



KÖRNYEZET ÉS ENERGIA OPERATÍV PROGRAM

IVÓVÍZMINŐSÉG-JAVÍTÁSI PROJEKT

KÓDSZÁM: KEOP – 7.1.3.0/09-2010-0034

IVÓVÍZ MINŐSÉG JAVÍTÁSA
LOVASBERÉNY KÖZSÉGBEN

KOMMUNIKÁCIÓS TERV

Nemzeti Fejlesztési Ügynökség
www.ujszechenyiterv.gov.hu
06 40 638 638



A projekt az Európai Unió támogatásával,
a Kohéziós Alap társfinanszírozásával valósul meg.

1. Helyzetelemzés

Lovasberény a Közép-Dunántúlon, Fejér megyében található. A település lakossága 3079 fő, melynek ivóvízellátása az Önkormányzat feladatai közé tartozik. A helyi vízbeszerzésre vízmű biztosítja a közüzemű vízellátást, mely az Önkormányzat tulajdonában található.

Az intézmények teljes körű, míg a lakosság közel teljes körű (99,58 %) közműves ivóvízellátással rendelkezik. Ipari fogyasztók a településen nincsenek.

Lujza majorban szintén az Önkormányzat tulajdonában lévő helyi vízbeszerzésre alapozott közüzemű ivóvízmű üzemel. A vízmű a helyi sajátosságokra tekintettel csak lakossági és közületi igényeket elégít ki teljes körűen.

Mindkét helyi vízművet a FEJÉRVÍZ Fejér Megyei Önkormányzatok Víz- és Csatornamű Zrt. üzemelteti.

A 98/83EC (2008. nov. 3.) sz. E. Tanácsi irányelv és a 201/2001 (X.25) sz. Kormányrendeletben rögzített határértékek alapján mindkét vízmű által szolgáltatott víz arzén-, vas- és mangán tartalma határérték feletti.

Az ivóvízminőséggel szemben támasztott követelményeket egyik helyi vízmű sem képes kielégíteni.

2. Célkitűzések meghatározása

Stratégiai célkitűzések	A vízminőségi előírásoknak minden paraméterében megfelelő ivóvíz biztosítása
	Az elosztóhálózatba juttatott jó minőségű víz minőségromlás nélkül jusson a fogyasztóhoz.
	Az alapinfrastruktúra bővítése és az életminőség javítása a község területén
	Egészséges tiszta település megteremtése
	A lakosság környezeti és egészségügyi biztonságának megteremtése.
	A gazdasági potenciál növelése, az idegenforgalom és a vállalkozások környezeti feltételrendszerének javítása
	A fenntartható településfejlődés környezeti feltételeinek biztosítása
	Esélyegyenlőség biztosítása a községben élő polgárok számára
Kommunikációs célok	Az elérni kívánt célok fontosságának hangsúlyozása a lakossági és egyéb fogyasztók felé
	A projekt megvalósításával elért eredmények bemutatása a település lakosságának
	Az Európai Unió támogatás kihangsúlyozása
	A fejlesztés fordulópontjainak megismertetése a közvetlenül és a közvetve érintettekkel
	A környezettudatos szemlélet erősítése

3. Célcsoportok azonosítása

Fő kategóriák	Szegmentált alábontás
A szolgáltatást igénybe vevő fogyasztók	Már bekötéssel rendelkező lakossági fogyasztók
	Bekötéssel nem rendelkező leendő lakossági fogyasztók
	Közületi, intézményi fogyasztók
	Egyéb fogyasztók
Gazdasági szféra	Vállalkozások
	Potenciális befektetők
Egyéb partnerek	A településre látogató hazai és külföldi turisták
	Civil szervezetek

4. Kommunikációs stratégia

A kommunikáció három, időben elkülönülő szakaszból áll: az első a beruházás előkészítési szakasza, azaz amíg a projekt tervezése, a vízközmű társulat megalakítása zajlik. A második a projekt beruházásának megkezdésével a kezdődik, és tart a közművek, és műszaki létesítmények átadásáig. Harmadik szakasz az átadást követő időszak.

Az első szakaszban a projekt általános bemutatásán, értelmezésén van a hangsúly. Cél a problémára való figyelemfelhívás, a megoldás pozicionálása. Meghatározó és elsődleges jellegű feladat annak bemutatása, hogy az ország az EU csatlakozása következtében az előírt irányelvek előírja a projektben vállalt feladatokat. Mindenkinek ismernie kell, hogy úgy a helyi - lakossági, önkormányzati - igények, mint az EU elvárásai működési területükön a víziközmű-ellátás jelentős fejlesztését teszik szükségessé. Az előzőeket is figyelembe véve, fontos és kiemelt terület az EU szerepének ilyenén történő bemutatása.

A kommunikációs stratégia az alábbi fő eszközre épül, a jelen szakaszban alapvetően az előkészítő munkákkal kapcsolatos információ továbbítására és a várható eredmények, hatások ismertetésére vonatkozik:

- Berényi Újság – Havonta megjelenő helyi újság

Alkalmazására a projekt teljes élettartama alatt sor kerül. Kommunikációs stratégiánk egyik fő eleme, amellyel mind a közvetlen, mind a közvetett célcsoport tagjai elérhetőek.

- Egyedi írásos tájékoztató
- Honlap: www.lovasbereny.hu

Alkalmazására a projekt teljes élettartama alatt sor kerül. A már jelenleg is működő honlap kerül kiegészítésre, melyen gyakorlatilag naprakészen tájékoztatjuk a közvetlen és a közvetett célcsoportokat. Használata annál is inkább célszerű, mivel a weblap olvasottsága, ismertsége a mérések szerint nagy a település lakossága körében.

- Lakossági fórum – Kedvezményezett szervezésében

Alkalmazására a projekt teljes élettartama alatt sor kerül. Nagyobb a jelentősége az előkészítés szakaszában, amikor a beruházás célját, megvalósításának szakaszait, pénzügyi alapjait kell kommunikálni.

- Személyes informálás, médiatréning – Kedvezményezett és projektmenedzser feladata

Alkalmazására egyszer kerül sor, amikor a cél a regionális döntéshozók informálása, a projekt arculati elemeinek és azok használatának, fontosságának ismertetése, beszámolás a végzett munkáról.

A helyi médián keresztül a célcsoportok legnagyobb része hatékonyan és hitelesen elérhető, az alapinformációkat így kívánjuk átadni. A rendszeresen megjelenő, aktualitásokat tartalmazó hírekkel folyamatosan kommunikáljuk a projekt előrehaladását.

A célcsoportok jelentős része folyamatosan elérhető és megszólítható, ezt a lakossági fórumokon történő személyes eléréssel kívánjuk kihasználni. A események során a közvetlen, személyes, kétirányú kommunikáció előnyét használjuk ki, valamint az átadható információ nagyobb mennyiségének lehetőségét.

Általános cél a közönség honlapra irányítása, ahol minden részletes információt megtalálnak.

A bevezető szakaszban közvélemény-kutatást végzünk annak felmérésére, hogy mennyire ismerik és fogadják el a projektet és annak célkitűzéseit. Az eredményeket felhasználjuk a későbbi kommunikáció kialakításában.

Az első szakasz végén az addig megvalósított kommunikációs tevékenység kiértékelésére kerül sor, ami fontos információkkal szolgálhat és az eredmények függvényében pontosítható a megvalósítási szakasz tervezett kommunikációs feladata.

4.1 Kommunikációs eszközök bemutatása

PR, azaz public relations

Public relations az az átfogó kommunikációs tevékenység, amely hosszú távon, gyakran közvetett eszközökön keresztül alakítja a projekt imidzsét és ismertségét. A PR célja nem a közvetlen értékesítés támogatása, hanem a hosszú távú bizalom és hírnév megalapozása. A PR két irányban kommunikál, így kiválóan alkalmas arra, hogy bemutassa, megértesse és elfogadtassa a projekt céljait. Hatását közvetítő médiákon, így a sajtón, rendezvényeken, kiadványokon, lakossági fórumokon keresztül fejti ki.

A projektben használt eszközei:

- Grafikai arculat (logó, projekt színvilág, névjegy, levélpapír, honlap stb.)
- Kiadványok (tájékoztató prospektus stb.)
- Belső PR (munkatársak felé irányuló kommunikáció)
- Közvélemény-kutatás
- Fotódokumentáció (publikálás sajtóban, honlapon)

Online kommunikáció

Elsősorban a fiatal lakosság érhető el online kommunikációval. Az egyik legfontosabb eszköz Lovasberény honlapja, majd az ahhoz kapcsolódó aloldal. Ez fontos tartalom- és arculathordozó eszköz lesz, ahol a projekt céljai hitelesen, egy helyen, könnyen megtalálhatóan kommunikálhatóak. A honlappal szembeni követelmény az egyszerű kezelhetőség, az áttekinthetőség, az akadálymentesítés és a tartalmi-formai egység.

A projektben használt eszközei:

- Honlap
- Online reklám (banner Lovasberény honlapján)

Személyes kommunikáció

A személyes kapcsolat a leghatékonyabb kommunikációs eszköz, amely Lovasberény községben, mint kistelepülésen az egyik legeredményesebb is lehet. Ennek egységessége természetesen minden szinten egyformán lényeges.

5. Célcsoportok – üzenetek – eszközök

Fő célcsoportok	Üzenetek	Eszköz
A szolgáltatást igénybe vevő fogyasztók	A jogszabályi előírásoknak megfelelő működés	Helyi média, hirdetések, tájékoztatók, lakossági fórum
	A szolgáltatási színvonal emelkedése	
	Új csatlakozási lehetőségek teremthetők	
	A beruházást az Európai Unió támogatja	
Gazdasági szféra	Javuló települési infrastruktúra, közműháló zárása	Helyi média, tájékoztatók, személyes találkozás
	A beruházást az Európai Unió támogatja	
	A fenntartó elkötelezett a környezetvédelmi fejlesztések iránt	
Egyéb partnerek	Javuló települési infrastruktúra, a környezetszennyező hatások minimálisra csökkennek	Helyi média, hirdetések, tájékoztatók, lakossági fórum

6. A tájékoztatás során használt publikációs eszközök

Eszköz	Tervezi a használatát?		Célérték (darab)
	Igen	Nem	
„A” Típusú hirdetőtábla		x	
„B” típusú hirdetőtábla		x	
Tájékoztatási tábla „C” típus		x	
Emlékeztető tábla „D” típus		x	
Nyomtatott sajtó (cikkek, interjúk)		x	
Televízió		x	
Rádió		x	
Internet (banner)		x	
Nyitórendezvény		x	
Záró rendezvény		x	
Egyéb rendezvény, konferencia		x	
Sajtótájékoztató		x	
Sajtóközlemény		x	
Szórólap, vagy egyéb nyomdai kiadvány	x		1
PR film		x	
Önálló internetes honlap		x	
Zöld szám, információs központ (ügyfélszolgálat)		x	
DM levélkampány		x	
Telemarketing		x	
Közüvélemény-kutatás	x		1
Válságkommunikációs terv, krízismenedzsment		x	
Médiaelemzés és egyéb analízis	x		1
Kommunikációs és cselekvési terv	x		1
Kommunikációs tréning	x		1
Reklámtárgy		x	
Fotódokumentáció	x		1
Egyéb: kommunikációs terv egyeztetése a közreműködő szervezetekkel	x		1

7. Időzíítési terv

Feladat / Eszköz	2011.					
	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
„A” Típusú hirdetőtábla						
„B” típusú hirdetőtábla						
Tájékoztatósi tábla „C” típus						
Emlékeztető tábla „D” típus						
Nyomtatott sajtó (cikkek, interjúk)						
Televízió						
Rádió						
Internet (banner)						
Nyitórendezvény						
Záró rendezvény						
Egyéb rendezvény, konferencia						
Sajtótájékoztató						
Sajtóközlemény						
Szórólap, vagy egyéb nyomdai kiadvány						
PR film						
Önálló internetes honlap						
Zöld szám, információs központ (ügyfélszolgálat)						
DM levélkampány						
Telemarketing						
Közüvélemény-kutatás						
Válságkommunikációs terv, krízismenedzsment						
Médiaelemzés és egyéb analízis						
Kommunikációs és cselekvési terv						
Kommunikációs tréning						
Reklámtárgy						
Fotódokumentáció						
Egyéb: kommunikációs terv egyeztetése a közreműködő szervezetekkel						

8. Kivitelezés módja

Lakossági kapcsolatok és a lakosság felé a kommunikáció az Önkormányzat Szervezeti és Működési Szabályzatában rögzítettek szerint.

Szervezett formái:

- lakossági fórum,
- közmeghallgatás
- Berényi Újság
- www.lovasbereny.hu

A projekthez kapcsolódó formái:

- egyedi kiadvány
- Berényi Újság
- regionális és kistérségi sajtó
- aloldal a www.lovasbereny.hu honlapon

9. Költség terv

Tevékenység	Ár
Kommunikációs terv	100.000
Kommunikációs terv egyeztetése	0
Média tréning	40.000
Alapnyomtatványok	40.000
Közüvélemény-kutatás	450.000
Médiafigyelés	100.000
Összesen	730.000

10. Értékelés

Eszköz	Értékelési módszer
Helyi és regionális média	A megjelenések összegyűjtése, elemzése
	Személyes visszajelzések, vélemények
Rendezvények	Részvételi létszám
	A rendezvényeken résztvevők véleményének elemzése
Honlap	Látogatási szám növekedése
Egyedi kiadvány	Egyéni vélemények összegyűjtése, elemzése
A projektről készült tájékoztatók, összefoglalók	Visszajelzések elemzése

Lovasberény, 2011. augusztus 31.

Horváth Péter
PR megbízott