentru care se vor face informări publice	31 iulie	
Conceperea și trimiterea unei adrese către primărie	___aug.	
Pregătirea și formarea grupului de acțiune județean cu reprezentanți: APM/ARPM, CJ, Prefectură, ONG		
Publicarea unui prim articol în presa județeană		
Organizarea unei prime întâlniri cu primarii, la sediul APM	___sept.	
Contactarea Protopopiei pentru a realiza o întâlnire cu preoții		



PILOTAREA procesului de consultare

În 4-8 septembrie, experții Proiectului de Twinning vor demara activitățile în situl pilot Cheile Vârghișului alături de APM Covasna și Harghita:

- strategie de comunicare pentru sit
- producere de materiale informative
- desfășurarea de sesiuni publice, vizite în teren etc. cu

implicarea mass mediei

Activitățile de implicare a factorilor interesați va continua și anul viitor în etapa de implementare a rețelei Natura 2000. În urma experienței acestui pilot se va redacta un manual de lucru cu factorii interesați ce va fi distribuit la nivel național.

