

14.4 Anexa 4 - Strategie de Comunicare pentru Planul de Mobilitate Urbană Durabilă Regiunea București – Ilfov

Pentru perioada de implementare a PMUD

Introducere

Planul de Mobilitate Urbană Durabilă (PMUD) este un document strategic și un instrument al politicii de dezvoltare, ce folosește un program software de simulare a transportului și care își dorește să răspundă nevoilor de mobilitate ale indivizilor și afacerilor din orașe și din împrejurimile lor, pentru a îmbunătăți calitatea vieții în timp ce contribuie la atingerea obiectivelor europene legate de protecția mediului și eficiența energetică.

PMUD București-Ilfov își dorește să asigure implementarea conceptelor europene de planificare și management pentru mobilitate urbană durabilă, adaptate la condițiile specifice ale regiunii. Pentru acest lucru, planul va include o listă de măsuri dezvoltate pentru îmbunătățirea mobilității pe termen scurt, mediu și lung.

PMUD este destinat obținerii unui plan strategic pentru oameni și locuri și are următoarea viziune pentru dezvoltarea mobilității în Regiunea București – Ilfov pentru perioada 2016-2030:

Un sistem de transport eficient, integrat, durabil și sigur, proiectat să promoveze dezvoltarea economică și teritorială incluzivă din punct de vedere social și să asigure o calitate ridicată a vieții.

PMUD a interpretat viziunea pentru regiune în cinci **obiective operaționale** realizabile după cum urmează:

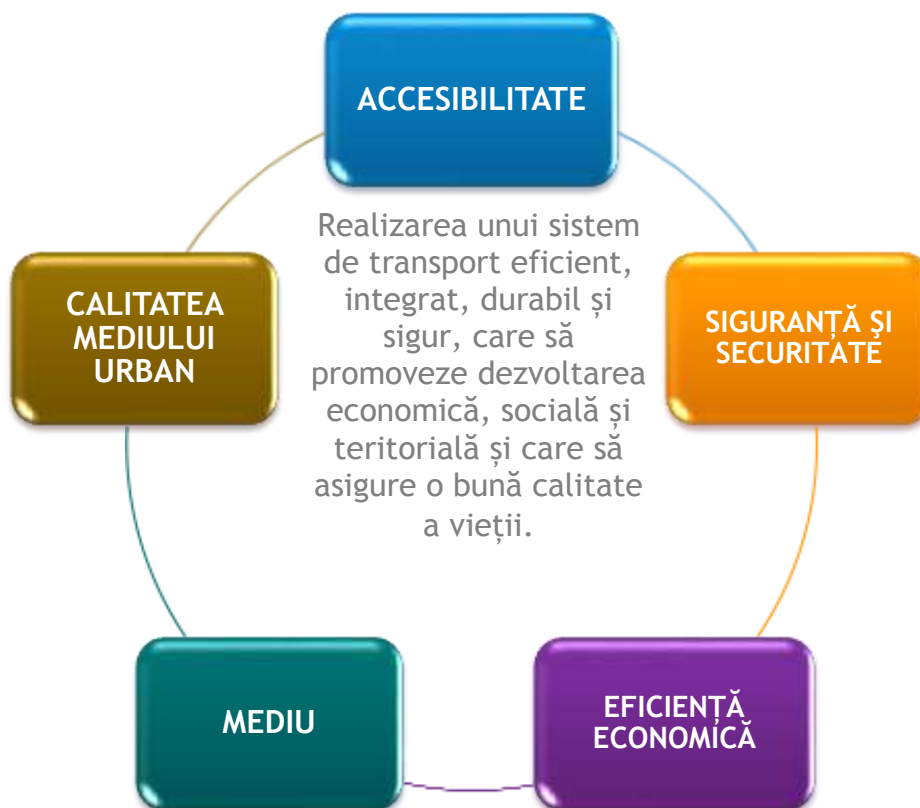


Figura 14.4-1 Obiective strategice PMUD

Cu alte cuvinte prin aceste obiective se urmărește să se ofere cetățenilor:

- I. ACCESIBILITATE – tuturor cetățenilor le sunt oferite opțiuni de transport ce le facilitează accesul la destinații și servicii esențiale;
- II. SIGURANȚĂ ȘI SECURITATE – îmbunătățirea siguranței și securității;
- III. MEDIU – reducerea poluării aerului și a zgomotului, a emisiilor de gaze cu efect de seră și a consumului de energie;
- IV. EFICIENȚĂ ECONOMICĂ – îmbunătățirea eficienței și a eficacității economice a transportului de persoane și mărfuri;
- V. CALITATEA MEDIULUI URBAN – contribuie la creșterea atractivității și calității mediului urban și a designului urban în beneficiul cetățenilor, al economiei și al societății, în ansamblu.

Politicile și măsurile definite în Planul de mobilitate urbană durabilă vor acoperi toate modurile și formele de transport din aglomerarea urbană, publice și private, de pasageri și de marfă, motorizate și nemotorizate, în mișcare și parcate.

Pentru a realiza obiectivele operaționale prezentate mai sus, PMUD utilizează șapte politici de transport de nivel înalt prezentate mai jos în **Figura nr. 1**.



Aceste politici grupează proiecte similare cu diferite tipuri de intervenție și le prioritizează pentru o eficiență și eficacitate maxime. PMUD a investit eforturi semnificative pentru a identifica acele intervenții în politici ce vor oferi cel mai pozitiv impact.

Această identificare a fost rezultatul utilizării extensive a BIM-TDM, ce s-a

dezvoltat într-un instrument

extrem de sofisticat de

analiză de proiect și priorizare.

Figura 14.4-2: Politicile de nivel înalt ale PMUD

Scopul strategiei de comunicare

Strategia de comunicare își propune atât informarea asupra desfășurării procesului de implementare și monitorizare a PMUD cât și implicarea părților interesate în faza de pregătire și realizare a fiecărui proiect inclus în PMUD.

Strategia de Comunicare asigură în principal procesul participativ din faza a 4-a: Faza de Implementare, parte a Ciclului de Planificare a unui Plan de mobilitate Urbană Durabilă (vezi **Figura 2** de mai jos) și etapă în care se află PMUD pentru București - Ilfov.

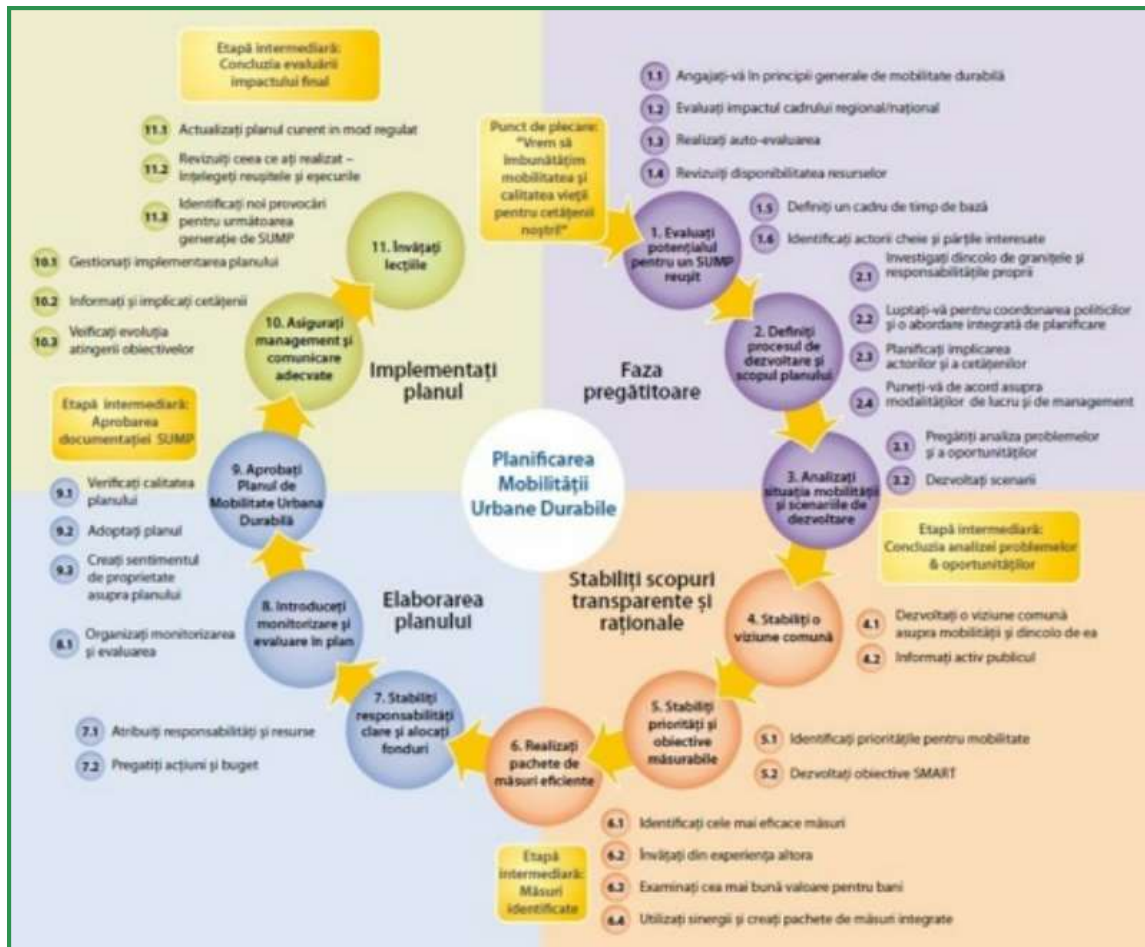


Figura 14.4-3: Ciclul de planificare a unui Plan de Mobilitate Urbană Durabilă

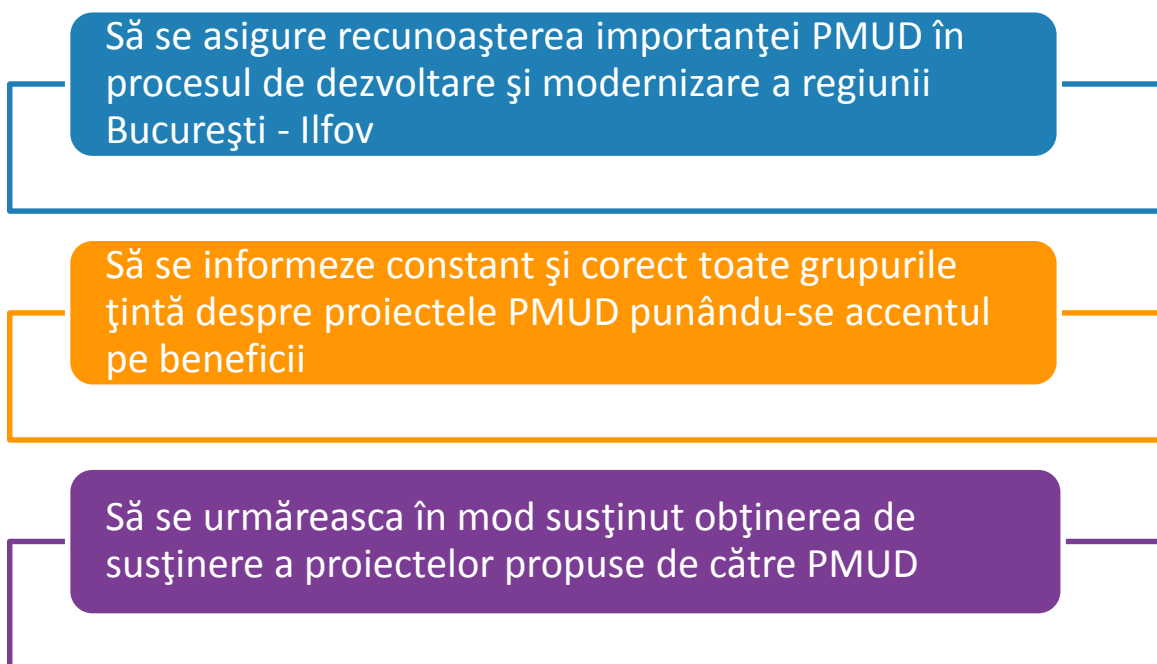
Având în vedere importanța asigurării unui proces participativ în implementarea proiectelor prezentul document include un *model de plan de consultare publică*.

Această strategie reprezintă cadrul necesar în vederea pregătirii, planificării și implementării măsurilor de informare și promovare necesare pe perioada de derulare a proiectelor viitoare propuse prin PMUD.

Strategia de față prezintă obiectivele generale de comunicare ale PMUD, harta de interese din care rezultă publicul țintă, canalele și instrumentele de comunicare.

Obiectivele generale ale comunicării PMUD

Prezenta strategie de comunicare își propune ca obiective generale următoarele:



Aceste obiective generale enunțate mai sus vor duce la îndeplinirea următoarelor aspecte esențiale în procesul de comunicare a PMUD dar și al proiectelor ce fac parte din Planul de Mobilitate după cum urmează:

- Asigurarea informării corecte și la timp a publicului interesat (atât publicul profesionist cât și publicul larg) asupra stadiului de implementare a PMUD și a rezultatelor implementării;
- Facilitarea unui flux bidirecțional de informații în vederea punerii în practică a procesului participativ;
- Implicarea publicului interesat în procesul de implementare a proiectului (de la planificare la execuție);
- Identificarea celor mai bune canale și instrumente de comunicare cu publicul;
- Crearea cadrului prin care se asigură corectitudinea informațiilor puse la dispoziția mass-media;
- Realizarea unei comunicări transparente cu publicul.

Obiectivele specifice ale comunicării PMUD

Obiectivele specifice care decurg din obiectivele generale sunt:

- Informarea părților interesate și a beneficiarilor finali implicați în implementarea PMUD asupra priorităților, măsurilor și rezultatelor implementării Planului, dar și a responsabilităților pe care le dețin aceștia în ceea ce privește acțiunile de comunicare.
- Asigurarea comunicării interne și a coordonării între diversele instituții și organisme implicate în implementarea acțiunilor din Planul de Mobilitate.
- Asigurarea unei coordonări eficiente a măsurilor de comunicare și activității de relații publice desfășurate de către diversele părți interesate și de către beneficiarii finali în vederea susținerii din punct de vedere comunicațional a procesului de implementare a proiectelor propuse de PMUD.

- Asigurarea unui grad ridicat de informare a populației asupra activităților desfășurate de către părțile interesate și beneficiarii finali în scopul implementării PMUD și a proiectelor propuse de Plan.
- Asigurarea consultării publice necesare implementării proiectelor propuse de PMUD.
- Informarea asupra și promovarea beneficiilor aduse de implementarea proiectelor PMUD.

Obiectivele specifice pentru fiecare proiect ce urmează a fi implementat, activitățile de comunicare prin care acestea vor fi îndeplinite, canalele și instrumentele de comunicare, bugetul aferent precum și termenele de punere în practică vor fi stabilite prin intermediul Planurilor de Comunicare individuale.

Principiile generale care trebuie să guverneze activitățile de comunicare ale fiecărui proiect sunt:

- I. **Transparența** – comunicarea rezultatelor proiectelor pe parcursul implementării activităților acestora.
- II. **Creșterea gradului de conștientizare** a publicului pentru a scoate în evidență:
 - importanța PMUD la nivelul regiunii București Ilfov,
 - importanța și beneficiile fiecărui proiect în parte,
 - importanța participării civice.
- III. **Asigurarea unei informări constante și corecte** a publicului țintă identificat.
- IV. **Asigurarea diseminării eficiente a informațiilor** în funcție de fiecare grup țintă identificate în cadrul publicului țintă al fiecărui proiect în parte.

Foarte important!

Planurile de Comunicare pentru fiecare proiect în parte vor urmări promovarea viziunii Planului de Mobilitate Urbană Durabilă București - Ilfov.

Mesajele

Mesajele campaniei de comunicare a PMUD pot fi după cum urmează:

- Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov este un document strategic și un instrument de politică de dezvoltare care va asigura punerea în aplicare a conceptelor europene de planificare și de management pentru mobilitatea urbană durabilă adaptate la condițiile specifice regiunii București – Ilfov.
- Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov include lista măsurilor/proiectelor de îmbunătățire a mobilității pe termen scurt, mediu și lung.
- Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov folosește un software de simulare a transporturilor având ca scop rezolvarea nevoilor de mobilitate ale persoanelor și întreprinderilor pentru a îmbunătăți calitatea vieții, contribuind în același timp la atingerea obiectivelor europene privind protecția mediului și eficiența energetică.
- Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov își propune să fie un plan strategic pentru oameni și locuri și va avea realizat o planificare durabilă și modernă a transportului și mobilității în contextul dezvoltării urbane.
- Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov își propune să realizeze un sistem de transport eficient, integrat, durabil și sigur, proiectat să promoveze dezvoltarea economică și teritorială incluzivă din punct de vedere social și să asigure o calitate ridicată a vieții.

- Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov asigură că toți cetățenii au opțiuni de transport, care le permit accesul la destinații și servicii esențiale.
- Implementarea Planului de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov va duce la îmbunătățirea siguranței și securității în circulație în municipiul București și în județul Ilfov.
- Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov propune proiecte care vor duce la reducerea poluării aerului și fonice, a emisiilor de gaze cu efect de seră și a consumului de energie.
- Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov își propune îmbunătățirea eficienței și rentabilității transportului de persoane și mărfuri în municipiul București și în județul Ilfov.
- Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov contribuie la creșterea atractivității și calității mediului urban și la proiectarea unui mediu urban în beneficiul cetățenilor, economiei și societății în general.
- Politicile și măsurile definite în Planul de Mobilitate Urbană Durabilă pentru Regiunea București – Ilfov acoperă toate modurile și tipurile de transport din întreaga aglomerație urbană, inclusiv cele publice și private, de pasageri și de marfă, motorizat și nemotorizat, în mișcare și parcarile.

Acestea pot fi rafinate la momentul începerii implementării campaniei de comunicare a PMUD după realizarea unei cercetări de început care să ajute atât la stabilirea mesajelor în funcție de grupurile țintă cât și la conceptul creativ al campaniei de comunicare (brandingul PMUD).

Coerența mesajelor trebuie să presupună și coordonarea și îndrumarea actelor de comunicare ale tuturor structurilor care au de a face cu PMUD. Coordonarea se va face pe de o parte furnizând acestora informații la zi, oficiale, corecte și complete, iar pe de altă parte se va realiza colectând informații de la părțile interesate și de la public și operând ajustări ulterioare în funcție de acestea, având în vedere orizontul larg de timp în care se va implementa PMUD.

Pentru fiecare proiect în parte se vor stabili mesajele cheie în funcție de tipologia proiectului și a obiectivelor specifice de comunicare ale acestuia. Mesajele PMUD trebuie să se regăsească în mesajele fiecărui proiect pe lângă cele dictate de specificul acestuia.

Harta intereselor și publicul țintă al PMUD

În funcție de interesele în implementarea PMUD, publicul țintă al comunicării este format din:

- Instituții publice:
 - ✓ Ministere: Ministerul de dezvoltare regională și administrație publică, Ministerul Transporturilor, Ministerul Fondurilor Europene, Compania Națională de Autostrăzi și Drumuri Naționale din România, Ministerul de Finanțe Publice
 - ✓ Primării: primăria generală București, primării de sector, primării locale
 - ✓ Consiliul Județean Ilfov
 - ✓ Agenții de mediu și de dezvoltare regională și alte agenții relevante
- Organisme finanțatoare
- Metrorex
- RATB
- Operatorii de transport din regiunea București – Ilfov

- Institutele și firmele de proiectare din domeniul transportului și al amenajării urbane
- Organizații non-guvernamentale și asociații profesionale
- Organismul național de standardizare – ASRO
- Instituțiile din mediul educațional și personalul acestora
 - ✓ Utilizatori în principal ai transportului public urban
 - ✓ Potențiali contribuitori: universitățile și facultățile de profil relevante transportului public urban și al amenajării teritoriale/urbanism
- Populația din regiunea București – Ilfov în general și grupuri de utilizatori ai transportului public în special și anume:
 - ✓ Șoferi autovehicule
 - ✓ Bicicliști
 - ✓ Motocicliști
 - ✓ Pietoni
 - ✓ Utilizatori de transport public urban și zonal

În funcție de tipologia fiecărui proiect în parte este necesară identificarea publicului țintă împărțit în grupuri țintă, prin analiza tuturor persoanelor fizice și juridice, conform cerințelor legale și a practicilor românești, a asociațiilor, organizațiilor și grupurilor active din zona de interes, care sunt afectate de proiect, au un interes ridicat față de proiect sau pot contribui la o bună desfășurare a proiectului.

Activități tip de comunicare

Trebuie precizat faptul că activitățile de comunicare propuse în această strategie se referă pe de o parte la PMUD și pe de altă parte la cele șapte politici și tipuri de proiecte.

Activități tip propuse pentru comunicarea PMUD

Dezvoltarea identității vizuale a PMUD

PMUD trebuie să aibă propria identitate vizuală. Pe baza cercetării de început derulată la începutul implementării PMUD se va crea identitatea vizuală a Planului pentru a dezvolta ulterior brandul PMUD. Ulterior, precizăm că este esențială promovarea intensă a elementelor de identitate vizuală și a atributelor Planului pentru a crea în timp brandul PMUD. Mai jos sunt prezentate propunerile de activități necesare:

Activități tip

- a) Realizare cercetare sociologică
- b) Creare concept creativ
- c) Creare concept grafic
- d) Testare concept creativ și grafic
- e) Pregătire materiale informative și publicitare⁴⁵

⁴⁵ Se vor stabili în funcție de obiectivele de comunicare și de bugetul aferent. În personalizarea acestora se va ține cont de existența finanțării din fonduri europene și, după caz, vor prezenta elementele obligatorii conform MIV și cele ale identității vizuale ale PMUD.

- f) Promovare identitate vizuală PMUD prin toate mijloacele de la cele electronice la publicații și materiale promoționale.

Comunicarea cu autoritățile publice

Toate autoritățile publice care se constituie în părți interesate în legătură cu PMUD trebuie să fie informate după principiile enunțate anterior în această strategie.

Activități tip

- a) Comunicare online prin intermediul site-ului și al unui buletin în format html care să atragă vizitatori pe site-ul dedicat PMUD.
- b) Organizare de evenimente de informare asupra progresului PMUD sau pentru a prezenta anumite proiecte.
- c) Trimitere a unor persoane cheie care cunosc foarte bine PMUD și stadiul implementării acestuia pentru a susține prezentări sau a avea intervenții în cadrul unor evenimente organizate de către autoritățile publice din zona țintă, de către ONG-uri sau mediu privat.
- d) Pregătire de materiale informative special create pentru acest grup țintă.

Notă: Acestea trebuie să fie concise, să includă informații sub formă grafică (infografice) și să poată fi actualizate foarte ușor și rapid cu date cheie ori de câte ori ar fi nevoie.

- e) Diseminare de materiale informative și publicitare în cadrul evenimentelor dar și prin poștă/curier la toate autoritățile publice de la orice nivel.

Notă: se va analiza de fiecare dată această oportunitate. Materialele se vor trimite în situația în care nu s-a organizat și nu se va organiza în acel an întâlniri de amploare care să permită unui număr mare de persoane din cadrul autorităților publice să se întâlnească și să fie informate asupra progresului PMUD și a proiectelor viitoare.

- f) Orice alte activități care rezultă din cercetarea de început (baseline study).

Comunicarea cu ONG-urile

Din experiența perioadei în care s-a pregătit PMUD a rezultat că ONG-urile în general dar mai ales cele relevante pentru domeniul de aplicare al PMUD joacă un rol important datorită puterii de multiplicare a informației cât și pentru credibilitatea acestora. Susținerea din partea ONG-urilor este foarte importantă și ca atare, un flux bidirecțional de comunicare trebuie să existe pe toată durata implementării PMUD.

Activități tip

- a) Organizarea de evenimente pentru și împreună cu ONG-urile relevante pentru PMUD.

Notă: se va organiza cel puțin un eveniment anual cu ONG-urile și se va participa la anumite evenimente organizate de către acestea în funcție de relevanța și de gradul de expunere al acestora. Participarea poate însemna atât trimiterea unui vorbitor cât și distribuirea de materiale informative și publicitare.

- b) Crearea de publicații care să fie distribuite în cadrul evenimentelor.

Notă: vor avea caracter informativ, cu foarte multe elemente grafice și infografice în detrimentul textului abundant.

- c) Crearea de protocoale de colaborare cu ONG-urile pentru a disemina prin intermediul lor publicații și a organiza evenimente sau întâlniri punctuale.
- d) Transmiterea de informații prin buletinul PMUD realizat în format html pentru a atrage vizitatori pe site-ul acestuia.

- e) Postarea unui banner electronic pe site-urile ONG-urilor – parte din protocolul de comunicare menționat anterior – pentru a atrage vizitatori pe site-ul PMUD.

Dezvoltarea relației cu presa/mass media

Presa este o sursă de informație și un formator de opinie foarte important. În mod obiectiv, presa nu are niciun interes în a explica diverse fenomene pentru ca „știrile” sunt cele care vând. Tocmai din acest motiv relația cu presa este importantă. O relație bună poate duce în timp la un sprijin real în procesul de informare și constientizare, prin articole mai detaliate.

Activități tip

- a) Organizarea de briefinguri și de conferințe de presă
- b) Pregătirea de liste de topicuri de interes pentru mass-media
- c) Analiză de imagine a PMUD în mass-media realizată în fiecare an de implementare a PMUD.

Dezvoltarea comunicării cu populația

În comunicarea PMUD către populație propunem ca abordare principală promovarea și publicitatea. Ca și tip de publicitate recomandăm **publicitate de informare** care are ca scop aducerea la cunoștința grupurilor țintă vizate a diverse informații și a **publicității de marcă** ce are ca obiectiv principal evidențierea și susținerea valorilor mărcii, a brandului PMUD.

Din punct de vedere al canalelor de comunicare folosite în cadrul promovării PMUD recomandăm folosirea unui mix de canale în funcție de cele comunicate. Avem pe de o parte cele cinci canale media convenționale: presa scrisă, TV, radio, cinema și afișaj stradal. În acest caz se vor pregăti formate specifice fiecăruia dintre canalele de mai sus și anume spotul pentru televiziune, cinema și radio, macheta de presă pentru presa scrisă, afișul publicitar pentru afișajul stradal. De cealaltă parte avem publicitatea care folosește alte suporturi decât cele convenționale sau le folosește pe acestea într-un mod atipic. Aceasta se poate derula prin intermediul evenimentelor și prin intermediul obiectelor folosite.

Activități tip

- a) Campanii media: presa scrisă, TV, radio, cinema și afișaj stradal.
- b) Organizarea de acțiuni de constientizare în cadrul unor evenimente consacrate precum Săptămână mobilității, etc. sau cu ocazia unor evenimente majore pentru municipiul București, județul Ilfov sau localitățile incluse în PMUD precum Zilele Bucureștiului, etc.

Dezvoltarea comunicării online

În ultimii ani, comunicarea online și în special cea ce numim social media au revoluționat comunicarea în general și, la nivel global, modul de a partaja informația; lucru care i-a făcut pe unii experți să declare că s-a produs cea mai importantă schimbare în cultura noastră de la Revoluția industrială, de la apariția automobilului și a televiziunii.

Instrumente social media cum ar fi Facebook, Twitter și YouTube produc schimbări rapide în felul în care descoperim, consumăm și partajăm informație. Monologul site-urilor web se transformă în dialoguri ce angajează ambii interlocutori, platformele de social media permit la milioane de persoane să se conecteze și să comunice prin modalități noi și inovatoare ajungând până într-acolo încât oricine, oricât de talentat ar fi sau nu, de priceput sau nu poate să fie creator de conținut, critic de artă sau pur și simplu critic, să facă recenzii sau să fie propriul regizor. Pentru prima dată în istoria umanității, tehnologia a ajuns în punctul în care permite oricui să aibă o voce ce poate spune orice și orice poate fi conținut iar conversația primează.

PMUD trebuie să folosească din plin potențialul acestui mod de comunicare în combinație cu instrumente ale comunicării tradiționale. Trebuie să se păstreze un echilibru între comunicarea

tradițională și cea online iar instrumentele actuale sau noi trebuie să fie evaluate și selectate pentru a fi folosite în combinație cu cele tradiționale. Comunicarea online trebuie să ducă la îndeplinirea obiectivelor de informare și creștere a gradului de conștientizare și foarte important să ducă la crearea brandului PMUD și ca atare prezența pe cât mai multe canale de comunicare online este de dorit.

Instrumentele de comunicare online propuse sunt:

- 1) Site PMUD
- 2) Buletinul informativ al PMUD (în format html pentru a atrage vizitatori pe site)
- 3) Conturi PMUS pe rețele de socializare (Facebook, YouTube și Twitter)
- 4) Aplicație mobilă (va face legătura între site și eventualii utilizatori; poate să comunice în timp real știri importante despre PMUD și proiectele acestuia).

Consultarea publică

Activitatea de consultare publică este o componenta esențială a comunicării PMUD și a proiectelor propuse de acesta. Pentru fiecare proiect se va realiza un plan de consultare publică.

Conform bunelor practici planul de consultare publică atât din punct de vedere al pregătirii cât și al derulării procesului de consultare în sine trebuie să urmeze etapele prezentate mai jos:

1. Stabilirea obiectivelor și a aspectelor care urmează să fie abordate
2. Identificarea publicului interesat
3. Analizarea contribuției potențiale a publicului interesat
4. Stabilirea planului de acțiune privind implicarea publicului interesat
5. Organizarea etapelor de consultare stabilite în plan
6. Monitorizarea și colectarea informațiilor (observații, sugestii, comentarii)
7. Procesarea informațiilor și stabilirea concluziilor într-un raport
8. Înaintarea concluziilor către părțile interesate și stabilirea eventualelor acțiuni generate de acestea.

Principiile care vor ghida procesul de consultare publică

- Transparența
- Creșterea gradului de conștientizare a importanței la nivel național a elaborării SDTR
- Informarea corectă a publicului
- Asigurarea unei diseminări eficiente asupra accesului la procesul de consultare publică
- Parteneriat public-privat și național-local
- Promovarea conceptului de „participare” -membru activ al comunității.

Activități tip propuse pentru comunicarea politicilor și proiectelor PMUD

PMUD este alcătuit dintr-un pachet amplu de intervenții menite să abordeze problemele mobilității urbane. Include investiții majore de infrastructură, precum Metrou, Tramvai Rapid, Autobuz Rapid (rezultate după testarea a 3 scenarii diferite), dar și măsuri soft, precum reformă instituțională, infrastructură pentru deplasări nemotorizate, managementul traficului și al parcarii, etc.

Se prezintă mai jos și în paginile următoare activități tip de comunicare pentru proiectele incluse sub fiecare politică în parte.

Tabel 14.4-1: Activități de comunicare propuse pentru „Întărirea capacității administrative”

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
1	A-1	Introducerea reformei instituționale prin înființarea Autorității de Transport Metropolitan București	PMB, CJI, 40 localități din Ilfov	Comunicare cu autoritățile publice prin ședințe de lucru, pregătirea de materiale informative, buletinul informativ Știri pe site-ul PMUD Relaționare cu mass-media: conferințe de presă și comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)
2	A-2	Program reorganizare RATB din Regie Autonomă în Companie comercială, deținută de Consiliul General al Bucureștiului și modernizare instituțională	PMB, RATB	Comunicare cu autoritățile publice prin ședințe de lucru, pregătirea de materiale informative, buletinul informativ Știri pe site-ul PMUD Relaționare cu mass-media: conferințe de presă și comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) Pregătirea de materiale informative pentru se prelua informații în comunicările către angajații și părțile interesale ale RATB
4	A-3	Realizarea PSC (contract de servicii publice) cu operatorii de transport public interni (RATB, Buftea, Voluntari) și cu operatorii privați în conformitate cu Regulamentul CE 1370/2007	MDRAP, PMB, CJI, ADI	Știri în buletinul informativ Știri pe site-ul PMUD Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)
5	A-4	Modificări legislative necesare asigurării unui transport urban durabil	ADI, RATB	Știri în buletinul informativ Știri pe site-ul PMUD Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
6	A-5	Înființarea unui centru de instruire și dezvoltare	Ministere competente	Știri în buletinul informativ Știri pe site-ul PMUD Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)

Tabel 14.4-2: Activități de comunicare propuse pentru „Îmbunătățirea transportului public”

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
7	C-1	Conectarea infrastructurii de tramvai prin Piața Unirii	ADI, PMB	Campanie media: afișaj outdoor în zona țintă, spot radio Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare Știri în buletinul informativ Consultare publică
8	C-2	Îmbunătățirea infrastructurii de tramvai	ADI, PMB	Campanie media: afișaj outdoor în zona țintă, spot radio Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare Știri în buletinul informativ Consultare publică
9	C-3	Îmbunătățiri operaționale ale traseelor de tramvai	ADI, PMB	Campanie media: afișaj outdoor în zona țintă, spot radio Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				<p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Consultare publică</p>
10	C-4	Achiziționarea de material rulant tramvaie	ADI, PMB	<p>Comunicare online: site PMUD</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p>
11	C-5	Reabilitarea depouri tramvaie	ADI, PMB	<p>Comunicare online: site PMUD</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p>
12	C-6	Reabilitare stații tramvai	ADI, PMB	<p>Campanie media: afișaj outdoor în zona țintă, spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p> <p>Consultare publică</p>
13	C-7	Îmbunătățirea sistemelor de automatizare pentru serviciile de transport cu tramvaiul	PMB, RATB	<p>Comunicare online: site PMUD, postari în conturile pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
14	C-8	Crearea și implementarea unui nou program de transport pentru sistemul de transport public din Județul Ilfov	MT, CJI, ADI	<p>Ședințe de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferință de presă</p> <p>Consultare publică</p>
15	C-9	Benzi de circulație cu prioritate pentru transportul public	PMB, RATB	<p>Ședințe de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferință de presă</p> <p>Consultare publică</p>
16	C-10	Modernizarea rețelei de troleibuze	ADI, PMB	<p>Ședințe de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferință de presă</p> <p>Consultare publică</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
17	C-11	Reabilitarea stațiilor de autobuz pe baza standardelor propuse	ADI, PMB	<p>Campanie media: afișaj outdoor în zona țintă, spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p> <p>Consultare publică</p>
18	C-12	Îmbunătățirea operării și întreținerii autobuzelor și a cerințelor pentru flota de autobuze	ADI, PMB	<p>Comunicare online: site PMUD</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p>
19	C-13	Reorganizarea traseelor de autobuz în București	RATB	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zona țintă, spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Fluturași distribuiți prin casele de bilete sau în mijloacele de transport în comun relevante</p> <p>Afișe în mijloacele de transport în comun relevante</p> <p>Consultare publică</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
20	C-14	Zone complexe: Piața Unirii, Victoriei, Universității și Romană	PMB	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Seminarii de informare</p> <p>Consultare publică</p>
21	C-15	Crearea de parcări de tip Park&Ride la stațiile cheie de transport public	PMB, CJI, ADI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zona țintă, spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Fluturași distribuiți prin casele de bilete sau în mijloacele de transport în comun relevante</p> <p>Consultare publică</p>
22	Comp-8	Achiziție material rulant tramvai rapid	RATB, PMB	<p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)
23	Comp-9	Dezvoltarea coridorului LRT-7	RATB, PMB	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Consultare publică</p>
24	Comp-10	Dezvoltarea coridorului LRT-3	RATB, PMB	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Consultare publică</p>
25	Comp-11	Achiziție autobuze articulate - BRT	RATB, PMB	<p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
26	Comp-12	Realizarea coridorului de Transport Rapid cu Autobuzul pe ruta Buftea-Străulești/Gara de Nord	RATB, PMB	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Consultare publică</p>
27	Comp-13	Realizarea coridorului de Transport Rapid cu Autobuzul pe ruta Măgurele - Gara de Nord	RATB, PMB	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Consultare publică</p>
28	Comp-7	Construcția și punerea în funcțiune a liniei M6, inclusiv material rulant	MT, MFE, Metrorex, ADI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate, la suprafață, pe traseul ales și spot radio</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				<p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Consultare publică</p>
29	Comp-6	Construcția și punerea în funcțiune a liniei M5, inclusiv material rulant	MT, MFE, Metrorex, ADI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate, la suprafață, pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Consultare publică</p>
30	Comp-5	Construcția și punerea în funcțiune a liniei M4 - faza a doua, inclusiv material rulant	MT, MFE, Metrorex, ADI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate, la suprafață, pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				<p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Consultare publică</p>
31	Comp-2	Modernizare sisteme de ventilatie etapa a II-a pe M123TL	MT, MFE, Metrorex, ADI	<p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p> <p>Afișe în stațiile aflate pe ruta respectivă (altele decât cele reabilitate)</p> <p>Panouri la intrările și ieșirile din stații care să anunțe modernizările aferente</p>
32	Comp-3	M-2 Extindere din Pipera	MT, MFE, Metrorex, ADI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate, la suprafață, pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Consultare publică</p>
33	Comp-4	M-3 Extindere din Păcii	MT, MFE, Metrorex, ADI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				<p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate, la suprafață, pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Consultare publică</p>
34	Comp-1	Studiu privind îmbunătățirea serviciilor de transport pe cale ferată	MT, MFR	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă în special cu mediul academic</p> <p>Comunicare online: site PMUD</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicat de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p>

Tabel 14.4-3: Activități de comunicare propuse pentru „Promovarea deplasărilor nemotorizate”

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
35	D-1	Înființarea rețelei de biciclete utilitare: piste de biciclete și locuri de parcare	ADI, CJ Ilfov	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Evenimente de conștientizare organizate cu participarea ONG-urilor relevante și a altor grupuri țintă</p> <p>Consultare publică</p>
36	D-2	Înființarea rețelei de agrement pentru biciclete: piste de biciclete și locuri de parcare	ADI, CJ Ilfov, ADIBI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p> <p>Evenimente de conștientizare organizate cu participarea ONG-urilor relevante și a altor grupuri țintă</p> <p>Consultare publică</p>
37	D-3	Oferirea de linii directoare privind proiectarea		<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Comunicare online: site PMUD</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
		infrastructurii pentru biciclete		<p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p> <p>Consultare publică</p>
38	D-4	Introducerea unui sistem de închiriere biciclete	PMB, CJ Ilfov, autorități locale	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Evenimente de conștientizare organizate cu participarea ONG-urilor relevante și a altor grupuri țintă</p> <p>Consultare publică</p>
39	D-5	Introducerea de noi zone prioritare pentru pietoni în centrul orașului (zone pietonale și cu utilizare mixtă)	PMB, Administrația Străzilor	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Evenimente de conștientizare organizate cu participarea ONG-urilor relevante și a altor grupuri țintă</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				Consultare publică
40	D-6	Dezvoltarea de bulevarde prietenoase cu pietonii între Piața Unirii și Piața Romană	PMB	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Evenimente de conștientizare organizate cu participarea ONG-urilor relevante și a altor grupuri țintă</p> <p>Consultare publică</p>

Tabel 14.4-4: Activități de comunicare propuse pentru „Siguranță rutieră”

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
41	E-1	Oferirea de soluții pentru zonele cu număr mare de accidente din București	ADI, PMB, CJ Ilfov	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				<p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Evenimente de conștientizare organizate cu participarea ONG-urilor relevante și a altor grupuri țintă</p> <p>Consultare publică</p>
42	E-2	Oferirea de soluții pentru zonele cu număr mare de accidente din Județul Ilfov	ADI, PMB, CJ Ilfov	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Evenimente de conștientizare organizate cu participarea ONG-urilor relevante și a altor grupuri țintă</p> <p>Consultare publică</p>
43	E-3	Dezvoltarea de politici și campanii de educare privind politicile de siguranță rutieră	Brigada Rutieră, Autorități locale, Ministerul Educației	<p>Seminarii de informare cu participarea reprezentanților tuturor grupurilor țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				Evenimente de conștientizare organizate cu participarea și sprijinul unor grupuri țintă relevante Fluturași și afișe disponibile la casele de bilete, stațiile de transport public, autorități publice județene și locale, PMB dar și distribuite în grădinițe, școli, licee, facultăți, etc.

Tabel 14.4-5: Activități de comunicare propuse pentru „Transport rutier și staționare”

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
44	B-1	Construirea conexiunii rutiere dintre A3 și Aeroportul Internațional Henri Coandă	MT	Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate pe traseul ales și spot radio Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare Știri în buletinul informativ Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă Consultare publică
45	B-2	Modernizări de drumuri urbane	PMB	Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare Știri în buletinul informativ

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				<p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p> <p>Consultare publică</p>
46	B-3	Sistem de gestionare a parcărilor pe stradă din centrul orașului	PMB	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p> <p>Consultare publică</p>
47	B-4	Introducerea vehiculelor electrice de livrări și utilitare	PMB	<p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p>
48	B-5	Modernizarea drumurilor județene	MT, PMB, CJ Ilfov	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
	B-8	Parcări subterane conform PIDU „Zona Centrală”		<p>Consultare publică</p> <p>Au fost realizate procedurile de consultare a publicului în cadrul etapei de avizare și aprobare a P.U.Z.-urilor aferente PIDU „Zona Centrală”.</p> <p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p>

Tabel 14.4-6: Activități de comunicare propuse pentru „Integrarea mobilității cu planificarea urbană”

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
49	F-1	Reproiectarea malurilor Râului Dâmbovița	PMB	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanția ai altor grupuri țintă</p> <p>Comunicare online: site PMUD</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio)</p> <p>Consultare publică</p>

Tabel 14.4-7: Activități de comunicare propuse pentru „Managementul mobilității și ITS”

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
50	G-1	Tehnologii de operare pentru transportul public: centru de control, informare în timp real, dispecerizare, adaptare program, siguranță personal și managementul incidentelor	ADI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferință de presă</p>
51	G-2	Sistem de management al traficului: îmbunătățire, extindere, funcționalitate, interfață cu centrul de control trafic și serviciul de urgență, prioritizarea transportului public	ADI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: spot radio</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferințe de presă</p> <p>Seminar de informare</p> <p>Consultare publică</p>
52	G-3	Sistem e-ticketing în regiunea București-Ilfov	ADI, PMB, Administrația Străzilor	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Campanie media: afișaj outdoor în zone cu maximă vizibilitate</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p>

Nr. crt.	Index	Măsură/Proiect	Autoritate de implementare	Activități de comunicare
				<p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferință de presă</p> <p>Fluturași și afișe disponibile la case de bilete și în mijloacele de transport în comun</p>
53	G-4	Implementarea unei scheme de integrare tarifară	ADI	<p>Ședințe de lucru și/sau ateliere de lucru cu autoritățile publice și reprezentanța ai altor grupuri țintă</p> <p>Comunicare online: site PMUD, publicarea de știri în conturile PMUD pe site-urile de socializare</p> <p>Știri în buletinul informativ</p> <p>Relaționare cu mass-media: comunicate de presă (postate pe site și trimise la o bază de date cu agenții media, publicații, stații TV și Radio) și conferință de presă</p> <p>Fluturași și afișe disponibile la case de bilete și în mijloacele de transport în comun</p>