



Nr. D/ 1371 /11.05.2023

Proiect: "Îmbunătățirea capacității administrative locale privind dezvoltarea, implementarea și promovarea măsurilor anticorupție", cod proiect MySMIS 152134, cod SIPOCA 1151

PROCES-VERBAL DE RECEPȚIE A SERVICIILOR

Serviciile de promovare on-line în social media timp de 1 lună au fost realizate în cadrul contractului de prestări servicii de promovare campanie de informare privind măsurile anticorupție nr. J-AC 263 din data de 13.12.2022, încheiat între Sectorul 1 al Municipiului București în calitate de Autoritate Contractantă și European Art Consulting S.R.L. în calitate de Prestator, pentru proiectul "Îmbunătățirea capacității administrative locale privind dezvoltarea, implementarea și promovarea măsurilor anticorupție", cod proiect MySMIS 152134, cod SIPOCA 1151.

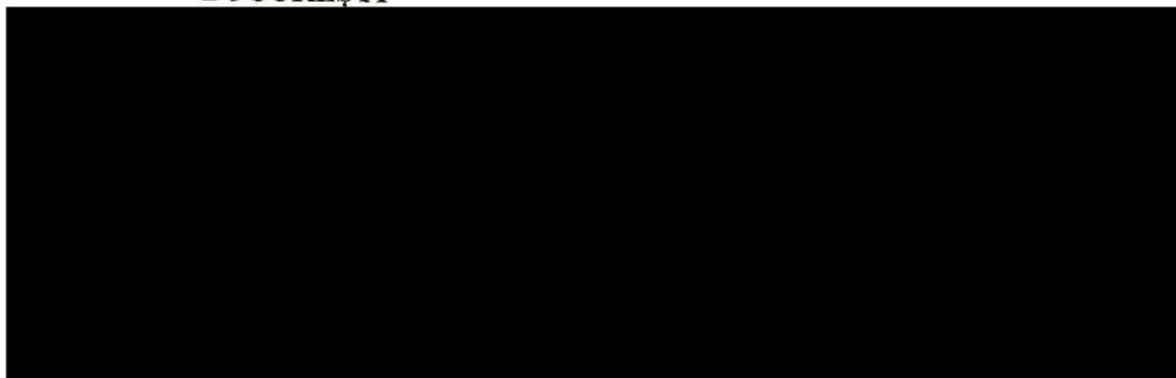
Se constată și consemnează că serviciile care au făcut obiectul contractului au fost prestate cu respectarea cerințelor, exigențelor, cantităților și în graficul de timp prevăzute în contract, conform Raportului anexat prezentului Proces Verbal.

De asemenea, Achizitorul, prin reprezentantul său, constată că Prestatorul și-a îndeplinit obligațiile asumate prin contractul încheiat între părți.

Prezentul proces-verbal, conținând o filă, a fost încheiat astăzi, 11.05.2023, în două exemplare, din care unul pentru Achizitor și unul pentru Prestator.

ACHIZITOR
SECTORUL 1 AL MUNICIPIULUI
BUCUREȘTI

PRESTATOR
EUROPEAN ART CONSULTING SRL



APROB.

Nr. 1056/07.04.2023

PLANUL CAMPANIEI

***DE CONȘTIENTIZARE PRIVIND RISCUL EXPUNERII LA FAPTE DE CORUPȚIE
LA NIVELUL SECTORULUI 1 AL MUNICIPIULUI BUCUREȘTI***

Oprim corupția și nedreptatea



**Corupția ne afectează viața.
Doar prin integritate
construim o comunitate!**

din cadrul proiectului

***Îmbunătățirea capacității administrative locale privind dezvoltarea, implementarea și promovarea
măsurilor anticorupție, cod SIPOCA 1151, cod MySMIS 2014 + 152134***

I. PREAMBUL

Acest Plan de campanie cuprinde în esență o abordare a strategiei și activitățile ce trebuie desfășurate pentru atingerea obiectivelor stabilite, definirea și elaborarea cadrului conceptual al campaniei, respectiv pentru îndeplinirea activității proiectului A.5 *Organizarea și promovarea unei campanii de constientizare privind riscul expunerii la fapte de corupție la nivelul Sectorului 1 al Municipiului București*.

Organizarea și promovarea campaniei se realizează cu scopul creșterii gradului de transparență al instituției publice în ceea ce privește acțiunile realizate pentru prevenirea și combaterea corupției. Organizarea și promovarea campaniei va contribui la creșterea gradului de constientizare a corupției atât în rândul personalului angajat în administrația publică locală cât și în rândul cetanilor.

Campania de prevenire este realizată în cadrul proiectului "Îmbunătățirea capacității administrative locale privind dezvoltarea, implementarea și promovarea măsurilor anticorupție", cod SIPOCA 1151, cod MySMIS 2014 + 152134.

În temeiul celor de mai sus se stabilește strategia privind pregătirea și derularea *Campaniei de constientizare privind riscul expunerii la fapte de corupție la nivelul Sectorului 1 al Municipiului București*, respectiv:

- Premise, probleme și nevoi identificate
- Scop și obiective
- Grup țintă
- Mesajul și sloganul campaniei
- Activitățile campaniei
- Vizibilitate
- Rezultate
- Monitorizare și evaluare

II. PREMISE, PROBLEME ȘI NEVOI IDENTIFICATE

Potrivit Strategiei Naționale Anticorupție (SNA) 2021-2025, Raportului Anticorupție al Comisiei Europene din 3 Februarie 2014, Convenției Națiunilor Unite Împotriva Corupției din 9 Decembrie 2003, Convenției Civile din 4 noiembrie 1999 Asupra Corupției, corupția ne afectează în mod grav pe fiecare dintre noi, atât la nivel individual, cât și la nivel social. Corupția afectează viața, integritatea fizică, patrimoniul cetățenilor, încrederea în instituții, agravează sau chiar cauzează problemele economice și sociale, dezvoltarea statelor (României), politica externă și imaginea României, independența justiției, democrația și statul de drept, facilitând proliferarea crimei organizate, organizațiilor de tip mafiot și capturarea statului de către acestea.

Campaia este concepută și se derulează în contextul național trasat de misiunea și principiile generale care stau la baza SNA, în special:

- **prioritatea interesului public** - reprezentanții instituțiilor și autorităților publice au datoria de a considera interesul public mai presus de orice alt interes în îndeplinirea atribuțiilor de serviciu. Aceștia nu trebuie să se folosească de funcția publică pentru obținerea de beneficii necuvenite patrimoniale sau nepatrimoniale, pentru ei, familiile lor sau persoane apropiate;

- **principiul răspunderii la cel mai înalt nivel de angajament**: Politicile de integritate nu vor fi eficiente dacă nu există un mesaj clar dat de administrație de la nivelul cel mai înalt în sensul sprijinirii acestor politici. Nivelul superior al conducerii pe fiecare palier al administrației trebuie să inițieze, să supravegheze și să conducă, prin puterea exemplului, punerea în aplicare a unei politici de respingere a corupției, recunoscând faptul că aceasta din urmă este contrară valorilor fundamentale ale integrității, transparenței și responsabilității și că aceasta subminează eficacitatea organizațională;

- **principiul prevenirii incidentelor de integritate** potrivit căruia identificarea timpurie și înlăturarea în timp util a premiselor apariției faptelor de corupție sunt prioritare și imperative;

- **principiul coerenței de acțiune inter-instituționale**, în baza căruia instituțiile implicate în prevenirea și combaterea corupției trebuie să coopereze în deaproape, asigurând o concepție unitară asupra obiectivelor ce trebuie îndeplinite și a măsurilor ce urmează a fi luate;

- **principiul parteneriatului public - privat**, care recunoaște importanța cooptării societății civile și a mediului de afaceri în activitățile concrete de implementare a măsurilor de prevenire a corupției.

În egală măsură, contextul național este surprins și de studiul criminologic *Cauzele și factorii determinanți ai faptelor de corupție* derulat de Ministerul Justiției în parteneriat cu Direcția Generală Anticorupție, respectiv de cercetarea sociologică *Percepția asupra integrității în instituțiile din administrația publică centrală*, realizată de Direcția Generală Anticorupție, context caracterizat de:

- toleranță ridicată la corupție;
- o lungă istorie de acceptare și normalizare a corupției în cadrul societății;
- darea și luarea de mită, traficul de influență sunt infracțiuni circumscrise unor practici sociale precum darul, reciprocitatea, sprijinul și schimbul informațional în cadrul familiei, rețelelor sociale, comunităților;

- principalele mecanisme prin care sunt proliferate faptele de corupție în România sunt aspecte ce țin de obișnuința de a oferi ceva pentru rezolvarea rapidă a solicitărilor;

- modul în care persoanele condamnate pentru corupție au perceput oportunitățile și au ajuns să ia deciziile de implicare în faptele incriminate a evidențiat și tipul de decizie de implicare colectivă, corespunzător unui mod habitual, din obișnuință sau sub presiunea mediului organizațional, caracterizat de practici bazate pe norme informale;

- aspectele privitoare la oportunitățile de corupție care arată că desfășurarea faptelor incriminate au avut o legătură strânsă cu mediul organizațional, locul de muncă sau viața profesională. Practic, mediul organizațional, atât în sectorul public cât și în sectorul privat, este cel

care poate să încurajeze și să faciliteze faptele de corupție, așa cum poate să și educe și să sancționeze orice deviere de la regulile de integritate;

- principalele motive care ar împiedica implicarea în fapte de corupție (factorii de prevenire): valorile morale și educația (68%), riscul de compromitere a carierei profesionale, pierderea locului de muncă (25%) și teama de a fi condamnat penal ori de a intra la închisoare (4%).

Până în prezent, angajații din cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București s-au confruntat cu: capacitate scăzută de identificare, monitorizare, evaluare și raportare a suspiciunilor de corupție; inexistența unor instrumente de lucru care să permită identificarea, evaluarea, raportarea și sesizarea la nivel instituțional a faptelor de corupție/ a conflictului de interese/ incidentelor de integritate/ a incompatibilităților în exercitarea funcției publice; lipsa unor instrumente de lucru care să permită stabilirea și implementarea unor măsuri de reducere a riscurilor de expunere la fapte de corupție; inexistența unei proceduri interne privind prevenirea, combaterea și sancționarea faptelor de corupție; lipsa unui registru privind managementul riscurilor de corupție; lipsa instrumentelor de lucru care să permită evaluarea periodică a gradului de cunoaștere de către angajații instituției publice a normelor referitoare la prevenirea și sancționarea faptelor de corupție; lipsa desfășurării unor campanii de informare și conștientizare a consecințelor expunerii la fapte de corupție atât la nivel instituțional cât și la nivelul comunității locale; lipsa sistemului de management anti-mită conform SR ISO 37001; inexistența unor procese de investigare preventivă pentru evaluarea riscului de mituire al personalului angajat; lipsa unei proceduri privind raportarea cazurilor de mituire și a celor suspecte alături de investigarea și tratarea acestora; lipsa participării la programe de formare profesională în domeniul anticorupției, a persoanelor care ocupă funcții sensibile la nivelul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1/ a persoanelor care fac parte din echipa de gestionare a riscurilor cât și a celorlalți angajați; lipsa personalului responsabil în domeniul integrității la nivelul aparatului de specialitate; lipsa desemnării unei persoane responsabile cu publicarea datelor deschise (cf. Legii 109/ 2007), astfel încât să fie create premise necesare unei guvernări locale deschise, transparente; inexistența unei proceduri interne privind prevenirea, monitorizarea și remedierea situațiilor de pantouflage, respectiv lipsa unei proceduri privind interdicțiile postangajare în instituțiile publice; lipsa unui registru privind monitorizarea și remedierea situațiilor de pantouflage.

În consecință, pornind de la respectarea cadrului legal în vigoare privind: asigurarea transparenței în exercitarea funcției publice, prevenirea, descoperirea și sancționarea faptelor de corupție, prevenirea, constatarea și sancționarea neregulilor în obținerea și utilizarea fondurilor europene/ fondurile publice naționale, protecția personalului care semnalează încălcări ale legii, promovarea normelor de conduită profesională și a standardelor de control intern managerial, încurajarea declarării bunurilor primite cu titlu gratuit în exercitarea mandatului sau al funcției, prezentul demers își propune să vină în sprijinul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București prin creșterea gradului de conștientizare a corupției, atât în rândul personalului angajat în administrația publică locală și al aleșilor locali, cât și în rândul cetățenilor.

III. SCOP ȘI OBIECTIVE

Scopul campaniei:

- *creșterea gradului de conștientizare publică cu privire la importanța prevenirii expunerii la fapte de corupție;*

Obiectivele campaniei:

- creșterea gradului de *conștientizare a riscurilor corupției*, atât în rândul personalului angajat în administrația publică locală și aleșilor locali, cât și în rândul cetățenilor
- cunoașterea *măsurilor de prevenire și combatere a corupției*, atât în rândul personalului angajat în administrația publică locală și aleșilor locali, cât și în rândul cetățenilor
- *creșterea gradului de transparență al instituției publice în ceea ce privește acțiunile realizate pentru prevenirea și combaterea corupției*

IV. GRUPURI ȚINTĂ

Grupul țintă vizat direct de implementarea și rezultatele proiectului asupra căruia se așteaptă un efect ca urmare a intervenției realizate, este format din personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București și din aleșii locali. Beneficiarii direcți au fost stabiliți prin raportare la nevoile identificate și sunt relevanți din perspectiva atingerii obiectivelor specifice (OS) ale proiectului propus.

Grup țintă direct:

- Personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București;
- Aleșii locali (1 primar, 2 viceprimari, 27 de consilieri locali)

Grup țintă indirect:

- Societatea civilă (beneficiarii serviciilor oferite de personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București, publicul din mediul online)

V. MESAJUL ȘI SLOGANUL CAMPANIEI

Din punct de vedere conceptual, mesajul campaniei trebuie să satisfacă simultan următoarele criterii:

- să urmărească atingerea obiectivelor campaniei;
- să fie relevant pentru grupul țintă cărui îi este adresat.

Mesajul campaniei:

„Corupția ne afectează viața. Doar prin integritate construim o comunitate!”

Sloganul campaniei:

„Oprim corupția și nedreptatea”

Structura conceptuală a campaniei va include mesaje adresate, atât personalului angajat în cadrul SIMB, aleșilor locali, cât și societății civile cu privire la:

Componenta principală a mesajului:

- creșterea gradului de **conștientizare a riscurilor corupției** și cunoașterea **măsurilor de prevenire și combatere a corupției**;
- creșterea gradului de **transparență al instituției publice în ceea ce privește acțiunile** realizate pentru prevenirea și combaterea corupției;

Componenta principală a mesajului va urmări transmiterea către grupul țintă, în mod *clar și coerent*: **conceptele, terminologia și prevederile legislative aplicabile domeniului:**

- **prevenirii corupției,**
 - **asigurării transparenței, a eticii și a integrității în exercitarea funcției publice,**
- contribuind în acest sens la îndeplinirea OS.2.2 POCA și a rezultatului așteptat R5 POCA.

Componenta secundară a mesajului:

- principiile privind **dezvoltarea durabilă, egalitatea de șanse, nediscriminare și egalitate de gen;**
- asigurarea gradului de **vizibilitate** a proiectului și a celor două instituții publice partenere.

VI. ACTIVITĂȚILE CAMPANIEI

Activitățile descrise în cele ce urmează nu au un caracter restrictiv, acestea putând fi adaptate în scopul maximizării rezultatelor și al îndeplinirii obiectivelor din prezentul plan de campanie.

În acest sens, experții anticorupție din cadrul Direcției Generale Anticorupție împreună cu Grupul de lucru constituit la nivelul S1MB, vor elabora conținutul pliantelor informative/ materialelor de promovare și vor asigura integrarea mesajelor anticorupție și de promovare a integrității.

Materialele promoționale vor respecta cerințele din Manualul de identitate vizuală POCA 2014-2020.

În egală măsură, cele două instituții partenere vor avea întâlniri directe cu grupul țintă în punctele cheie de contact cu cetățenii Sectorului 1 de către personal angajat în cadrul S1MB, respectiv în cadrul Registraturii S1MB, DITL-S1MB și DPEPSC-S1MB.

Materialele vor fi distribuite prin implicarea personalului S1MB cât și prin implicarea experților din partea DGA.

Totodată materiale promoționale vor fi distribuite și în cadrul sesiunilor Consiliului Local al S1MB în perioada aferentă acestei activități.

De asemenea, va fi organizat un comunicat de presa de promovare a campaniei în cel puțin 3 publicații locale.

În paralel cu componenta outdoor, campania va beneficia de o componentă online.

Atât realizarea și promovarea campaniei anticorupție din mediul online, cât și promovarea campaniei în cel puțin 3 publicații locale vor fi realizate de partenerul extern contractat, respectiv EUROPEAN ART CONSULTING S.R.L. ținând cont de obiectivele campaniei și adaptând mesajul campaniei caracteristicilor grupului țintă.

A. COMPONENTA OUTDOOR

6.1. PRODUCȚIA ȘI DISTRIBUIREA MATERIALELOR DE CAMPANIE

6.2.1. *Producția materialelor de campanie*

Producția materialelor promoționale de susținere a mesajului campaniei

Afiș: 50 bucăți



Îmbunătățirea capacității administrative locale privind dezvoltarea,
implementarea și promovarea măsurilor anticorupție

cod SIPOCA 1151 / cod MySMIS 152134

Oprim corupția și nedreptatea



**Corupția ne afectează viața.
Doar prin integritate
construim o comunitate!**

Beneficiar: Sectorul 1 al Municipiului București
Partener: Direcția Generală Anticorupție

Obiectivul proiectului:
Obiectivul general al proiectului constă în creșterea gradului de implementare a măsurilor
referitoare la prevenirea corupției prin îmbunătățirea, consolidarea și dezvoltarea
capacității administrative a Sectorului 1 al Municipiului București

Valoarea totală a proiectului (UE): 358.225,25
Valoarea cofinanțării UE (UE): 335.009,01

Perioada de implementare: martie 2022 - mai 2023



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020



www.poca.ro

Pliant: 300 bucăți

Valoarea totală a proiectului:
 358.225,25 lei
Valoarea finanțării nerambursabile:
 335.069,01 lei
Valoarea contribuției proprii a liderului de parteneriat - Sectorul 1 al Municipiului București
 5.387,65 lei
Valoarea contribuției proprii a partenerului 1 - Direcția Generală Anticorupție:
 17.768,59 lei
Data semnării contractului de finanțare:
 9 martie 2022
Perioada de implementare:
 martie 2022 - mai 2023

Titlul proiectului:
 Îmbunătățirea capacității administrative locale privind dezvoltarea, implementarea și promovarea măsurilor anticorupție

Codul proiectului:
 SIPOCA 1151 / cod MySMB 151134

Denumirea beneficiarului:
 Sectorul 1 al Municipiului București

Partener:
 Direcția Generală Anticorupție

Data publicării: martie 2023

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020

Date de contact:
Sectorul 1 al Municipiului București
 Str. Bocu Mare nr. 9, București
 registratura@primarias1.ro
 web: primariasector1.ro
 Tel:
 021 319 10 13
 021 319 10 14
 021 319 10 15
 021 319 10 16
 021 319 10 17

Direcția Generală Anticorupție
 Joroboa (Dimitrie) Nr. 390 A, București
 Telefon: 021 332 26 54 / 021 365 35 09
 rebus.dga@ma.gov.ro
 web: mal.dga.ro

QRCode DGA

CALL CENTER ANTICORUPȚIE:
 0800 806 806

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020

Oprim corupția și nedreptatea

Corupția ne afectează viața. Doar prin integritate construim o comunitate!

Îmbunătățirea capacității administrative locale privind dezvoltarea, implementarea și promovarea măsurilor anticorupție
 cod SIPOCA 1151 / cod MySMB 151134

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020

CUM PREVENIM CORUPȚIA

Corupția este un fenomen complex care presupune cel puțin două părți implicate: una care oferă sau solicită un avantaj necușinat și alta care acceptă sau furnizează acest avantaj. Situațiile de corupție sunt extrem de neplăcute și pot avea consecințe grave asupra individului și societății în general.

CE FACEM NOI
 Personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al S1MB împreună cu coordonatorul de parteneriat desemnat din partea DGA și experții DGA vor colabora pentru identificarea nevoilor de formare în domeniul prevenirii corupției la nivelul S1MB prin raportarea la domeniile de activitate care sunt expuse riscurilor de corupție și care au fost identificate și controlate în Registrul Riscurilor de corupție. În analiza nevoilor de formare se va ține cont de personalul care ocupă funcții sensibile. Împreună cu experții DGA se vor organiza cursuri de formare în domeniul prevenirii corupției:

modul 1 – Managementul eticii și integrității la nivelul administrației publice locale;
 modul 2 – Managementul riscurilor de corupție la nivelul administrației publice locale.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020

CE POTI FACETU

Informează-te cu privire la faptele de corupție și la procedurile care trebuie urmate pentru sancționarea acestora.
 Dacă suspectezi comiterea unei fapte de corupție sesizează de îndată autoritățile competente. Pentru a face acest lucru poți apela și Call Center Anticorupție 0800.806.806, linie telefonică gratuită a Direcției Generale Anticorupție. Împlică-te în activități sau campanii care au ca scop descurajarea corupției. De asemenea, poți să îți aduci contribuția la crearea unei culturi a integrității și a valorilor morale prin comportamentul tău personal și prin educarea celor din jur. Combaterea corupției poate fi un proces lung și dificil, așa că fi persistent și nu renunța!

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020

OBIECTIVELE PROIECTULUI

Obiectiv specific 1:
 Dezvoltarea și implementarea la nivelul S1MB a unor instrumente și mecanisme de management a riscurilor de corupție;
Obiectiv specific 2:
 Dezvoltarea și promovarea unei campanii de conștientizare a riscului expunerii la faptele de corupție la nivelul Sectorului 1;
Obiectiv specific 3:
 Creșterea gradului de integritate a personalului S1MB prin organizarea și derularea unor sesiuni de formare profesională în domeniul prevenirii corupției, transparenței, eticii și integrității și combaterii riscului de expunere la faptele de corupție precum și dobândirea unor abilități și competențe specifice privind managementul riscurilor de corupție;
Obiectiv specific 4:
 Dezvoltarea sistemului anti-mită prin implementarea standardului ISO 37001 – Sistemul de management anti-mită și obținerea certificării la nivelul S1MB.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020

ROLL-UP: 2 bucăți



**Îmbunătățirea capacității administrative locale
privind dezvoltarea, implementarea și
promovarea măsurilor anticorupție
cod MySMIS: 152134/ cod SIPOCA 1151**

OPRIM CORUPȚIA ȘI NEDREPTATEA



**Corupția ne afectează viața.
Doar prin integritate
construim o comunitate!**

**Beneficiar: Sectorul 1 al Municipiului București
Partener: Direcția Generală Anticorupție**



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020!

www.poca.ro

6.1.2. Distribuirea materialelor de campanie

Nr.	Produs	Activitate/ Distribuție
1.	Afiș	Distribuirea afișelor va fi realizată în punctele cheie de contact cu cetățenii Sectorului 1 de către personal angajat în cadrul S1MB, respectiv în cadrul Registraturii S1MB, DGITL-S1MB și DGASPC-S1MB. Materialele vor fi distribuite prin implicarea personalului S1MB experților DGA. Totodată, materiale promoționale vor fi distribuite și în cadrul ședințelor Consiliului Local al S1MB în perioada aferentă acestei activități.
2.	Pliant	Distribuirea pliantelor informative va fi realizată în punctele cheie de contact cu cetățenii Sectorului 1 de către personal angajat în cadrul S1MB, respectiv în cadrul Registraturii S1MB, DGITL-S1MB și DGASPC-S1MB. Materialele vor fi distribuite, <i>în cadrul întâlnirilor directe</i> , prin implicarea personalului S1MB și a experților DGA. Totodată, materiale promoționale vor fi distribuite și în cadrul ședințelor Consiliului Local al S1MB în perioada aferentă acestei activități.
3.	Roll-up	Distribuirea roll-up-urilor va fi realizată în punctele cheie de contact cu cetățenii Sectorului 1 de către personal angajat în cadrul S1MB, respectiv în cadrul Registraturii S1MB și în sala de ședințe a Consiliului Local al S1MB. Materialele vor fi distribuite prin implicarea personalului S1MB experților DGA.

6.2. DERULAREA ÎNTÂLNIRILOR DIRECTE CU GRUPUL ȚINTĂ PRINCIPAL/DIRECT

Grup țintă direct:

- Personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București;
- Aleșii locali (1 primar, 2 viceprimari, 27 de consilieri locali)

Grup țintă indirect:

-Societatea civilă (beneficiarii serviciilor oferite de personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București, prezenți în punctele cheie stabilite)

Întâlnirile directe se vor realiza în scopul informării și conștientizării grupurilor țintă privind aspectele de corupție urmărite de mesajul campaniei, în special cu **ocazia distribuirii materialelor informative (pliant, afiș)** și va fi realizată în punctele cheie de contact cu cetățenii Sectorului 1 de către personal angajat în cadrul S1MB, respectiv în cadrul Registraturii S1MB, DGITL-S1MB și DGASPC-S1MB, precum și în cadrul sedințelor Consiliului Local al S1MB.

Materialele vor fi distribuite prin implicarea personalului S1MB și a experților DGA.

B. COMPONENTA ONLINE

6.3. DERULAREA COMPONENTEI ONLINE

Se va realiza de partenerul extern contractat, respectiv EUROPEAN ART CONSULTING S.R.L., în baza planului propriu (anexat), iar principalele activități vor consta în:

- se vor realiza pagini de promovare ale proiectului pe rețelele de socializare Facebook și Instagram;
- paginile vor conține informații despre proiectul „Îmbunătățirea capacității administrative locale privind dezvoltarea, implementarea și promovarea măsurilor anticorupție”, cod MySMIS 152134, cod SIPOCA 1151 și despre campania de promovare online a proiectului realizată în cadrul acestuia;
- vor fi postate mesaje diversificate, sub forme precum: text, fotografii, audio-video, infografice, chestionare, link-uri, comunicate de presă etc., urmărind cele două componente ale mesajului campaniei, respectiv:

Componenta principală a mesajului:

- creșterea gradului de **conștientizare a riscurilor corupției** și cunoașterea **măsurilor de prevenire și combatere a corupției**;
- creșterea gradului de **transparență al instituției publice în ceea ce privește acțiunile** realizate pentru prevenirea și combaterea corupției;

Componenta principală a mesajului va urmări transmiterea către grupul țintă, în mod **clar și coerent: conceptele, terminologia și prevederile legislative aplicabile domeniului:**

- prevenirii corupției,

-asigurării transparenței, a eticii și a integrității în exercitarea funcției publice,

contribuind în acest sens la îndeplinirea OS.2.2 POCA și a rezultatului așteptat R5 POCA.

Componenta secundară a mesajului:

- principiile privind **dezvoltarea durabilă, egalitatea de șanse, nediscriminare și egalitate de gen;**
- creșterea gradului de **vizibilitate** a celor două instituții publice partenere.

- informațiile se vor crea și adapta pentru grupul țintă, fiind inspirate conceptual în special din suportul de curs, însă sub forme cât mai diversificate, create, adaptate sau preluate inclusiv din mediul online, cu respectarea legislației în vigoare, fiind consultați și reprezentanții DGA cu privire la relevanța și aspectul acestora din punctul de vedere al obiectivelor urmărite;
- paginile vor fi actualizate zilnic, prin postarea activităților desfășurate în cadrul campaniei și a mesajelor conexe.

C. COMPONENTA MASS-MEDIA

6.4. ACTIVITATEA DE PROMOVARE A CAMPANIEI ÎN MASS-MEDIA

Promovarea comunicatului de presă al campaniei se va realiza de partenerul extern contractat, respectiv EUROPEAN ART CONSULTING S.R.L., în cel puțin 3 publicații locale.

Forma finală a comunicatului va avea acordul de principiu al celor două instituții partenere.

În situația apariției unor solicitări din partea reprezentanților mass-media cu privire la acordarea unor interviuri, declarații de presă, participare la emisiuni etc., cele două instituții partenere se vor consilia și vor stabili de comun acord oportunitatea și modalitatea de a răspunde solicitării.

Cei doi parteneri instituționali vor stabili din timp modul de reacție față de posibilele solicitări ale reprezentanților mass-media, ca urmare a difuzării comunicatului de presă.

Partenerul extern va putea comunica cu reprezentanții mass-media doar potrivit mandatului.

VII. VIZIBILITATE

7.1 REALIZAREA IDENTITĂȚII VIZUALE A PARTENERILOR ȘI A PROIECTULUI

Pentru crearea unei imagini unitare a proiectului, SIMB în parteneriat cu DGA vor colabora în vederea realizării unei identități vizuale, cu scopul unei recunoașteri facile a demersurilor preventive.

Indiferent de canalul media folosit, cu excepția campaniei online, 3 mesaje secundare vor trebui comunicate:

- **date de contact ale SECTORULUI 1 al Municipiului București;**
- **sigla și numele DGA, Call Center-ul anticorupție;**
- **sloganul și/sau mesajul campaniei.**

Acestea vor fi utilizate pentru a semna comunicarea și pentru a crește gradul de conștientizare a problemei.

Promovarea identității vizuale se va face și prin materialele informative și promoționale concepute în prezenta campanie de prevenire (afișe, pliante, roll-up).

VIII. REZULTATE

Prin îndeplinirea OS2 care vizează dezvoltarea și promovarea unei campanii de conștientizare a riscului expunerii la fapte de corupție, grupul țintă vizat, va înțelege în mod clar și coerent, conceptele, terminologia și prevederile legislative aplicabile domeniului prevenirii corupției, asigurării transparenței, a eticii și a integrității în exercitarea funcției publice, contribuind în acest sens la îndeplinirea OS.2.2 POCA și a rezultatului așteptat R5 POCA.

R5 POCA: Grad crescut de conștientizare a corupției atât în rândul cetățenilor cât și al personalului din administrația publică – atins prin: Rezultat de proiect R3: Campanie de conștientizare privind riscul expunerii la faptele de corupție promovată.

Rezultate așteptate:

- materiale de susținere a campaniei (300 pliante, 50 afișe, 2 roll-up-uri) realizate și distribuite;
- pagină de Facebook a proiectului;
- pagină de Instagram a proiectului;
- populație informată cu privire la riscurile și implicațiile asociate fenomenului corupției
- reprezentanții instituțiilor implicate și funcționarii instituțiilor din subordinea Primăriei Sectorului 1 a Municipiului București informați asupra dimensiunii și formelor de manifestare ale fenomenului.
- implicare crescută a persoanelor publice în activitatea de informare cu privire la riscurile asociate
- participare crescută a mass-media la susținerea și promovarea mesajelor de informare a publicului cu privire la fenomenul corupției.

IX. MONITORIZARE ȘI EVALUARE

MONITORIZAREA ACTIVITĂȚILOR:

- va fi realizată de către specialiștii în administrație publică S1MB în parteneriat cu experții prevenire corupție DGA, pe baza documentelor de activitate elaborate la nivelul celor două structuri.

EVALUAREA CAMPANIEI:

În vederea stabilirii modului în care au fost îndeplinite obiectivele campaniei, precum și dacă planul de campanie a fost bine conceput sau dacă strategiile și tacticile au fost adecvate, Managerul de proiect va evalua, la finalul perioadei de implementare, toate activitățile desfășurate în cadrul campaniei.

Instrumentele de evaluare ce pot fi utilizate:

- rapoarte de activitate;
- procese-verbale de predare primire a materialelor;
- minute ale întâlnirilor;
- fotografii, înregistrări etc.;

Activitatea de evaluare va presupune evaluarea implementării campaniei de prevenire.

EVALUAREA IMPLEMENTĂRII CAMPANIEI

- va fi realizată de către Managerul Proiectului din partea SIMB cu sprijinul partenerilor campaniei, respectiv Managerul de Proiect din partea DGA.
- stabilește gradul în care tacticile utilizate în timpul campaniei și-au atins scopul. În același timp se măsoară și efortul depus pentru realizarea acestora. Vor fi avute în atenție:

1. *Numărul participanților la activitățile de prevenire/informare desfășurate cu:*

- personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București;
- aleșii locali;
- beneficiarii serviciilor oferite de personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București.

2. *Numărul întâlnirilor directe cu:*

- personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București;
- aleșii locali;
- beneficiarii serviciilor oferite de personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București.

3. *Numărul materialelor de campanie distribuite:*

- personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București;
- aleșii locali;
- beneficiarii serviciilor oferite de personalul angajat în cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București.

4. *Monitorizarea preluării mesajelor de către mass-media.* Această evaluare ne arată ce părți din mesaje au fost selectate de presă (locală/regională, scrisă/radio/TV/online) și dacă materialele transmise au avut posibilitatea de a atinge grupul țintă vizat.

- Numărul articolelor apărute în presa scrisă, audiovizuală și online

5. *Monitorizarea difuzării și reacțiilor la mesajele transmise în social-media*

- Numărul postărilor/distribuirilor/comentariilor/aprecierilor/accesărilor înregistrate pe paginile de Facebook si Instagram ale campaniei;
- Impact (utilizatori unici), utilizatori activi, click-uri pe site din pagină etc.

Prezentul plan de campanie a fost întocmit în două exemplare, câte unul pentru fiecare instituție.

