



KOMMUNIKÁCIÓS TERV

Déaványa Város Önkormányzata
5510 Déaványa Hősök tere 1.



Projekt megnevezése:

**Déaványa szennyvízberuházásának megvalósítása
(KEOP-7.1.2.0-2008-0108)**

1. Helyzetelemzés

Dévaványa Békés megye északi részén helyezkedik el, jellegzetes alföldi település, a Kettős-, Hármas-Körös és a Berettyó által határolt síkságon fekszik a Nagykunság és a Nagy-Sárrét találkozásánál. Közigazgatási határa Jász-Nagykun-Szolnok megye és Békés megye.

Vízellátás

A település vízellátása a Közép-békési Regionális Vízműről történik a 500 m³-es, alacsony szintű tárolón keresztül. A hálózati nyomás és vízfogyasztás ingadozásának kiegyenlítésére a város központban lévő 350 m³ térfogatú víztorony szolgál. A vízellátó rendszer teljes körűen kiépített.

Szennyvízelvezetés és tisztítás

A Városban a szennyvízcsatorna hálózat és tisztítótelep kiépítése az 1980-as évek végén kezdődött, majd az 1990-es években folytatódott. 1997-ben megtörtént a tisztító telep 1.000 m³/nap kapacitásra történő bővítése.

Jelenleg:

- 37,1 km gravitációs hálózat
- 8 db köztéri átemelő üzemel és
- 2.528 db ingatlan rendelkezik bekötővezetékekkel

Folyamatban van a 6. sz. öblözet kivitelezése (5,2 km csat. 347 db ingatlan) A mostani tervezett bővítéssel (7,8 km csat. 461 db ingatlan) a tisztító kapacitás több, mint 90 %-ig ki lesz használva.

A hálózat jelenlegi és tervezett bővítését indokolja az a tény, hogy most évente 160-222 e m³ szennyvíz kerül a talajba tisztítás nélkül, ami szennyezi a környezetet, károsítja az ott élők egészségét, és nem utolsósorban jelentős talajvízszint emelkedést okoz. Dévaványa szennyvíz agglomeráció lakosegyenértéke 8986 LE.

A tisztítótelep épült: 1989-90 évben fogadó kapacitása 500 m³/d

A telepet 1998. évben 1.000 m³/d-re fejlesztették.

A telep csapadékos időszakban amikor túlterhelt, nem tudja megfelelően tisztítani a szennyvizet, mert ilyenkor oxigénhiányos állapot lép fel.

Csapadékos időszakban néha kiöntések vannak, főleg a főátemelő öblözetében.

A csapadékvíz elvezetése döntően nyílt felszínű kisebb részben zárt csatorna rendszerrel megoldott.

Dévaványa területén tehát nagy részben megoldott a szennyvíz elszállítása és tisztítása. A település 8-as és 10-es öblözet szennyvíz kiépítettséget tervez a jelen beruházás megvalósításával. A műszaki eredetű szükségszerűség az, hogy további 461 db ingatlan becsatolása történjen meg. A gazdasági és társadalmi igények jelentkezők, hogy egy élhetőbb, kulturáltabb településkép alakuljon ki, ahol kedvezőbbek az életkörülmények és élhetőbb környezet kialakítására törekszik a település vezetése.

Az önkormányzat a KEOP – 1.2.0. - pályázati felhívás szerint, mint „Települési önkormányzat egyénileg” pályázik.

A települési szennyvíz tisztításáról szóló 91/271/EGK irányelv és a Csatlakozási Szerződésben vállalt határidők teljesítése valamint a Nemzeti Települési Szennyvízelvezetési és – tisztítási Megvalósítási Programról szóló 25/2002. (II.27.) Korm. rendelet végrehajtása érdekében kívánja megvalósítani jelen projektjét.

A lakosság hozzáállása a beruházáshoz – az előzetes felmérések alapján pozitív, aminek megerősítésére közvélemény kutatást is tartani kell. Ebből kiderülhet, hogy melyik az a terület, amely irányába a cselekvési terv végrehajtása során a nagyobb hangsúlyt lehet fektetni.

2. Célkitűzések meghatározása

Stratégiai célkitűzések

Alapvető és elérendő célok a következők szerint fogalmazhatók meg:

⇒ Gazdasági fejlesztés, vállalkozás fejlesztés a kistérség felzárkózási programjának elősegítése

⇒ A szennyvízhálózat teljes kiépítettsége Dévaványa belterületén.

⇒ A lakosság életminőségének javítása az esélyegyenlőség fenntartásával

⇒ A természeti és az épített környezet védelme, rehabilitálása a fenntarthatóság biztosításával

A szennyvízcsatorna hálózat kiépítésével az önkormányzat vonzóbbá teheti a települést a befektetők, vállalkozók számára, ami többletbevételt is jelent az önkormányzatnak, adott esetben munkahelyeket a lakosságnak. A többletbevételek a szociális

Kommunikációs célok

hálót erősítik. Új vállalkozások megjelenése, beruházások megvalósulása, akár az idegenforgalom akár a mezőgazdasági ágazatban, az aktív korú népesség megtartásában a munkanélküliség csökkentésében játszik jelentős szerepet, aminek már térségi kihatása is lehet.

⇒ Kiemelni azt a tényt, hogy Magyarország teljes környezetvédelmi felzárkóztatása érdekében a Kohéziós Alap (lakossági hozzájárulással) lehetővé teszi a korszerű, EU által megkövetelt normáknak megfelelő szennyvízelvezetési beruházások létrehozásához;

⇒ Bemutatni a csatornázottság előnyeit;

⇒ Bemutatni az EU szerepét a települési szennyvízprojekt megvalósításában;

⇒ Bemutatni az ÚMFT szerepét a projekt vonatkozásában

⇒ Bemutatni a település fejlődésében milyen szerepe lehet a projektnek;

⇒ Nyomatékosítani, hogy a lakosság életminősége jelentősen javul.

⇒ Kiemelni, hogy az ivóvízbázis védelmének, és megőrzésének ez a projekt egy eleme. Nem nagy, de nem elhanyagolható.

3. Célcsoportok meghatározása

Fő kategóriák

Szegmentált alábontás

Lakosság

A projektjavaslat közvetlen célcsoportja egyrészt a település állandó lakossága, és a községben működő vállalkozások résztvevői.

Ezen belül: Munkahellyel rendelkezők
Munkanélküliek
Nyugdíjasok

Korcsoportos bontásban: 35 év alattiak
35-60 év közöttiek
60 év felettiak

Helyi vállalkozók

Jelentősebb vállalkozások:

Likerné Dr. Diószegi Mária	Dv., Damjanich u. 2/1.
Ekuna Kft.	Dv., Árpád u. 27.
Agrodéva Kft.	Dv., Széchenyi u. 4.
Szűcs Tibor Tamás	Dv., Mikszáth u. 48/1.
Nagy és Társai Bt.	Dv., Szeghalmi u. 82/1.
Váradi Étkeztetési Bt.	Dv., Széchenyi u. 1.
Ványa Cipő Bt.	Dv., Tompa u. 22.
Szabó Miklós	Dv., Borona u. 17.

Kónya József
Szalay Kft.

Dv., Csokonai u. 1.
Dv., Árpád u. 7.

Fontosabb civil szervezetek:

Civil szervezetek

1. Dévaványa Felemelkedéséért Kiemelten Közhasznú Közalapítvány
2. Dévaványai Kulturális és Hagyományörző Egyesület (DÉKE)
3. Manófalvi Oktatási Alapítvány
4. Sárréti Digitális Gyűjtemény Alapítvány
5. Hétszínvirág Alapítvány a Dévaványai Óvodásokért
6. Ványai Ambrus Általános Iskola Diákjainak Jövőjéért Alapítvány
7. Túrér Partja Alapítvány (az Eötvös József középiskola diákjainak segítésére)
8. Szügyi Dániel Református Elemi Iskoláért Alapítvány
9. Idősek Otthonának Lakóiért Közalapítvány
10. Dévaványai Sportegyesület
11. Nagycsaládosok Dévaványai Egyesülete
12. Tartósbetegségben Élők Dévaványai Egyesülete (TÉDE)
13. Múzeumpártoló Közalapítvány
14. Dévaványai Múzeumbarátok Köre
15. Őszi Napfény Nyugdíjas Klub
16. Kapocs Egyesület a Családok Szabadidős és Életviteli Lehetőségeiért
17. Dévaványai Városszépítő Egyesület
18. Összefogás Dévaványáért Polgári Egyesület
19. Dévaványa Polgárosodásáért Egyesület
20. Békés Megyei Nők Egyesületének Dévaványai Csoportja
21. Vöröskereszt Alapszervezete Ifjúsági Csoport
22. Vöröskereszt Alapszervezete Dévaványa

Víziközmű Társulat

A lakossági hozzájárulást összefogó, koordináló szervezet

Önkormányzat dolgozói

Regionális döntéshozók
Sajtó

Regionális-, megyei-, kis- és mikrotérségi települési önkormányzatok vezetői
Regionális és helyi általános (nyomtatott, tévé, rádió, online)

4. Kommunikációs stratégia

A kommunikáció két, időben elkülönülő szakaszból áll, valamint egy levezető szakaszból:

Az első szakasz a projekt előkészítési időszakát öleli fel.

A második szakasz a projekt beruházásának megkezdésével a kezdődik, és tart a közművek, és műszaki létesítmények átadásáig.

4.1) Az első szakasz alapvető feladata a beruházás elfogadtatása, különös figyelemmel a lakosságra, négy alapvető szempontból:

- annak bemutatása, hogy az ország az EU csatlakozása következtében az előírt irányelvek szerint – többek között és némi egyszerűsítéssel – előírja, hogy a 2000 lakosegyenértéknél nagyobb agglomerációkat el kell látni szennyvízcsatornával, és biztosítani kell a szennyvíz biológiai tisztítását.
- a környezet megóvása tényleg fontos, a jövő számára létkérdés
- a szennyvízhálózat kiépítése után szennyvízdíjat kell fizetni (igaz, elmarad a kihordásos szennyvíz „szippantási” költsége)
- a beruházás önerejét lakossági forrásból kell biztosítani, így minél többen kell, hogy a Víziközmű Társulat megalakulását támogassák.

A kommunikáció ebben a szakaszban a meggyőzésre és a tájékoztatásra (műszaki megoldás, beruházás szükségessége, előnyei, stb., lakossági önerő szükségessége) összpontosít.

Ebben a szakaszban a lakosságot közvetlenül, és közvetve is meg kell szólítani.

Közvetlen megszólítás eszközei: helyi sajtó, tv (1/4 évente)
 a település honlapja (1/4 éves frissítés)
 lakossági fórumok (1/2 évente)
 korlátozott szórólap, mely a figyelmet az előző eszközökre irányítja (alkalmi, a helyzet dönti el az idejét)

(Az eszközök alkalmazásánál figyelembe kell venni a korcsoportos érdeklődést)

Közvetett megszólítás eszközei: Társadalmi civil szerveződések meggyőzése, támogatásuk megszerzése
 Véleményvezérek támogatásának megszerzése
 Ugyanez vonatkozik a Polgármesteri Hivatal dolgozóira, és a település helyi vállalkozóira is
 (az előkészítési szakasz első harmadáig végrehajtandó)

Kommunikációs stratégiánk egyik fontos – hanem a legfontosabb – célja a lakossági ellenállás csökkentése, a projekt elfogadottságának növelése, ismertsége. E terület kiemelt

kezelése azt is eredményezheti, hogy az előkészítés szakaszában meghatározó jelentőségű szervezési és munkafolyamatok (pld: lakossági LTP, illetve a vízi-közmű társulat megalakítása) nagyobb nehézségek nélkül valósulhat meg.

4.2) Második szakasz

Az első szakasz hosszabb folyamat, az egész beruházás időszakát felölelő tevékenység.

Várható megvalósítási ideje 18 hónap.

Stratégiai feladatok ebben a szakaszban az alábbiak:

- folyamatos tájékoztatás a beruházás állásáról, előrehaladásáról
- lakossági panaszok, türelmetlenség kezelése
- támogató érdeklődés fenntartása
- Víziközmű Társulattal karöltve a fizetési hajlandóság fenntartása, követendő példákkal

A kommunikációs stratégia az alábbi eszközökre épül:

- Lakossági fórumok;
 - Alkalmazására a projekt teljes megvalósítása alatt sor kerül. Nagy a jelentősége az építés szakaszában, amikor a lakosságot a kivitelezés állásáról kell tájékoztatni;
 - Közmeghallgatás;
(Megtartására akkor kerül sor, amikor a beruházás új szakaszai kezdődnek, illetve amikor a lakosság, illetve a társulás hangadói azt igénylik.)
- Helyi sajtó és egyedi írásos tájékoztatók;
 - Alkalmazása a projekt teljes befejezéséig folyamatos.

(A kommunikáció fő eleme, amellyel minden célcsoport megszólítható, kortól és szociális hovatartozástól függetlenül)

- Regionális sajtó;
 - Esetenként és a beruházás főbb szakaszaiban kerül igénybevétele. Cél: a megjelölt terület lakosságának informálása, az elért eredmények kommunikálása.

- Saját honlap;
 - Alkalmazása a projekt teljes befejezéséig folyamatos. A már jelenleg is működő honlap kerül kiegészítésre, melyen gyakorlatilag naprakészen tájékoztatjuk az összes célcsoportot. Használata annál is inkább célszerű, mivel a weblap olvasottsága, ismertsége a mérések szerint nagy, elsősorban a település, illetve a mikrotérség lakossága körében, inkább a fiatalabb, aktív rétegek megszólítására.
- Személyes informálás
 - Alkalmazására esetenként és kérésre kerül sor (bár nem másodlagosan), amely esetben a cél a regionális döntéshozók informálása, beszámolás a végzett munkáról.
- Kiegészítő eszközként a pályázati kiírásban megjelölt típusú táblák
 - Alkalmazására a projekt teljes élettartama alatt sor kerül, az UMFT kézikönyve szerint.

4.3) Levezető szakasz

A levezető szakasz a művek elkészültét követően három hónapig tart.

Stratégiai feladatok:

- lakosság tájékoztatása a beruházás nagyságáról
- köszönetnyilvánítás a türelemért
- a megvalósult mű fontosságának megerősítése
- konkrét hasznok leírása példákkal (talajvízszint, és talajszennyezettség csökkenés)

Eszközök:

- Szórólap
- Lakossági fórum
- Helyi és regionális sajtó
- Honlap
- Sajtótájékoztató

Mindegyiken bemutatásra kerül, hogy a beruházás eredményesen zárult.

5. Célcsoportok – üzenetek – eszközök

Fő célcsoportok	Üzenetek	Eszköz
A település állandó lakossága	Életminősége, ingatlanának komfort fokozata javul illetve piaci értéke nő. Az Eu nyújtotta lehetőségek már a településen is elérhetőek.	Helyi és regionális média, személyes találkozások, lakossági fórumok, szórólapok.
Vállalkozások résztvevői	Színvonalasabb és hatékonyabb munkavégzés és szolgáltatás feltételei teremthetnek meg, ugyanakkor a fejlesztésre, bővítésre kedvezőbb lehetőség nyílik, új vállalkozások jelenhetnek meg a településen.	Helyi és regionális média, személyes találkozások, vállalkozói fórumok
Civil szervezetek	A szennyvízberuházás környezetkímélő, védi a sérülékeny vízbázist, elősegíti a regionális gazdasági fejlődést, a helyi munkanélküliség csökkenését	Helyi és regionális média, tájékoztató megbeszélés
Kistérségi, megyei, regionális döntéshozók	Javul egy önálló település életminősége, csökkenhet a helyi munkanélküliség a projekt pozitív hatás miatt.	Helyi és regionális média, személyes találkozások, célzott prezentáció, háttéranyagok

6. A tájékoztatás során használt publikációs eszközök (Előkészítő szakasz)

Eszköz	Tervezi a használatát?		Célérték (darab)
	Igen	Nem	
„A” típusú hirdetőtábla		X	
„B” típusú hirdetőtábla		X	
Tájékoztatósi tábla „C” típus		X	
Emlékeztető tábla „D” típus		X	
Nyomtatott sajtó (cikkek, interjúk)	X		5
Televízió	X		1
Rádió		X	
Internet (banner)	X		8
Nyitórendezvény		X	
Záró rendezvény		X	
Egyéb rendezvény, konferencia	X		2
Sajtótájékoztató	X		1
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	
Közvélemény kutatás	X		1
Reklámtárgy		X	
Egyéb: (megnevezés)			

A megvalósítás szakaszában III. kommunikációs csomag alkalmazása történik.

7. Időzítési terv (előkészítő szakasz)

Feladat/eszköz	Időzítés			
	1. – 8. hét	9. – 16. hét	13. – 21. hét	22 – 29. hét
Rendszeres sajtómegjelenés (cikkek, interjúk)	X	X	X	X
Közvélemény kutatás		X		
Honlap		X	X	X
A közvélemény kutatás eredményeinek értékelése		X		
Tájékoztató megbeszélés a helyi civil szervezetek képviselőinek részvételével		X		
Meghívó a lakossági fórumra		X		
Lakossági fórum megtartása		X		
Sajótájékoztató			X	
Eddigi kommunikációs munka elemzése, értékelése				X

8. Kivitelezés módja

A kommunikációs tervben foglalt tevékenységek koordinálásáért a projekt-menedzsment PR ügyintézője a felelős.

A feladatok hatékony ellátása érdekében az Önkormányzat a következő szolgáltatásokat veszi igénybe:

-1. szakasz: saját tevékenység

-2. szakasz: egyszerű közbeszerzési eljáráson kiválasztott megbízott

(az egyes rendezvények, lakossági fórumok megszervezésében az Önkormányzat szokásos lebonyolítási eszközeit, erőforrásait rendelkezésre bocsátja)

A projekt-menedzsment PR ügyintézője irányítja, felügyeli és beszámoltatja a megbízottat. A kommunikációs döntéseket folyamatosan egyeztetni a Polgármesterrel. A

kampányidőszak végén elvégzi a munka értékelését, és javaslatot tesz Polgármestereknek az esetleges módosításról, pontosításról.

9. Költség terv

Tevékenység	Ár (nettó)
Honlap feltöltése, működtetése	150.000
Folyamatos sajtókiadványok	400.000
Helyi civil szervezetek véleményük megismerése	50.000
Lakossági fórumok szervezése és lebonyolítása	375.000
Hirdetőtáblák legyártatása, kihelyezése	1.000.000
Folyamatos PR munka	2.400.000
Összesen	4.375.000

10. Értékelés

A kommunikációs kampány mindhárom szakaszának végén, az addigi kommunikációs tevékenység értékelésére kerül sor. Az értékelés a következő módszer szerint történik:

Eszköz	Értékelési módszer
Sajtómunka	Sajtófigyelés, megjelent sajtócikkek, tudósítások elemzése (megjelenés szám, üzenetek felhasználása, szövegkörnyezet, minősítésük stb.) Újságírók személyes visszajelzései Az elődleges- és másodlagos célcsoport visszajelzései a tájékoztatás minőségéről, színvonaláról.
Rendezvények	Meghívottak – résztvevők aránya Személyes visszajelzések Civil szervezetek hozzáállásának mérése
Honlap	Látogatási szám
Nyomtatott tájékoztatók	Személyes visszajelzések


Bár a táblázatban nincs jelölve, de – miután egy kis városról van szó – kiemelten kell kezelni a személyes ismeretsegen alapuló véleménynyilvánítások megállapításait, javaslatokat. Véleményünk szerint ezt a kommunikációs csatornát nem lehet, és nem szabad kizárni abból a körből, amely a beruházásunk eredményeit, az esetleges hibáit taglalja, esetenként megoldási javaslatot is közöl.

A tudatos, jól előkészített és megfelelően végrehajtott tájékoztatás a beruházási támogatás elnyerésének elengedhetetlen feltétele, hiszen az érintett területeken élők tájékoztatatlansága miatt

egy alaposan megtervezett információs kampány hiányában a beruházás meghiúsulhatna. A PR tevékenységünk alapvető célja tehát, hogy az érintett lakosság jóindulatát és beleegyezését megnyerjük, a projekttel kapcsolatos esetleges ellenérzéseket eloszlassuk.

Déaványa, 2009. február 11.




Pap Tibor
polgármester