

IAȘI



OPEN GOVERNMENT PARTNERSHIP

IAȘI

PLANUL DE ACȚIUNE 2019 - 2021



Open
Government
Partnership

INTRODUCERE

Încă din mandatul interimar (25 mai 2015 - 4 iunie 2016), dar mai ales după alegerea în această funcție a primarului Mihai Chirica (5 iunie 2016), activitatea instituției noastre în domeniul guvernării deschise a fost relansată, iar capacitatea municipalității de a lansa și susține proiecte de acest fel s-a dezvoltat. Putem spune că de aproape patru ani Municipiul Iași a adoptat un nou stil de a face politici publice.

Realizând deosebită importanță a dezvoltării societății civile, municipalitatea ieșeană a îmbunătățit dialogul cu reprezentanții acesteia. Parte esențială a separației și echilibrului puterilor în stat, societatea civilă a devenit un puternic și serios partener al Primăriei în procesul de realizare a politicilor publice. Astfel, a fost încurajată politica de deschidere a Primăriei față de ieșeni și societatea civilă, dar și față de mediul de afaceri, care a găsit în municipalitate un partener constant și onest. În tot acest timp, orașul a devenit mai atrăgător pentru prietenii noștri din străinătate, iar acest lucru s-a transpus atât în creșterea numărului de turiști, cât și în numărul semnificativ de ambasadori și alți oaspeți importanți.

În susținerea celor menționate mai sus enumerăm doar câteva din măsurile mai importante luate de municipalitatea ieșeană:

Societatea civilă, membră în organisme de luare a deciziilor în oraș

Respectul față de societatea civilă este evidențiat și de faptul că membrii ai acesteia fac parte din mai multe organisme. Una din acestea este Comisia de Circulație, locul în care se iau deciziile privind fluidizarea circulației rutiere din oraș. O altă este Comisia de Ordonare a Vegetației, societatea civilă ieșeană manifestând un interes evident față de situația spațiilor verzi din oraș.

- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/stiri-si-noutati-din-iasi/reprezentantii-pasagerilor-ctp-pietonilor-si-biciclistilor-inclusi-in-comisia-municipala-de-circulatie/8790/stiri-din-iasi>

Transparență decizională în mediul electronic

Mediul electronic se dezvoltă din ce în ce mai mult și nu mai poate fi ignorat de autorități, acestea fiind nevoite să se adapteze evoluției tehnologice. De aceea municipalitatea ieșeană a venit în sprijinul cetățenilor oferind mai multe căi de a interacționa și informa cetățenii. Astfel, pe propria pagină electronică pot fi găsite documente de interes public, precum cele privind procedurile și actele necesare în



ceea ce privește activitatea de urbanism și cadastru sau economice, Hotărâri ale Consiliului Local, regulamente, anunțuri, rapoarte, minute, procese verbale sau dispoziții emise de primar.

Pe același site, municipalitatea oferă, în mod gratuit, un sistem online de urmărire a stadiului de soluționare a cererilor înregistrate în nume propriu, de persoane fizice și juridice.

- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/pmi/transparenta-decizionala/59/acte-de-interes-public>
- <https://edirect.e-guvernare.ro/Admin/Servicii/ServiciuVizualizare.aspx?IdInregistrare=91&IdOperatiune=4>
- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-primaria-municipiului-iasi/monitorul-oficial-local/9219/pmi>
- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/pmi/transparenta-decizionala/92/verificare-stadiu-cerere>

Sesizează o problemă

Relația cu cetățenii este extrem de importantă pentru Primăria Municipiului Iași. De aceea website-ul instituției – www.primaria-iasi.ro - nu este doar o pagina electronică de aflare a unor informații, dar este și un portal prin care pot fi semnalate problemele care apar în oraș. Grație unei secțiuni de pe website, dar și a paginii de Facebook, www.facebook.com/PrimariaMunicipiuluiIasi, cetățenii au semnalat problemele cu care s-au confruntat, fiind un real ajutor pentru reprezentanții municipalității.

- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/sesizeaza-o-problema/>

Diaspora, implicată în guvernarea locală

România are o importantă comunitate în Diaspora. După cum era și firesc, Municipiul Iași nu face excepție de la această regulă. De aceea, Primăria Municipiului Iași a încercat să mențină strânse relațiile cu ieșenii plecați, temporar sau definitiv din țară, aceștia având posibilitatea să vină cu propuneri pentru o mai bună gestionare administrativă a orașului. Un exemplu în acest sens este programul anual „Sărbătoarea Diasporei – Iașul este Acasă!”, în cadrul căruia au loc evenimente, conferințe și dezbateri cu privire la soarta ieșenilor din Diaspora și a modului în care aceștia se pot implica în acțiunile și deciziile administrației publice locale.



În plus, prin proiectul Restart Home, Primăria și Asociația O șansă pentru Fiecare oferă consiliere gratuită persoanelor care își doresc să revină la Iași pentru a se lansa în antreprenoriat. Prin intermediul platformei www.restarthome.ro și a unei linii telefonice dedicate, ieșenii din Diaspora pot solicita și obține informații cu privire la oportunitățile de afaceri din oraș și din regiune, date despre gradul de competitivitate din industria în care își doresc să activeze și oportunitățile privind obținerea unor finanțări nerambursabile.

În același timp, prin departamentele sale de specialitate, Primăria Municipiului Iași oferă ieșenilor repatriați prin antreprenoriat sprijin în parcurgerea aspectelor care țin de competența municipalității. Prin parteneriate cu organizații profesionale de elită, ambasade, asociații ale românilor din Diaspora sau instituții centrale guvernamentale, Biroul RestartHome asigură un flux de informații coerent destinat viitorilor antreprenori ieșeni și le oferă o serie de servicii fără costuri sau la costuri minime în urma unor resurse puse în comun în mod transparent. Totodată, RestartHome contribuie prin sesiuni dedicate și în mod gratuit la dezvoltarea abilităților antreprenoriale în rândul persoanelor din Diaspora care își doresc să revină în țară pentru a dezvolta propria afacere.

- <https://curierul-iasi.ro/sarbatoarea-diasporei-iasul-este-acasa-2-33078>
- www.primaria-iasi.ro/portal-primaria-municipiului-iasi/sarbatoarea-diasporei-iasul-este-acasa-editia-august-2019/9211/sarbatoarea-diasporei-iasul-este-acasa
- www.restarthome.ro

Măsurile de combatere a poluării

Ca mai toate marile orașe din Europa, orașul Iași este afectat de fenomenul poluării. Îngrijorați de posibilele efecte, șefii municipalității ieșene au decis luarea mai multor măsuri. Printre acestea se numără aderarea la „Convenția primarilor privind clima și energia” (mai 2018), precum și la Programul „Zero Waste Municipalities” (februarie 2017), orașul nostru devenind primul municipiu din România care adoptă politica „zero deșeurilor”. Demersurile menționate vin ca solicitare a cetățenilor și societății civile, acestea fiind transmise atât în scris, cât și la dezbaterile publice organizate. Ele au fost dublate de adoptarea de hotărâri de către Consiliul Local.

- https://www.conventiaprimarilor.eu/about-ro/cov-community-ro/signat-ro/overview-sign-ro.html?scity_id=14212
- <https://zerowasteurope.eu/2017/02/zero-waste-progress-in-romania/>



Campanii de informare

În ultimii ani, Primăria Municipiului Iași și centrele sale de cartier au avut un rol important în susținerea politicilor publice cu impact local și regional. Diseminarea informației și captarea voinței cetățenilor s-a concretizat și prin campaniile de informare și consultare. De exemplu, în anul 2018 municipalitatea a organizat campanii de acest gen pentru proiectul bugetului local pe 2018, centura ocolitoare a orașului, sala de sport polivalentă și pentru cele două mari proiecte ale regiunii Moldovei: Autostrada Iași - Târgu Mureș și Spitalul Regional de Urgențe.

- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/anunturi-pmi/4690/stiri-din-iasi>
- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/anunturi-pmi/8597/stiri-din-iasi>
- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/anunturi-pmi/8748/stiri-din-iasi>
- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/stiri-si-noutati-din-iasi/proiectul-spitalului-regional-de-urgenta-prioritar-pentru-municipalitatea-ieseana/6070/stiri-din-iasi>
- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/anunturi-pmi/9099/stiri-din-iasi>

Finanțarea proiectelor societății civile

Un element important în activitatea Primăriei reprezintă Programul de finanțare a societății civile. Astfel, anual Municipiul Iași acordă finanțări pentru proiecte ale societății civile pe domenii precum cultură, cultură scrisă, social-mediu-educație-sănătate, tineret, fiind încă din anul 2016 administrația care a avut cele mai mari fonduri din țară pentru domeniul tineret (1 milion lei anual). Tot din anul 2018 a mai fost creat un domeniu nou de finanțare: guvernare transparentă și participativă.

Suma alocată în 2019 de la bugetul local pentru toate domeniile menționate este 2.300.000 lei, defalcată pe domenii după cum urmează: domeniul cultural – 400.000 lei, domeniul tineretului – 1.000.000 lei, domeniul guvernare transparentă și participativă – 400.000 lei, domeniul social-sănătate-educație-mediu – 400.000 lei și domeniul culturii scrise – 100.000 lei.

- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/stiri-si-noutati-din-iasi/primaria-municipiului-iasi-lanseaza-programul-anual-de-finantare-nerambursabila-a-proiectelor-societatii-civile/8961/stiri-din-iasi>



Iași - Capitala Tineretului din România

În perioada iunie – noiembrie 2018 a depus candidatura pentru obținerea titlului **Iași, Capitala Tineretului din România (ICTR) 2019 - 2020**, titlul pe care l-a câștigat la Gala Tineretului din România de la Baia Mare, în 10 - 11 noiembrie 2018. Programul „Iași – Capitala Tineretului din România 2019-2020” și-a clădit misiunea și obiectivele pe o viziune îndrăznească: un oraș în care implicarea voluntară a fiecărui tânăr este recunoscută, apreciată și dezvoltă într-un mod ireversibil sentimentul de apartenență față de comunitate. În continuarea viziunii, misiunea Programului ICTR 2019-2020 este de a mobiliza tinerii, organizațiile neguvernamentale și instituțiile publice și private, în vederea implicării active pentru dezvoltarea armonioasă a Municipiului Iași ca un spațiu modern, atractiv, cu accent pe identitate și apartenență prin proiecte sustenabile, consum rațional de resurse și politici publice integrate în conformitate cu nevoile tinerilor. Municipality sustine acest program inclusiv prin finanțarea de proiecte (prin intermediul fondurilor alocate societății civile - domeniul tineret).

- <https://www.facebook.com/IasiCapitalaTineretului/>

Iași - Membru OASC

Pe 26 martie 2019 Municipiul Iași a preluat coordonarea rețelei **Open & Agile Smart Cities (OASC)** România, structură care deține cea mai importantă bază de date a standardelor orașelor de mâine pentru date deschise, servicii și tehnologie. OASC este o organizație non-profit internațională care creează o rețea de 129 orașe inteligente organizate la nivel global în rețele naționale din 26 de țări și regiuni. Membrii rețelei stabilesc mecanismele minime de interoperabilitate necesare pentru a crea o dezvoltare inteligentă a orașului. Prin implementarea acestor mecanisme, crește viteza de inovare, reducând în același timp costurile și ineficiența. În esență, aceste mecanisme permit orașelor să se angajeze în transformarea digitală globală.

- <https://oascities.org/a-new-wave-of-cities-join-oasc/>
- <https://www.digitallytransformyourregion.eu/iasi-becomes-coordinator-open-agile-smart-cities-network-romania>

Iași City Report

Primăria Municipiului Iași a continuat să își diversifice serviciile de comunicare cu cetățenii. La începutul anului 2018 a fost lansată aplicația „Iași Official App”, facilitată ce se adresează atât turiștilor, cât și localnicilor, promovând municipiul Iași. În luna martie 2018 a fost lansată și aplicația „Iași City Report” care permite cetățenilor cu



Open
Government
Partnership

spirit civic să transmită diverse sesizări și reclamații către Primăria Municipiului Iași dar și către serviciile publice locale. Sesizările transmise sunt însoțite de fotografie, descriere și localizare GPS, astfel încât să ofere autorităților identificarea exactă a amplasamentului problemelor.

Aplicația „Iași City Report” poate fi descărcată de aici: <https://play.google.com/store/apps/details?id=ro.iasi>

- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/anunturi-pmi/6215/stiri-din-iasi>

Iași Digital City

La începutul anului 2018, în cadrul Programului The Digital Cities Challenge, Comisia Europeană a selectat 15 orașe, printre care și Municipiul Iași, pentru a le acorda consultanță și coaching la un nivel înalt cu experți locali și internaționali pentru a le ajuta să dezvolte și să pună în aplicare planuri strategice care vizează creșterea economică și bunăstarea socială. Timp de 14 – 18 luni, Municipiul Iași primește un set de servicii de consultanță personalizat, constând în consultanță și sprijin specializat de la experți care vor cunoaște Municipiul Iași, provocările actuale și ambițiile viitoare, accesarea instrumentelor privind maturitatea digitală a Iașului, dialogul cu alte orașe din Europa care s-au angajat sau sunt în curs de a se angaja în aceeași provocare, pentru a face schimb de idei, experiențe și bune practici și accesul la rețele și platforme europene. La finalul programului, Municipiul Iași va avea o strategie și un plan de acțiune pentru trecerea la transformarea digitală, care vor include măsuri concrete, realizabile și măsurabile care vor fi întreprinse pe termen scurt, mediu și lung și un angajament ferm față de puterea transformatoare a digitalizării și o rețea de parteneri europeni care să poată oferi asistență reciprocă și consultanță în viitor.

De asemenea, începând din luna februarie 2019, Municipiul Iași face parte din Asociația Română pentru Smart City și Mobilitate (ARSCM). Organizația, care include principalii furnizori de soluții de tip smart city, oferă consultanță Guvernului cu privire la politicile de susținere a industriei smart city, fiind o parte activă în elaborarea proiectelor legislative.

- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/anunturi-pmi/7952/stiri-din-iasi>
- <http://www.primaria-iasi.ro/portal-iasi/anunturi-pmi/8190/stiri-din-iasi>



Concluzii

Municipalitatea ieșeană reafirmă dorința de a continua eforturile privind transparentizarea activității administrative și de a implica cetățenii și societatea civilă în actul decizional. Mihai Chirica, în calitate de primar ales al celui mai mare oraș după capitala țării, București, susține cu fermitate măsurile de guvernare din Planul de acțiune al **Parteneriatului pentru Guvernare Deschisă** (OGP) și, în general, orice măsură care poate duce la îmbunătățirea guvernării publice locale. Acest lucru a fost susținut prin numeroase declarații, dar și prin măsurile prezentate mai sus.

IMPLEMENTAREA PLANULUI LOCAL DE ACȚIUNE

În lumina celor prezentate mai sus, precum și din dorința de a dezvolta cât mai multe proiecte asemănătoare, conducerea Municipiului Iași a decis asumarea a trei proiecte majore prin Planul Local de Acțiune, parte a angajamentului orașului ca membru al Programului Local al Parteneriatului pentru Guvernare Deschisă, pe care să le implementeze în perioada septembrie 2019 – august 2021.

Co-crearea Planului Local de Acțiune al Municipiului Iași

Pe 28 august 2018, Primăria Municipiului Iași a lansat invitația către toți ieșenii de a-și manifesta interesul de a face parte din MSF Iași. Pe 12 septembrie 2018, în prezența lui Brittany Lane, managerul Programului Local al OGP, la Palatul Roznovanu a avut loc prima sesiune de informare aplicată despre cum funcționează un MSF și cum este creat colaborativ Planul Local de Acțiune. Ulterior, până pe 28 septembrie 2018, ieșenii au putut să se înscrie în MSF, completând un formular online postat pe site-ul PMI. Astfel, MSF a fost configurat ca o structură formată din 60 de persoane (membri ai societății civile, ai mediului academic și de afaceri, precum și funcționari publici, aceștia din urmă asigurând și „secretariatul” forumului).

Într-o primă etapă, membrii MSF au fost invitați să se înscrie, potrivit competențelor și intereselor proprii, în mai multe grupuri de lucru corespunzând unor domenii de preocupare și atribuții ale municipalității (infrastructură, transparență, mediu, digitalizare, transport, promovare etc.). Apoi, între 25 octombrie 2018 și 22 noiembrie 2018, în Sala „Vasile Pogor” a PMI au avut loc cinci întâlniri extinse ale MSF, grupurile de lucru având, în paralel, întâlniri și discuții separate. Membrii MSF au stabilit consensual modul de funcționare al forumului și procedura de luare a



deciziilor, iar grupurile de lucru au creat consultativ un set de măsuri – candidat la Planul Local de Acțiune. Cele 13 măsuri au fost ierarhizate, prin vot online, de către membrii MSF, iar în urma consultărilor în cadrul forumului au fost alese cele trei proiecte menționate ca angajament al Municipiului Iași în cadrul OGP.

Membrii MSF s-au reorganizat în funcție de aceste proiecte, iar dezbaterile lor de către noile grupuri de lucru împreună cu stakeholderii din domeniile respective, precum și rafinarea acestora și redactarea lor în raport cu cerințele și standardele OGP s-a încheiat pe 5 decembrie 2018, când acestea au fost predate „secretariatului” MSF asigurat de reprezentanții PMI.

În urma consultării publice din 12 decembrie 2018, propunerile și sugestiile făcute în cadrul dezbaterii au fost integrate de către membrii MSF în proiectele incluse în Planul Local de Acțiune.

Cele trei proiecte au fost co-create de reprezentanții municipalității și membrii Forumului Multistakeholder (MSF) Iași în perioada august – decembrie 2018 și au fost analizate și votate de Consiliul Local al Municipiului Iași în ședința din 24 aprilie 2019.

Cele trei măsuri incluse în Planul Local de Acțiune al Municipiului Iași sunt:

MĂSURA I. Strategia de branding a orașului – legitimitatea democratică a unei guvernante deschise în Municipiul Iași

MĂSURA II. Iașul Curat: 100% oameni, 0% deșeuri

MĂSURA III. Design4Community - Mecanism de co-creare de soluții pentru probleme publice

Primul proiect, **Strategia de branding a orașului – legitimitatea democratică a unei guvernante deschise în Municipiul Iași**, propune elaborarea strategiei de branding a orașului – un efort umbrelă ce are ca scop angajamentul civic și transparența guvernantei locale prin remodelarea relației dintre cetățean și oraș. Astfel, cele patru axe de promovare (turism, business, educație, comunitate) vor conecta administrația locală, ieșenii și vizitatorii la proiectele, strategiile și planurile de dezvoltare prin implicarea inteligentă în conectarea la oraș și planurile sale.

Al doilea proiect, **Iașul Curat: 100% oameni, 0% deșeuri**, are la bază principiul co-creării proiectelor publice prin armonizarea demersurilor întreprinse de instituții și inputul cetățenilor. Totodată, plasează puterea schimbării în mâinile cetățenilor, împuterniciți de instituțiile publice să dea curs unor comportamente responsabile,



permite o evaluare transparentă a impactului și aduce în dialog cetățenii și instituțiile publice, pentru dezvoltarea strategiei și a planului de activități a operatorului de salubritate, sporind responsabilitatea și transparența acestuia.

Al treilea proiect, **Design4Community - Mecanism de co-creare de soluții pentru probleme publice**, își propune dezvoltarea unui mecanism de participare publică ce presupune un proces colaborativ (administrație, mediu academic, mediu privat și societate civilă) de identificare, prioritizare și dezvoltare de soluții inovative și inteligente a unor probleme din comunitate.

Măsurile vor fi implementate sub coordonarea Biroului / Compartimentului / Personalului de Guvernare Deschisă, care este constituit prin dispoziția sau se subordonează primarului Municipiului Iași și va fi supervizat de Forumul Multistakeholder.



MĂSURA I

Strategia de branding a orașului – legitimitatea democratică a unei guvernante deschise în Municipiul Iași

Structura care o va implementa:

Primăria Municipiului Iași - Biroul / Compartimentul / Personalul de Guvernare Deschisă de Guvernare Deschisă, Biroul de Comunicare, Biroul de Cooperare Economică și Turism

Alte organisme implicate:

● **Instituții de stat:**

- Primăria Municipiului Iași
- Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” Iași
- Universitatea Națională de Arte „George Enescu” Iași

- Asociația de Management al Destinației turistice Iași și a regiunii Moldova „Destination Iași”

● **Instituții private:**

- Firme de branding din Iași (Grapefruit, Subsign, Wiron)

Ce problemă publică adresează?

La nivel local există o conștientizare relativ scăzută în ceea ce privește proiectele publice și strategiile orașului, aspect ce conduce la o serie de efecte negative:

- proiectele municipale nu sunt cunoscute la nivelul publicului, iar dinamica generală a orașului rămâne puțin înțeleasă de către locuitori;



- strategiile municipale nu dispun de o putere de conducere întrucât fie nu sunt destul de cunoscute de comunitate, fie sunt comunicate în permanență în stadiul de „progres”, „blocaj” sau „pașii următori sunt...”;
- atât locuitorii, cât și administrația Iașului au o percepție negativă asupra perspectivei orașului;
- în momentele oportune în care eforturile civice, venite fie din partea ONG-urilor, fie din inițiativa cetățenilor, pot contribui la agenda publică se întâmpină probleme la nivelul capacității de înțelegere asupra problematicilor pe care încearcă să le rezolve legate de ce trebuie făcut, care soluții au fost eliminate și de ce etc.

Deși gradul de conștientizare al proiectelor și planurilor la nivelul orașului nu a fost niciodată documentat științific în Iași, acesta se manifestă în diferite contexte. De exemplu, consultările publice legate de bugetul local pornesc întotdeauna de la zero, oamenii fiind rugați să aducă sugestii, însă nu li se oferă date contextuale pe care să se poată baza aceste sugestii. De fapt, dezbaterile publice, care nu sunt eficiente în cadrul unui public larg, reprezintă principalele surse de informații pe care un cetățean le-ar putea accesa pentru a fi la curent cu direcțiile dezvoltării orașului. Informațiile legate de aceste dezbateri nu pot fi găsite pe site-ul municipiului, ele fiind rareori ușor de observat, înțelese sau de plasat într-o imagine de ansamblu coerentă.

În timpul exercițiului de lansare a procesului OGP din Iași, majoritatea participanților au declarat la evenimentul de start că nu știu ce planuri și ce proiecte desfășoară municipalitatea. Din nou, în cadrul unui proiect de un an condus de CIVICA, un ONG local ce susține o guvernare mai bună, alcătuit pe baza unor politici generative, 100 de cetățeni au propus proiecte publice și și-au asumat, în cazul alegerii, implementarea acestora, cu ajutorul reprezentanților locali. Programul a generat observații atât despre dorințele localnicilor legate de oraș, cât și despre modul în care aceștia percep procesul administrativ al proiectelor propuse. Lipsa cunoștințelor despre timpul, fazele și procesele conduse de municipiu, dar și a celor ce privesc proiectele deja existente, a reprezentat o constantă. Mai îngrijorător, în momentul documentării unei problematice, cu scopul de a se crea o metodă cât mai eficientă de implementare pentru un anumit proiect, grupurile civice s-au confruntat cu dificultăți întrucât era extrem de dificil să creeze legături între strategiile și proiectele publice și acțiunile desfășurate, cele care urmează să fie implementate și aspectele omise.

Având în vedere conștientizarea relativ scăzută la nivel local în ceea ce privește proiectele publice, progresul și predictibilitatea acestora, există un decalaj puternic



Între acționarii și funcționarii publici ai orașului, acest aspect generând o posibilitate și mai mică pentru cetățeni să conștientizeze sau să ia parte la conceperea și implementarea proiectelor publice. Colaborarea între funcționarii publici și grupurile de cetățeni cu expertiză diferită nu este nici recunoscută, nici practică. Oamenii sunt conștienți că dacă au o idee, aceasta poate fi propusă în fața reprezentanților, însă acest proces nu are claritate sau previzibilitate. Experții, dar și cetățenii experimentați într-un anumit domeniu, resping costurile asociate unor căi nesigure întrucât atât ei, cât și majoritatea localnicilor, împărtășesc ideea unei atitudini neîncrezătoare față de arena politică, aceasta din urmă fiind percepută ca o juxtapunere a ceea ce înseamnă conducerea unui oraș.

Mai mult decât atât, cetățenii își justifică lipsa de interes și cunoștințe legată de proiectele publice prin manifestarea neîncrederii în autoritățile aflate la conducere.

Ca și factor moderator ce îngreunează decalajul dintre cetățeni și conducerea orașului, lipsa unei identități locale contribuie la persistența unor problematici legate de imaginea orașului, precum:

- o perspectivă negativă în rândul localnicilor privind orașul;
- atractivitatea scăzută a orașului pentru turiști, afaceri sau mediul academic;
- în mediul online, accentul se pune adesea pe aspectele negative privind imaginea orașului;
- o imagine negativă și contestată a administrației locale.

Pentru a:

- aborda problematica lipsei implicării cetățenilor în proiectele orașului,
- crea oportunități pentru dialog între autoritățile locale și diferite categorii de oameni care interacționează cu orașul (oameni de afaceri, turiști, studenți, cetățeni obișnuiți sau ONG-uri)
- depăși neîncrederea dintre cetățeni și conducerea orașului

a fost creată o soluție integrată care să promoveze transparența față de proiectele publice derivate din strategiile orașului și să faciliteze dialogul contextual ce ar minimiza neîncrederea cetățenilor, în timp ce ar contribui și la identitatea locală – ca și instrument de conectare al locuitorilor cu planurile și progresul orașului.



Care este măsura propusă?

Angajamentul promovează procesul de elaborare a unei **strategii de branding a orașului** ca un „efort-umbrelă” ce are ca scop remodelarea relației dintre cetățeni și oraș prin conectarea acestora la proiectele publice, strategiile și planurile viitoare. Deși în istoria branding-ului urban se găsesc o mulțime de minime abordări, ce propunem noi are în vedere utilizarea unui proces complex și sănătos de branding pentru a:

- crea o transparență mai mare la nivel administrativ,
- o mai bună relaționare a cetățenilor cu diferitele părți interesate în legătură cu anumite proiecte, progresul, dar și planurile viitoare ale acestora, în domenii de interes,
- asigurând, de asemenea, continuitatea acestei relații cu orașul, prin integrare personală și internalizare, ca o caracteristică esențială a identității locale.

A. Consultarea, dialogul public și armonizarea diferitelor percepții în scopul căutării elementelor comune

Pentru a crea un brand de succes, acționarii vizați la toate nivelurile societății trebuie să aibă o viziune comună asupra valorilor și beneficiilor principale ale brand-ului, având, în același timp, și relații eficiente care să susțină ideile. Aceasta întărește ideea **implicării comunității** în procesul de elaborare și implementare a întregului proiect întrucât acest aspect aduce însemnătate și legitimează brand-ul orașului. Această etapă implică consultare consecventă și prezența unui sondaj social pentru a identifica factorii ce aduc însemnătate în rândul unei comunități, dar și pentru a identifica blocajele ce ar putea interveni. Nu există predicții apropiate de adevăr până la momentul consultării și interpretării amănunțite a rezultatelor, dar ca exemplu se poate presupune că locuitorii Iașului prețuiesc foarte mult valorile culturale sau naturale. Pe de altă parte, inhibitorii pentru dezvoltarea unei percepții puternice asupra orașului, bazate pe ceea ce apreciază cel mai mult, sunt fie lipsa de proiecte, fie lipsa de cunoștințe cu privire la proiectele care susțin aceste trăsături.

B. Construirea pe driverele comune cu însemnătate ale comunității prin elaborarea de hărți ale proiectelor, publicarea de statistici relevante pentru diferiți acționari sau domenii de interes (investitori, studenți, agenți de turism, cercetători etc.) și crearea de spații digitale, simboluri, narațiuni și mesaje ar facilita atât noul



interes în proiectele urbane, cât și ușurința comunicării acestora în cadrul identității locale.

Povestea din spatele branding-ului orașului implică ușurința comunităților de a înțelege ce este Iași, care este stadiul progresului a ceea ce vrea să fie Iași și unde vrem noi să ajungem cu Iașul în direcție de dezvoltare. În acest caz, problematica abordată se referă la a face un oraș mai **transparent** în ceea ce privește planurile și proiectele, astfel încât comunitățile să poată înțelege, să se poată implica și comunica eventualele informații în legătură cu orașul. Acest lucru implică o schimbare din două direcții: în ce mod și ce anume comunică administrația locală diferitelor părți implicate și în ce mod și pe ce se concentrează părțile implicate în relația cu orașul.

Mulți academicieni locali consideră construirea de brand atât de importantă încât pentru Iași ar trebui ca această acțiune să fie considerată prima prioritate, oferind un nou început pentru remodelarea relației cu orașul. Datorită faptului că percepția oamenilor reprezintă totul, iar brand-ul orașului înseamnă percepția oamenilor, strategia de brand ar trebui să implice opiniile comunității implicate.

Pornind de la o scară mică, până la un context regional și național, de la localnici la primari, abordarea angajamentului va fi atât verticală (de la localnici la viitori localnici), cât și orizontală (de la o scară mică la nivel național). Prin urmare, angajamentul civic în crearea și comunicarea brand-ului orașului va fi impus printr-o colaborare continuă între diferite viziuni.

Proiectarea strategiei de branding vizează (a) definirea unei imagini/identități unitare și pozitive a Iașului și asumarea acesteia de către administrație, locuitori, mediul de afaceri, turiști, studenți și (b) promovarea la scară cât mai largă a acestor imagini/identități definitorii pentru Iași.

a. Promovarea unei strategii de branding implică următorii pași:

1. Angajamentul civic prin consultare permanentă (generală și personalizată de grupurile de interese – comunitate, afaceri, turism, educație) pentru a defini pilonii dezvoltării branding-ului orașului

La acest punct ideea este de a trezi spiritul de angajament al comunităților din Iași pentru a aduna informațiile relevante privind Iașul din punct de vedere al părților



interesate. Pentru a face acest lucru, autoritățile locale vor pune la dispoziție date adecvate (strategii, planuri, etape ale procesului) pentru o mai bună înțelegere a ceea ce este și a ceea ce va fi Iașul, în timp ce sondajul general, consultarea comunității și dezbaterile vor scoate la suprafață cele mai semnificative teme pentru cetățeni, în relație cu orașul de reședință.

2. Sinteza ideilor și definirea conceptului de brand al orașului Iași

Procesul de creare a sintezei se referă la elaborarea unui set de principii și idei ce reflectă imaginea de ansamblu a orașului cu scopul de a stabili orientările pentru procesul de branding al Municipiului Iași. În acest stadiu, municipalitatea își propune să construiască, bazat pe interesele cetățenilor, seturi de date statistice, alături de proiecte tematice și strategii ce urmează a fi comunicate public ca parte integrantă a identității brand-ului.

3. Realizarea propunerilor (specialiști în branding, selectați prin intermediul unui concurs) legate de elementele de identitate vizuală. Alegerea finală va fi decisă de un comitet de specialiști (50%) și de comunitatea locală (sistem de vot)

Potrivit sintezei, până când rezultatele finale vor fi realizate, va exista un dialog permanent între specialiștii selectați pentru a crea identitatea și simbolurile vizuale pentru platformele ce vor comunica publicului statistici și proiecte și grupul de lucru al administrației locale.

4. Elaborarea strategiei de branding a orașului

Echipa din spatele strategiei va elabora strategia de brand abordând valorile relevante ale OGP-ului în propunere: responsabilitate, acces la date, transparență și implicare civică, modelare și gestionare, alături de grupul administrativ de lucru, portalurile de date destinate să afișeze proiectele publice și seturile de statistici cu acces public, pentru diferite părți implicate (inovatori, turiști, studenți etc.)

b. Implementarea politicilor de branding (12 luni)

Rezidenții și administrația locală își vor asuma identitatea definită prin strategia de branding și vor distribui această imagine într-o manieră cât mai transparentă și deschisă. Campaniile promoționale vor fi concepute pe 4 axe-cheie (turism, afaceri,



educație, comunitate) pentru a atrage cât mai mulți investitori în oraș și pentru a susține inițiativele educaționale/turistice. Acțiunile/Activitățile principale vor implica:

1. Promovarea intensivă a identității vizuale prin etichetarea unui set de bunuri publice de către autoritățile locale cu elementele specifice de identitate (vehicule ale transportului public, mașini ale administrației, canale etc.).
2. Promovarea identității vizuale de către actorii privați prin crearea etichetelor „Fabricat în Iași” pentru produsele locale (de exemplu, sticle de vin).
3. Promovarea identității vizuale de către cetățeni prin distribuirea materialelor promoționale cu acele elemente ce întăresc noțiunea de oraș transparent (cămăși, rucsacuri, stickere, umbrele etc.).
4. Asumarea identității vizuale de către actorii economici locali (introducerea elementelor de identitate vizuală ale Iașului în propriile materiale promoționale).
5. Comunicarea identității vizuale în afara Iașului prin (a) participarea la târguri de turism, evenimente de afaceri și (b) în mediul online.
6. Schimbarea totemurilor de la intrarea în Iași cu unele specifice identității de brand.
7. Promovarea și actualizarea permanentă a portalurilor de date statistice la care cetățenii au acces și informarea privind proiectele publice (bugete, etape, progrese, următorii pași, oportunități de implicare) în diferite domenii de interes pentru diferite părți interesate: turism, afaceri, educație, comunitate. Aceste portaluri, integrate în strategia de brand locală de identitate, vor fi utile și pentru facilitarea și atragerea atenției asupra evenimentelor de consultare publică.
8. Realizarea unui film de promovare pentru a promova Iașul ca destinație.
9. Comunicarea brandului orașului prin intermediul ambasadourilor din Iași (personalități culturale / sportive, studenți implicați în stagii / schimburi universitare etc.) care vor aduce o conștientizare asupra orașului, a identității acestuia și a informațiilor furnizate în sprijinul acestuia în ceea ce privește proiectele publice și permisiunea de participare.

Rezultatele așteptate ale implementării procesului de branding al orașului, așa cum a fost descris anterior:

- a. Cetățenii vor deveni mândri de orașul în care trăiesc, schimbând modelul de interacțiune cu autoritățile și proiectele publice.



- b. Oamenii din Iași vor promova orașul ca fiind creativ în toate sferele sociale (rețele de socializare, prieteni, rude, afaceri, târguri de turism, turiști), sprijinind în același timp declarațiile lor cu informații concrete, susținând, în același timp și portalurile de date și informații.
- c. Universitățile vor atrage mai mulți studenți din afara orașului întrucât comunitatea locală își va recupera factorul de atractivitate.
- d. Numărul turiștilor va crește odată cu participarea Iași la târgurile de turism, iar feedback-ul lor (pozitiv) va încuraja administrația locală, precum și comunitatea, să facă pași în construirea identității promovate.
- e. Mediile de afaceri și cel antreprenorial vor beneficia atât de ideea de oraș atrăgător - care vizează creșterea numărului de întreprinderi noi și de afaceri, cât și de datele concrete furnizate prin platforme de date și informații, ceea ce le va permite indivizilor să ia decizii în cunoștință de cauză.
- f. Administrația locală va deveni una mai rezistentă, câștigând cu adevărat încrederea diferitelor categorii sociale ale comunității.
- g. Comunitatea locală va deveni mai implicată în deciziile și proiectele publice, deoarece va deveni mai transparentă pentru comunitate.

Cum va contribui măsura propusă la rezolvarea problemei?

Rezolvarea problemei identificate presupune două mari etape, cu activitățile aferente fiecăreia dintre acestea:

a. Crearea unei strategii de branding care să presupună următorii pași (4 luni):

1. Consultarea publică (generală și particularizată pe grupuri de interes – comunitate, mediul de afaceri, turism și educațional) care să definească pilonii de dezvoltare a brandingului de oraș;
2. Sintetizarea ideilor și definirea conceptului de branding de oraș pentru Iași;
3. Realizarea de propuneri (specialiști place branding) (prin concurs) de elemente de identitate vizuală. Alegerea finală va fi decisă de o comisie de specialiști (50%) și de comunitatea locală (sistem de votare);
4. Elaborarea strategiei de branding de oraș.



b. Implementarea unor politici de branding (12 luni)

Locuitorii și administrația locală își vor asuma identitatea definită în manualul de branding și vor comunica această imagine într-o manieră transparentă și deschisă. Se vor crea campanii de promovare pe 4 axe esențiale (turism, business, educație, comunitate), care să aducă orașului mai mulți investitori și să susțină inițiativele educaționale/turistice.

Activitățile/acțiunile centrale vor presupune:

1. Promovarea intensivă a identității vizuale prin etichetarea unui set de bunuri publice de către administrația locală cu aceste elemente de identitate (transport public, mașini administrație, gurile de canal, centrele de cartier ale Primăriei etc.);
2. Promovarea identității vizuale de către actori privați prin crearea de etichete „Made in Iași” pe produsele locale (ex.: sticle de vin etc.);
3. Promovarea identității vizuale de către cetățeni prin distribuirea de materiale de promovare cu elementele de identitate vizuală (tricouri, rucsaci, stick-ere, umbrele, hanorace etc.);
4. Asumarea identității vizuale de către actorii economici locali (preluarea elementelor de identitate vizuală specifice Iașului în propriile materiale promoționale);
5. Comunicarea identității vizuale în afara Iașului prin (a) participarea la târguri de turism, evenimente business și (b) în mediul online;
6. Schimbarea totemurilor de la intrarea în orașul Iași cu unele specifice manualului de branding;
7. Realizarea unui film de promovare în vederea comunicării Iașului ca destinație;
8. Comunicarea brandului de oraș prin intermediul unor ambasadori ai Iașului (personalități culturale/sportive, studenți implicați în stagii/schimburi universitare etc.).

Rezultate preconizate ale implementării procesului de branding de oraș:

- leșenii vor deveni mândri de orașul în care trăiesc, schimbând percepția acestora vizavi de satisfacția orașului în care trăiesc;
- leșenii vor percepe orașul ca fiind unul în toate sferile sociale (social media, prieteni, rude, mediul de afaceri, târguri de turism, turiști);
- Universitățile vor atrage cu 5% mai mulți studenți veniți din afara orașului, începând din 2020;



- Numărul de turiști va crește odată cu participarea Iașului la târguri de turism, iar feedback-ul acestora (pozitiv) va avea efect de bulgăre de zăpadă (4% pe an);
- Mediul de afaceri și antreprenorial va beneficia de ideea de oraș atractiv – vizând creșterea start-up-urilor și al evenimentelor de business.

Care este relevanța măsurii propuse, din perspectiva valorilor Guvernării Deschise?

● Implicarea civică

Prima acțiune a angajamentului, asumarea conceptului de oraș atractiv pentru locuitorii săi, pentru mediul de afaceri, pentru domeniul turistic și academic implică un proces major de implicare civică din partea societății locale.

Toți cei patru piloni ai prezentei propuneri (societatea civilă, afaceri, educație, turism) trebuie consultați în scopul proiectului. Percepțiile și viziunea lor este esențială pentru obținerea unui rezultat final care evidențiază identitatea Iași. În timpul procesului de implementare, **implicarea civică** în promovarea identității, care va fi direct legată de proiectele publice și de datele de pe portaluri, va afecta diseminarea și internalizarea informațiilor publice furnizate. Conștientizarea disponibilității informațiilor publice, dar și a semnificației acestora, datorată legăturii lor cu identitatea locală, ar trebui să lămurească comunitatea în legătură cu acțiunile ce au loc în orașul lor.

● Transparență

Prin digitizarea strategiilor orașelor și a proiectelor publice, de-a lungul grupurilor de interese ale comunității locale și a părților interesate, pragul de **transparență** semnificativă devine accesibil. În caz contrar, riscul este ca administrația locală să înceteze efortul obligatoriu asupra unei asemenea abordări, din cauza unei aparente lipse de interes pentru comunitate. Deși putem presupune că toate strategiile vor fi digitalizate și subordonate proiectelor publice, prezentate împreună cu cronologia lor, progresul și alte date contextuale, domeniile specifice pentru platformele de date statistice accesibile ar trebui să fie stabilite în procesul de construire a strategiei de brand pentru a identifica tipurile de date relevante pentru părțile interesate și, de asemenea, colectate de instituții și agenții publice.



● Responsabilitate și accesul public la date

Procesul de înțelegere a Iașului este, de asemenea, și despre înțelegerea proiectelor și strategiilor anterioare, prezente și viitoare. Astfel, prin acest proces, autoritățile locale vor deveni mai conștiente în ceea ce privește transparența. **Distribuirea și prezentarea** într-un mod prietenos a datelor interne (strategii, proiecte, planuri viitoare) creează încredere publică, în timp ce obligă și la respectarea promisiunilor făcute și schimbă în mod clar direcția planurilor. Pe lângă digitalizarea proiectelor publice grupate în funcție de interesele comunității, portalurile de date publice accesibile, concepute pentru a împărtăși statistici relevante pentru diferite părți interesate, permit mai multor tipuri de grupuri sociale să verifice și să utilizeze informații valide.

● Dezvoltare durabilă

Obiectivele majore ale unei campanii de branding sunt creșterea economică și îmbunătățirea calității vieții cetățenilor, ambele fiind atinse în mod durabil prin crearea unei identități locale care schimbă modelele relaționale dintre autorități și cetățeni, permițând cetățenilor să relaționeze mai bine cu proiectele publice și cu deciziile de la nivelul primăriei, în timp ce administrația locală este obligată să asigure o mai bună comunicare în cadrul proiectelor orașului.

Pe termen mediu și lung, identitatea locală, tradusă în mod activ în acțiune, contribuie la dezvoltarea economică și la inovarea socială.

● Utilizarea tehnologiilor

Strategia de brand este strâns legată de construirea conceptului de oraș-inteligent, puternic influențat de modul în care acesta este poziționat caracterizat de particularitățile sale. Crearea portalurilor de date accesibile publicului, în domenii de interes pentru diferiți actori (societatea civilă, afaceri, educație, turism), alături de digitalizarea strategiilor orașului și a proiectelor publice subordonate este în mare măsură legată de strategia orașului privind problematica orașului-inteligent.

Informații suplimentare

Bugetul este de aproximativ 100.000 de euro.



Prima parte a proiectului poate fi programată în mod succesiv:

a. Consultanță + Sinteză

b. Realizarea de propuneri + dezvoltarea strategiei de branding

A doua parte a proiectului de implementare poate fi realizată secvențial prin proceduri de achiziții publice și prin implicarea structurilor de asociație turistică/de afaceri întrucât dezvoltarea de portaluri de date accesibile publicului și digitalizarea strategiilor orașului, dar și a proiectelor publice subordonate necesită un buget diferit care urmează a fi calculat după prima etapă.

a. Exemplu de propunere făcută de o companie din Iași pentru Municipiul Oradea:
<https://subsign.co/projects/oradea>

b. Exemplu de manual de branding realizat și implementat în Alba Iulia:
https://www.apulum.ro/pdf/Alba%20Iulia%20Manual%20De%20Brand_2014.pdf

c. Articol ce explică necesitatea unei strategii de brand într-un oraș:
<http://urbact.eu/while-you-were-designing-your-city-logo>

Calendar de activități

Acțiuni	Calendar
→ Consultare publică → Realizarea unui manual	2019 - 2020
→ Construirea strategiei de branding → Implementarea politicilor de branding → Compilarea primelor seturi de date pentru digitalizarea strategiilor și proiectelor publice subordonate, în domeniile de interes precizate în etapele anterioare → Dezvoltarea soluției tehnologice pentru strategiile digitalizate ale orașului	2020 - 2021



- Colectarea și compilarea primelor seturi de date statistice de la instituții din domeniile de interes precizate de părțile interesate
- Lansarea portalurilor și a hărților digitalizate cu informații publice privind proiecte publice subordonate strategiilor orașului
- Actualizări constante privind informațiile publice furnizate

Coordonatorul proiectului

Dan Postolea

Șef Biroul de Comunicare - Primăria Municipiului Iași

E-mail: dan.postolea@primaria-iasi.ro

Telefon: +4.0232.267.582 (interior 117)

Anca Zota

Șef Biroul de Cooperare Economică și Turism – Primăria Municipiului Iași

E-mail: turism@primaria-iasi.ro

Telefon: +4.0232.261.990



MĂSURA II

Iașul Curat: 100% oameni, 0% deșeuri

Structura care o va implementa

Primăria Municipiului Iași – Biroul / Compartimentul / Personalul de Guvernare Deschisă

Alte organisme implicate:

SC Salubris SA Iași

Organizații neguvernamentale de mediu locale

Ce problemă publică adresează?

România este statul cu cea mai redusă rată de reciclare din Europa, de doar 10%, conform Agenției Naționale pentru Protecția Mediului. 80% dintre deșeuri sunt depozitate și 10% co-incinerate. Conform celui mai recent studiu privind managementul deșeurilor în România, Iașul producea 88.881 de tone de gunoi pe an. Până în 2025 se estimează că vom produce de două ori mai multe deșeuri, media în Uniunea Europeană ajungând până la 1,3 miliarde de tone pe an. Până în 2030, obiectivele europene vizează dezvoltarea Economiei Circulare, prin ridicarea ratei de reciclare până la 65% din volumul deșeurilor municipale, reducerea volumului gropii de gunoi pentru a cumula doar 10% din cantitatea de deșeuri produsă, precum și reutilizarea sau reciclarea a 75% din ambalaje.

În februarie 2017 Iașul se alătură rețelei internaționale „Zero Waste Cities”, devenind primul municipiu din România care își asuma să implementeze măsurile „zero deșeuri”. Până în prezent a implementat aproximativ 25% dintre acestea, majoritatea vizând cadrul legislativ. Țintele Iașului, precum prevenirea generării de deșeuri cu 30%, creșterea ratei de reciclare la 20% și compostarea a 20% din biodeșeuri sau generarea a mai puțin de 50 kilograme de deșeuri mixte pe cap de locuitor până în 2020, au rămas insuficient adresate. Un cerc vicios este întreținut de nivelul scăzut de conștientizare în comunitate despre utilitatea și necesitatea colectării selective a



deșeurilor. De exemplu, deoarece ieșenii nu folosesc pubelele adecvat, ridicarea deșeurilor în funcție de natura lor (hârtie, plastic, metal, sticlă etc.) nu poate fi făcută în zile diferite. Puținii ieșeni care depozitează deșeurile selectiv declară că sunt descurajați de faptul că operatorii de salubritate descarcă toate pubelele în aceeași mașină, simțind că efortul lor a fost inutil. Pe de altă parte, operatorii nu pot crea un program diferențiat de ridicare a deșeurilor, deoarece pubelele nu sunt niciodată utilizate adecvat, iar gunoiul este întotdeauna contaminat.

În urma unei sesiuni de observație pe teren, precum și la stația de sortare, precum și în urma revizuirii planurilor de activitate a operatorului de salubritate, s-a putut observa că, deși sunt planificați mai mulți pași pentru dezvoltarea infrastructurii de depozitare a deșeurilor - de exemplu, prin montarea unor recipiente care descurajează vandalismul - problema esențială este, într-adevăr, aceea a selectării la sursă și rămâne cel mai dificil de abordat.

Factorii care determină ieșenii să aibă comportamente delăsătoare și insensibile la mediu sunt variați, dar, în general, pot fi identificați doi predictorii. Unul este lipsa de educație în ceea ce privește utilitatea și necesitatea depozitării selective a deșeurilor, pentru un oraș mai curat, mai puțin poluat, cu un biotop economic și social mai sănătos și mai responsabil. Altul ține de comoditatea și reflexele rutiniere deja create în comunitate. Mulți dintre ieșeni preferă să nu-și modifice comportamentele, dacă asta presupune costuri de atenție sau de regândire a spațiului alocat coșului de gunoi. Cu alte cuvinte, pentru a colecta selectiv, un ieșean trebuie să fie conștient și atent la ce tipuri de gunoi generează, pentru a le depozita în recipiente diferite. De asemenea, industria producătoare de coșuri de gunoi încurajează ignoranța. Pubelele voluminoase întăresc ideea de „mare sac de gunoi nediferențiat”, în care arunci tot ce nu-ți trebuie, în același loc.

În plus, coșul tradițional ocupă suficient de mult spațiu încât să facă incomodă instalarea altor recipiente de stocare a deșeurilor. Pe scurt, colectarea selectivă nu poate începe decât de la sursă, adică de la generatorul de deșeuri, omul aflat în locuința sa. Pentru a facilita un comportament mai conștient și responsabil, are nevoie pe de o parte, de cunoaștere, iar pe de altă parte, de soluții care să-i rezolve problemele referitoare la costurile de schimbare comportamentală.

Măsura propusă în continuare este construită pe baza strategiei „Zero Waste” a Iașului, venind să ducă la următorul nivel demersurile deja începute și asumate de municipalitate. Include acțiuni destinate să contribuie la impactul pe termen scurt, mediu și lung a politicilor publice destinate să reducă poluarea prin deșeuri și să



sustină economia circulară prin reintegrarea în circuit a bunurilor create și, în prezent, irosite după prima utilizare.

Care este măsura propusă?

„Iașul Curat” este un proiect pilot pentru încurajarea colectării selective a deșeurilor și diminuarea pe termen scurt, mediu și lung a volumului de gunoi care deteriorează sănătatea mediului în care trăim, atât din punct de vedere ecologic, cât și socio-economic.

Proiectul include trei sub-măsuri gândite să asigure:

- a) Impactul pe termen scurt, răspunzând nevoii de informare, conștientizare și de diminuare a costurilor schimbării, pentru ieșenii care aleg să colecteze selectiv;
- b) Impactul pe termen mediu, asigurând transferul de informații între ieșeni și operatorul de salubritate, pentru armonizarea strategiei și a planului său de activitate cu nevoile și viziunea cetățenilor;
- c) Impactul pe termen lung, asigurând baza de cercetare și cunoaștere esențială pentru dezvoltarea politicilor și reglementărilor care să diminueze producția obiectelor care nu pot fi integrate în economia circulară.

„Iașul Curat” presupune:

1. Ieșirea în întâmpinarea nevoilor cetățenilor prin achiziționarea și distribuirea a 1.000 de recipiente de apartament cu saci menajeri personalizați, care respectă designul colectării selective a deșeurilor, precum și completarea stațiilor publice de depozitare a gunoiului cu pubele speciale pentru colectarea uleiului uzat, de încălțăminte și îmbrăcăminte.

Recipientele de apartament vor fi distribuite gratuit locuitorilor din unul sau două cartiere ale Iașului, în care sunt înregistrate cele mai multe solicitări din partea ieșenilor care își exprimă dorința de-a intra în posesia lor, înlocuind clasicul coș de gunoi. Cartierul cu cei mai mulți locuitori conștienți va fi dotat, de asemenea, cu pubele speciale pentru colectarea uleiului uzat, de îmbrăcăminte și încălțăminte.

Procesul respectă următorii pași:

- a) Campania de Comunicare: „Vecini conștienți, o viață mai ușoară, zero deșeuri”



Primăria și/sau operatorul de salubritate demarează o amplă campanie de comunicare și lansează concursul pentru cele mai curate și conștiente cartiere din Iași.

b) Mobilizarea Cartierelor Conștiente

Asociațiile de proprietari sunt antrenate în popularizarea campaniei, precum și în strângerea semnăturilor de la vecinii care spun „da, sunt conștient și vreau să renunț la coșul de gunoi”. Perioada de strângere a semnăturilor durează trei săptămâni, dar se încheie în momentul în care într-un cartier se atinge pragul de 1.000 de semnături înregistrate. Listele de semnături sunt înregistrate oficial în mod constant, iar statusul este comunicat public, pentru a încuraja mobilizarea comunităților din cartiere și pentru a păstra cronologia înscrierilor. Primul cartier în care sunt înregistrate 1.000 de semnături este desemnat câștigător și competiția se încheie. În cazul în care la sfârșitul perioadei de înregistrare a semnăturilor, în niciun cartier din Iași nu a fost atins pragul de 1.000 de semnături, vor fi selectate primele două cartiere în clasamentul cartierelor cu cei mai mulți locuitori conștienți.

c) Schimbarea Curată

Înmânarea recipientelor de apartament este făcută printr-un șir de evenimente publice planificate după orele de lucru convenționale, prin care sunt susținute workshop-uri și demonstrații practice pentru fiecare scară de bloc în care este „inaugurată” noua recuzită de apartament. În cadrul fiecărei sesiuni, vecinii de scară primesc recipientele și participă la sesiuni practice și demonstrative despre impactul colectării selective, modul de utilizare a recipientelor și soluții practice de diminuare a risipei. Instalarea stațiilor de colectare a uleiului uzat, de îmbrăcăminte și încălțăminte este marcată printr-un mini-eveniment comunitar, care permite vecinilor să se cunoască și să socializeze într-un context prietenos cu tematică economiei circulare.

d) Monitorizarea și evaluarea impactului

Pe parcursul a 6 luni este monitorizată dinamica spațiilor de depozitare a deșeurilor din cartierul câștigător și sunt publicate rezultatele referitoare la fluctuațiile ratei de colectare selectivă a deșeurilor.

2. Consultarea publică și armonizarea nevoilor cetățenilor cu planul de acțiuni al operatorului de salubritate

Pentru a asigura cea mai potrivită strategie de încurajare a colectării selective a deșeurilor în rândul ieșenilor, a doua componentă a proiectului „Iașul Curat” implică derularea unei ample consultări publice prin administrarea unui chestionar și



realizarea unui set reprezentativ de interviuri semi-structurate care să identifice răspunsurile ieșenilor la întrebări precum „ce te oprește să colectezi selectiv?”, „de ce anume ai avea nevoie ca să colectezi selectiv?” și „care sunt măsurile din strategia Zero Waste pe care ai vrea să le vezi cât mai repede implementate?”. Rezultatele vor fi interpretate și apoi armonizate cu strategia și planul de activitate a operatorului de salubritate și se vor reflecta în acțiunile concrete ale acestuia începând cu anul 2020.

3. Cercetarea, trasabilitatea, transparența și predictibilitatea pentru un viitor curat

A treia componentă a măsurii „Iașul Curat” implică dezvoltarea bazei de cunoaștere pentru dezvoltarea politicilor publice și a reglementărilor care vizează industria, cu scopul de-a diminua producția bunurilor care nu pot fi reintegrate în sistemul economiei circulare (bunuri care nu pot fi reciclate și refolosite după utilizare). Cercetarea presupune încheierea unui protocol de colaborare cu universități locale, laboratoare de cercetare și agentul de salubritate, pentru a obține statistici relevante despre cantitățile și tipurile de deșeuri generate de ieșeni, compoziția acestora și traseul parcurs de facto (de la aruncarea în coșul de gunoi, la punctul terminus, de reintegrare în circuitul producției de bunuri sau, respectiv, transformarea deșeurii în poluant), precum și traseul posibil (ce cantitate și ce tipuri de deșeuri ar putea să-și schimbe traseul pentru a fi reintegrate în producția de bunuri, astfel încât să nu se transforme în poluanți

Cum va contribui măsura propusă la rezolvarea problemei?

A. Prima componentă a proiectului „Iașul Curat” contribuie la depășirea mai multor blocaje care împiedică generalizarea comportamentelor conștiente de colectare selectivă a deșeurilor

1. În primul rând, plasează soluția acolo unde se află și cauza problemei: în casa cetățeanului

a) Educația ecologică se desfășoară, de fapt, acasă. Există numeroase studii care arată că deși educația în școli și în spații publice contribuie la ridicarea nivelului de conștientizare, impactul rămâne scăzut, deoarece informațiile nu sunt convertite în comportamente recurente, în spațiul privat. Prin distribuirea recipientelor cu design adecvat pentru colectarea selectivă în apartament, ieșenii sunt stimulați să practice în spațiul intim comportamente și valori pe care obișnuiau să le accepte doar declarativ;



Open
Government
Partnership



b) Costurile de schimbare sunt minimizate pentru primii ieșeni care fac pasul către un stil de viață responsabil. Problema practică, de gestionare a spațiului de depozitare a deșeurilor în apartament este rezolvată, iar eco-ul său în conștiința individuală a ieșenilor este amplificat prin faptul că municipalitatea recunoaște o nevoie a comunității vine în întâmpinarea ei, oferind o soluție, iar nu doar solicitând o schimbare comportamentală.

2. În al doilea rând, amplifică rata de receptare a informațiilor referitoare la nevoia, utilitatea și practicile colectării selective, la nivelul întregii societăți ieșene

a) Cea mai ridicată rată de retenție a unor informații este înregistrată atunci când informația are valoare practică, contextual. Cu alte cuvinte, oamenii rețin cel mai bine informațiile pe care le află atunci când au nevoie de ele, într-un anumit context. Lansarea concursului pentru cartierul cu cei mai mulți locuitori conștienți creează cadrul în care informațiile despre colectarea selectivă devin relevante contextual, având o utilitate practică. La nivelul întregului oraș, se ridică considerabil nivelul atenției publice îndreptate către acest subiect.

De asemenea, informația pătrunde în profunzime în comunitatea ieșeană, prin intermediul cetățenilor câștigători, care au parte de workshop-uri și demonstrații practice despre reciclarea și colectarea selectivă a deșeurilor. Acești ieșeni vor deveni, la rândul lor, multiplicatori ai informației și ambasadori pentru un Iași mai conștient și mai curat;

b) Informațiile ușor asimilate în stilul de viață cotidian sunt cele care pătrund în conștiința oamenilor în contexte asociate cu petrecerea timpului liber. Prin workshop-urile și demonstrațiile destinate vecinilor de scară, precum și prin mini-evenimentul tematic de inaugurare a recipientelor de cartier pentru colectarea uleiului uzat, de îmbrăcăminte și încălțăminte, se asigură un context prietenos și relaxant prin care ieșenii intră în contact cu aceste seturi de informații în timp ce socializează și se relaxează;

3. În același timp, concursul contribuie la coagularea unei identități comunitare la nivelul cartierelor, dezînstrăinând vecinii. Anomia și conștiința izolării sociale, determinate de faptul că vecinii nu se cunosc unii cu alții, amplifică în orice comunitate comportamentele ignorante la binele colectiv și diminuează capacitatea oamenilor de-a se influența reciproc pentru a cultiva comportamente constructive și responsabile.

B. A doua componentă a proiectului „Iașul Curat”, care vizează consultarea cetățenilor și armonizarea strategiei și a planului de activitate a operatorului de



salubritate cu nevoile cetățenilor, asigură impactul și etapizarea corectă a măsurilor destinate să diminueze risipa și poluarea

1. Este un fapt dovedit statistic că eficiența măsurilor impuse de sus în jos este mult diminuată în momentul implementării de blocajele de înțelegere și adaptare care apar în societate. Sondarea eficientă, atât prin chestionare, cât și prin interviuri semi-structurate, asigură o bază consistentă de cunoaștere pentru etapizarea măsurilor în consonanță cu așteptările, nivelul de înțelegere și nevoile beneficiarilor acestor măsuri, adică a cetățenilor, sporind eficiența instituțiilor publice.

2. Consultarea publică este un alt context prin care sporește cunoașterea și receptivitatea ieșenilor în ceea ce privește măsurile din strategia „Zero Waste” a Iașului.

C. A treia componentă asigură temelia esențială a măsurilor care vor influența decisiv circuitul economiei circulare, vizând pe termen lung marii actori industriali.

1. Cercetarea despre trasabilitatea deșeurilor deschide drumul către un biotop economic și social mai sănătos, influențând cadrul general în care apar poluanții. Cu alte cuvinte, odată ce obiectele care nu pot fi reintroduse în circuitul economic încetează să mai fie produse, iar actorii din industrie agreează noi procese de producție, drumul către un mediu sănătos și echitabil devine stabil și predictibil.

2. O strategie de diminuare a deșeurilor nu poate fi dusă până la capăt în măsura în care nu adresează toți actorii implicați și este imperativ să fie demarate demersuri pentru angajarea în dialog a agenților din industriile producătoare de bunuri care se transformă prin utilizare în deșeuri.

Care este relevanța măsurii propuse, din perspectiva valorilor Guvernării Deschise?

Măsura armonizează mai multe standarde ale guvernării deschise:

a) Construiește pe baza unei strategii agreate și asumate de municipalitate, „Zero Waste”, punând în practică principiul co-creării proiectelor publice prin armonizarea demersurilor întreprinse de instituții și inputul cetățenilor;

b) Plasează puterea schimbării în mâinile cetățenilor, împuterniciți de instituțiile publice să dea curs unor comportamente responsabile (prin concursul cartierelor



conștientă, distribuirea recipientelor pentru colectarea selectivă și dotarea cartierului câștigător cu stații de colectare a uleiului uzat, de îmbrăcăminte și încălțăminte);

c) Permite evaluarea transparentă a impactului;

d) Aduce în dialog cetățenii și instituțiile publice, pentru dezvoltarea strategiei și a planului de activități a operatorului de salubritate, sporind responsabilitatea și transparența acestuia;

e) Angajează în dialog mai mulți agenți ai schimbării (cetățeni, instituții, cercetători și deschide dialogul pentru viitoarea angajare a actorilor din industrie în demersurile destinate să diminueze poluarea).

Informații suplimentare

Bugetul pentru achiziționarea recipientelor de colectare selectivă a deșeurilor și a sacilor personalizați este estimat la aproximativ 210.000 lei, în timp ce costurile pentru consultare și cercetare sunt estimate la aproximativ 100.000 lei pentru fiecare în parte. Proiectul se derulează în regim pilot, urmând ca din 2020, în funcție de rezultate, să fie extins pentru lărgirea bazinului de cartiere angrenate în practicile colectării selective a deșeurilor. Tot din 2020 rezultatele consultării publice vor fi integrate în planul de acțiune a operatorului de salubritate, iar cercetarea va servi avansării municipalității în procesul de implementare a strategiei „Zero Waste”.

Calendar de activități

Acțiuni	Calendar
→ Achiziția prin licitație publică a serviciilor pentru realizarea designului campaniei de comunicare și implementare (inclusiv organizarea de evenimente) → Achiziția prin licitație publică a recipientelor de apartament pentru colectarea selectivă a deșeurilor și a recuzitei pentru dotarea cartierului câștigător → Contractarea serviciilor de consultare → Încheierea protocolului de colaborare pentru cercetare sau contractarea serviciilor de cercetare	2019 - 2020



→ Derularea concursului și a campaniei de comunicare → Comunicarea rezultatelor, distribuirea recuzitei de apartament, instalarea recuzitei de cartier și, respectiv, derularea evenimentelor de scară și de cartier	
→ Monitorizarea impactului în cartierul câștigător → Derularea cercetării și comunicarea rezultatelor → Derularea consultării publice prin chestionar și interviuri semi-structurate, cu interpretarea rezultatelor și comunicarea lor → Armonizarea rezultatelor consultării cu planurile de activitate a operatorului de salubritate și comunicarea publică a rezoluțiilor	2020 - 2021

Coordonatorul proiectului

Viorica Bostan

Director Executiv Direcția Tehnică și Servicii Comunitare - Primăria Municipiului Iași

Email: administratie.urbana@primaria-iasi.ro

Telefon: +4.0232.267.582 (interior 262)

Cătălin Neculau

Director General SC Salubris SA Iași

Email: catalin.neculau@salubris.ro

Telefon: +4.0232.276.244



MĂSURA III

Design4Community - Mecanism de co-creare de soluții pentru probleme publice

Structura care o va implementa

Primăria Municipiului Iași - Biroul / Compartimentul / Personalul de Guvernare Deschisă

Alte organisme implicate:

Asociația CIVICA

Centrul pentru Inovare Publică

Reprezentanți ai mediului academic, privat și ai societății civile

Ce problemă publică adresează?

Lipsa unui mecanism de colaborare constant între administrația publică și societatea civilă (cetățeni, ONG, sector privat, mediul academic) atât în ceea ce privește identificarea, prioritizarea și soluționarea problemelor/proiectelor din comunitate, cât și în utilizarea expertizei/know-how-ului din societatea civilă pentru găsirea și dezvoltarea de soluții inteligente și inovative pentru creșterea calității vieții cetățenilor.

În acest context, în următorii ani, o provocare importantă pentru societate va fi identificarea unor modalități coerente de acțiune și de resurse pentru a sprijini guvernarea deschisă prin mecanisme instituționalizate care oferă claritate și predictibilitate prin standardizarea procesului de consultare publică.

Deși nu există încă studii concrete pentru măsurarea nivelului de colaborare dintre administrația publică locală și societatea civilă, lipsa unui mecanism de colaborare constant duce adesea la apariția unor probleme în înțelegerea și susținerea anumitor proiecte propuse de către administrația publică. Chiar dacă această necesitate este, în general, cunoscută, soluțiile concrete întârzie să apară.



Open
Government
Partnership

Care este măsura propusă?

Măsura presupune crearea **Design4Community**, care vizează dezvoltarea unui mecanism de participare publică ce presupune un proces colaborativ (administrație, mediu academic, mediu privat și societate civilă) de identificare, prioritzare și dezvoltare de soluții inovative și inteligente a unor probleme din comunitate.

Design4Community implică utilizarea metodologiei **design thinking** în etapa de identificare a soluțiilor la problemele prioritzate de comunitate. Măsura are un caracter transformativ și ambițios, care urmărește să schimbe paradigma de raportare dintre instituții și cetățeni pentru promovarea intereselor colective și identificarea celor mai potrivite soluții pentru diverse probleme ale comunității.

Design4Community este un **mecanism de co-creare permanent** care poate deveni, prin repetiție, o obișnuință a relației dintre administrație și cetățeni, care crește încrederea în instituții și asigură o implementare mai ușoară a soluțiilor găsite. De asemenea, este un proces scalabil contribuind semnificativ la implementarea standardelor guvernării deschise. Prin rezultatele sale, Design4Community poate deveni un exemplu de bună practică, atât pentru administrațiile din România, cât și pentru cele din întreaga lume.

Pentru implementarea mecanismului de participare publică Design4Community va fi dezvoltată o platformă online prin adaptarea instrumentului open-source Consul (Madrid).

Implementarea Design4Community, prin Biroul / Compartimentul / Personalul de guvernare deschisă din cadrul Primăriei Municipiului Iași, **implică următoarele etape:**

1. facilitarea procesului de înscriere și prioritzare a problemelor cetățenilor;
2. organizarea procesului de lucru pentru identificarea colaborativă a soluțiilor la problemele prioritzate de comunitate prin metodologia design thinking;
3. coordonarea procesului de consultare a comunității privind soluțiile dezvoltate colaborativ la problemele prioritzate de cetățeni;
4. monitorizarea implementării soluțiilor și evaluarea progresului.

În perioada 1 septembrie 2019 - 31 august 2021, mecanismul de co-creare Design4Community va fi implementat de minim patru ori, pentru patru probleme



distincte identificate și prioritizate de comunitate. Durată implementării celor patru etape ale mecanismului este de aproximativ cinci luni / problemă.

Cum va contribui măsura propusă la rezolvarea problemei?

Mecanismul Design4Community creează un canal de colaborare constantă între instituțiile publice locale și cetățeni, facilitează schimbul de / accesul la informații între instituții și cetățeni, oferă posibilitatea participării cetățenilor la identificarea problemelor și implementarea soluțiilor, responsabilizează instituțiile publice și cetățenii, utilizează know how-ul existent în comunitate, utilizează tehnologia pentru schimbul de idei/opinii/informații/comunicare ieftină, rapidă și directă între cetățeni și autorități.

Care este relevanța măsurii propuse, din perspectiva valorilor Guvernării Deschise?

Design4Community perenizează principiile de bază ale OGP, aducând cetățenii, specialiștii și actorii statului la aceeași masă pentru generarea inovativă a soluțiilor la problemele publice. Procesul de implementare facilitează monitorizarea progresului și îmbunătățirea soluției în timp real, iar mecanismul permite îmbunătățirea continuă a proceselor de prioritzare a problemelor publice și de rezolvare a acestora, contribuind la responsabilizarea și transparentizarea instituțiilor publice, precum și la asigurarea unui cadru constant, stabil și predictibil de colaborare activă între ieșeni și instituțiile statului.

Informații suplimentare

Bugetul este de circa 65.000 de euro.

Despre implementarea metodologiei design thinking în administrația publică:

<http://www.businessofgovernment.org/sites/default/files/Applying%20Design%20Thinking%20to%20Public%20Service%20Delivery.pdf>



Calendar de activități

Acțiuni	Calendar
→ Dezvoltarea unei platforme online prin adaptarea instrumentului open-source Consul (Madrid)	2019-2020
→ Implementarea mecanismului Design4Community (x4): ◆ Facilitarea procesului de înscriere și prioritzare a problemelor cetățenilor; ◆ Organizarea procesului de lucru pentru identificarea colaborativă a soluțiilor la problemele prioritizate de comunitate prin metodologia design thinking; ◆ Coordonarea procesului de consultare a comunității privind soluțiile dezvoltate colaborativ la problemele prioritizate de cetățeni; ◆ Monitorizarea implementării soluțiilor și evaluarea progresului.	2020-2021

Coordonatorul proiectului

Dan Postolea

Șef Biroul de Comunicare - Primăria Municipiului Iași

Email: dan.postolea@primaria-iasi.ro

Telefon: +4.0232.267.582 (interior 117)

