

ROMÂNIA
JUDEȚUL CLUJ
MUNICIPIUL CÂMPIA TURZII

Nr. 30.236 / 29.10.2021

Nesecret

APROBAT,
PRIMAR,
Dorin Nicolae LOJIGAN

*Strategia de comunicare și imagine
a Primăriei Municipiului Câmpia Turzii*



CUPRINS:

1. INTRODUCERE	3 - 4
2. METODOLOGIE DE LUCRU	4- 10
3. LEGISLAȚIE	10
4. ANALIZA SWOT	11 -12
5. OBIECTIVE	13
6. PLAN DE MĂSURI	14
7. CONCLUZII	15



1. INTRODUCERE

Caracterul public al Primăriei Municipiului Câmpia Turzii îndeamnă în mod fundamental aparatul administrației publice locale să creeze o strategie de comunicare deschisă, transparentă, adresată necesităților cetățenilor. În contextul administrativ actual în care componenta de transformare digitală reprezintă o viziune nouă în sectorul public, Primăria Municipiului Câmpia Turzii dorește să o transpună cât mai eficient cetățenilor municipiului.

În acest sens elaborăm *Strategia de comunicare și imagine a Primăriei Municipiului Câmpia Turzii*, în care dorim să îmbinăm o unitate cât mai coerentă între comunicarea internă și cea externă. Întreaga strategie de comunicare gravitează în jurul imaginii și identității instituției. Prin intermediul strategiei, canalele și instrumentele de comunicare folosite până în acest moment, vor fi reevaluate și îmbunătățite. De asemenea, strategia prezintă elemente de noutate în materie de obiective și evaluare permanentă în ceea ce privește comunicarea la nivel intern și extern.

Avantajele acesteia - precum eficacitate, transparentă, operativitate - duc la o productivitate mult mai ridicată a procesului de comunicare. Astfel, se dorește crearea unui cadru de comunicare atractiv și transparent, utilizând în acest sens toate canalele media disponibile: corespondență, e-mail, telefonie, publicații scrise, portaluri online, emisiuni televizate, rețele de socializare publice - pentru crearea unui climat de încredere reciprocă și informare a cetățenilor în timp util asupra aspectelor locale care îi vizează în mod direct. Implementarea direcțiilor strategice reliefate în *Strategia de comunicare și imagine a Primăriei Municipiului Câmpia Turzii* va beneficia de un sistem eficient de evaluare a efectelor comunicării pe toate palierele.

Conștientizarea necesității acestei măsuri de către conducerea publică locală, adaptarea continuă la cerințele cetățenilor, serviciile publice online de calitate, sigure și rapide, sunt doar câteva dintre elementele de viziune pe care Primăria Municipiului Câmpia dorește să le dezvolte.

Procesul de comunicare din cadrul instituției noastre cuprinde un ansamblu complex de obiective, instrumente și canale de transmitere a informației. De la Bugetul local de venituri și cheltuieli, la proiecte de hotărâre locală cu caracter normativ sau proiecte de investiții, până la răspunsuri adresate cererilor formulate în temei legal, Primăria Municipiului Câmpia Turzii incumbă, prin statusul său, o responsabilitate de comunicare.

2. METODOLOGIE DE LUCRU

Componentele strategiei de comunicare a Primăriei Municipiului Câmpia Turzii, sunt comunicarea: **externă și internă**. Strategia își propune să identifice și să dezvolte un mesaj coerent, specializat pe fiecare din componentele vizate - extern/intern.

Comunicarea externă

Comunicarea oficială a Primăriei Municipiului Câmpia Turzii este realizată prin intermediul site-ului oficial al instituției - www.campiaturzii.ro, pagina oficială de Facebook - <https://www.facebook.com/primaria.campiaturzii>, mijloacele media scrise și online. Fiecare serviciu din cadrul Primăriei are comunicare cu mediul extern, oferă răspunsuri scrise prin corespondență, verbal, telefonic. Datele de contact, precum și orarul de funcționare a instituției pot fi accesate la secțiune „**Contact**” pe site-ul Primăriei, www.campiaturzii.ro, iar informații despre structură se găsesc în **RI (Regulament Intern) și ROF (Regulamentul de Organizare și Funcționare), precum și în Organigramă**. Toate aceste elemente pot fi găsite pe site-ul instituției, la secțiunea: <https://campiaturzii.ro/legislatie-regulamente-si-strategii/>.

Elementele comunicării cu mediul extern:

A. Accesul cetățenilor la informație

În conformitate cu prevederile legale, Primăria Municipiului Câmpia Turzii publică DIN OFICIU, următoarele informații de interes public:

Acele normative care reglementează organizarea și funcționarea autorităților publice;

- Structura organizatorică, atribuțiile departamentelor instituției publice;
-
- Numele și prenumele persoanelor din conducerea Primăriei Municipiului Câmpia Turzii, precum și numele funcționarilor publici responsabili cu diseminarea informațiilor de interes public;
-
- Coordonatele de contact ale instituției publice;
-
- Programul audiențelor;
-
- Sursele de finanțare, bugetul și bilanțul contabil;
-
- Programele și strategiile instituției;
-
- Lista cuprinzând documentele de interes public;
-

- Lista cuprinzând categoriile de documente produse și/sau gestionate, potrivit legii;
-
- Modalitățile de contestare a deciziei autorității sau a instituției publice în situația în care persoana se consideră vătămată în privința dreptului de acces la informațiile de interes public solicitate.

De asemenea, orice persoană fizică sau juridică are posibilitatea de a solicita informații de interes public, din partea Primăriei Municipiului Câmpia Turzii, formulând o cerere în acest sens.

B. Participarea cetățenilor la procesul de luare a deciziile administrative locale

În conformitate cu Legea nr.52/2003, orice persoană interesată poate participa direct la lucrările ședințelor publice ale autorităților și instituțiilor publice care fac obiectul legii. Excepțiile de la aplicarea obligației de transparență sunt de strictă interpretare și aplicare.

Astfel, pentru aplicarea mecanismului de transparență a comunicării din oficiu a informațiilor de interes public, responsabilul desemnat realizează o serie de activități procedurale, după cum urmează:

- identifică tipurile de informații de interes public care trebuie comunicate din oficiu deținute de autoritate/instituție, întocmește lista cu documentele de interes public.

Informațiile deținute de instituție și supuse comunicării din oficiu conform prevederilor legale în vigoare, se regăsesc punctual pe www.campiaturzii.ro, astfel:

- <https://campiaturzii.ro/solicitarea-informatiilor-de-interes-public/>
- <https://campiaturzii.ro/buletin-informativ-al-informatiilor-de-interes-public/>
- <https://campiaturzii.ro/buget/>
- <https://campiaturzii.ro/bilanturi-contabile/>
- <https://campiaturzii.ro/achizitii-publice/>
- <https://campiaturzii.ro/urbanism/>
- <https://campiaturzii.ro/declaratii-de-avere-si-interese-2/>
- <https://campiaturzii.ro/portal/anunturi/transparenta-decizionala/>
- <https://campiaturzii.ro/sectiune-ruti-conform-sna/>
- <https://campiaturzii.ro/plan-de-integritate/>
- <https://campiaturzii.ro/organigrama-si-lista-functii-de-conducere/>
-

❏ <https://campiaturzii.ro/situatia-drepturilor-salariale-stabilite-potrivit-legii-si-alte-drepturi-prevazute-de-acte-normative/>

❏

❏

În plan extern ne dorim îmbunătățirea informării publice, asigurarea transparenței și transmiterea mesajelor sau a informațiilor de interes public în timp util, creșterea gradului de încredere a opiniei publice în aparatul administrativ al Primăriei Municipiului Câmpia Turzii, precum și o relaționare transparentă cu instituțiile mass -media, societatea civilă, ONG -uri, culte, etc.

❏

Comunicarea internă

Comunicarea internă - vizează relațiile profesionale dintre toți angajații Primăriei Municipiului Câmpia Turzii - atât funcționari publici cât și personal contractual.

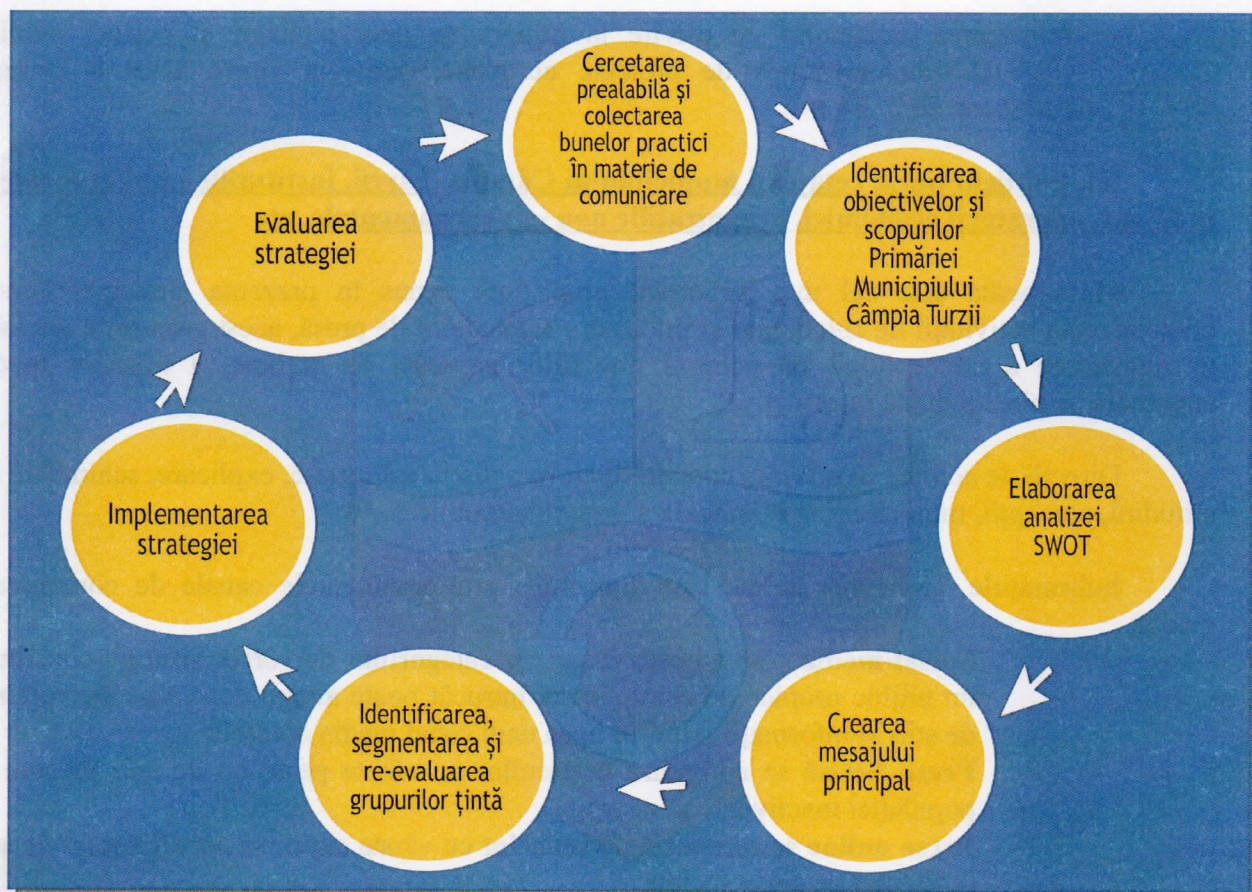
Comunicarea internă din cadrul instituției ajută actorii publici care funcționează în interiorul aparatului administrativ să își organizeze cu mai multă ușurință activitățile în vederea îndeplinirii atribuțiilor din fișa postului, precum și în luarea deciziilor, rezolvarea problemelor și proceselor de socializare. Pentru ca rolul acesteia să fie pe deplin îndeplinit, avem nevoie de creșterea gradului de colaborare între angajați, dezvoltarea unei culturi organizaționale solide, motivarea angajaților, consolidarea încrederii, crearea unei identități comune, implicare și dezvoltare personală.

Mixul de comunicare internă cuprinde atât canale de comunicare oficiale, cât și canale informale, gen, intranet, e-mail, întâlniri organizatorice, cât și briefing-uri ocazionale. În procesul de management, comunicarea internă joacă un rol preeminent, deoarece, în absența unei comunicări eficiente, nu va prospera nicio relație superioară-subordonată, iar angajamentul angajaților față de organizație depinde și de aceasta. Este transferul de informații între două părți, care poate avea loc, cu sau fără utilizarea cuvintelor.

Comunicarea internă funcționează pentru a stabili și disemina obiectivele instituției, elaborând planuri de realizare, organizând resursele într-un mod optim. Este un instrument administrativ care îi conduce și îi motivează pe angajați să pună tot ce este mai bun la locul de muncă.

Comunicarea internă ca mod de comunicare folosește spre informare note de serviciu, informări ale personalului, fax, notificări, procese verbale la ședințe, conferințe video, prezentări, seminarii, agende, manuale etc.

2.1 CĂI ȘI MIJLOACE DE COMUNICARE



I. Sursele de verificare a necesității publicării materialelor informative în presa scrisă, online, social media, radio și TV sunt: Legea 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public; Legea 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică; HG 123/2002 privind normele metodologice de aplicare a Legii 544/2001;

II. Obiectivele vizate:

- Participarea și implicarea cetățenilor în viața activă a comunității, luarea deciziilor și informarea acestora cu privire la atribuțiile Municipiului;
- Aducerea la cunoștința cetățenilor a modului de organizare și funcționare a serviciilor specializate ale primăriei;
- Cunoașterea și implicarea cetățenilor în acțiunile, activitățile și evenimentele inițiate de Primărie și Consiliul Local;
- Cunoașterea și respectarea actelor normative în vigoare;
- Cunoașterea și participarea la luarea deciziilor publice;
- Cunoașterea serviciilor oferite de societățile subordonate Consiliului Local;

- Reducerea fenomenului de fake-news;
- Informarea cetățenilor cu privire la importanța unor strategii și politici publice (PMUD, implementarea de proiecte europene, strategia Green Deal a Uniunii Europene etc).

III. Publicul țintă: cetățenii municipiului Câmpia Turzii, instituțiile publice locale și județene, operatorii economici, organizațiile non - guvernamentale, etc

Mass-media este cel mai important grup țintă expus în prezenta strategie. Pentru eficientizarea activității de colaborare și informare a canalelor de presă, acest grup-țintă necesită o segmentare a conceptului, pe palierul direcțiilor generale de acțiune, a tipurilor media angrenată pe piața publică informativă.

Direcții de acțiune în privința cooperării cu jurnaliștii: informare, explicare, schimbare de atitudini, percepții, motivare, conștientizare a mesajului public.

Informațiile de interes public sunt transmise prin următoarele canale de comunicare media:

- **Social-media** – se adresează tuturor categoriilor de vârstă, însă nu constituie un mijloc propice de comunicare, întrucât poate atrage după sine dezvoltarea de știri și informații false, în lipsa unui canal media credibil;
- **Presa Scrisă** se adresează cetățenilor cu vârsta peste 60 de ani, precum și populației inactive;
- **Presa online** se adresează persoanelor cu vârsta cuprinsă între 25 și 60 de ani, indiferent de clasa socială;
- **Radio** – la nivel local nu există post de radio care să difuzeze știri locale;
- **TV** – se adresează îndeosebi populației inactive.

IV. Materialele propuse pentru publicare: materiale informative, anunțuri, știri, comunicate de presă, comunicate de presă post eveniment, convocatoare de ședință a Consiliului Local, proiecte de hotărâri cu caracter normativ, afișe, invitații, acțiuni, activități, evenimente cultural-sportive.

Activități în relația cu mass-media:

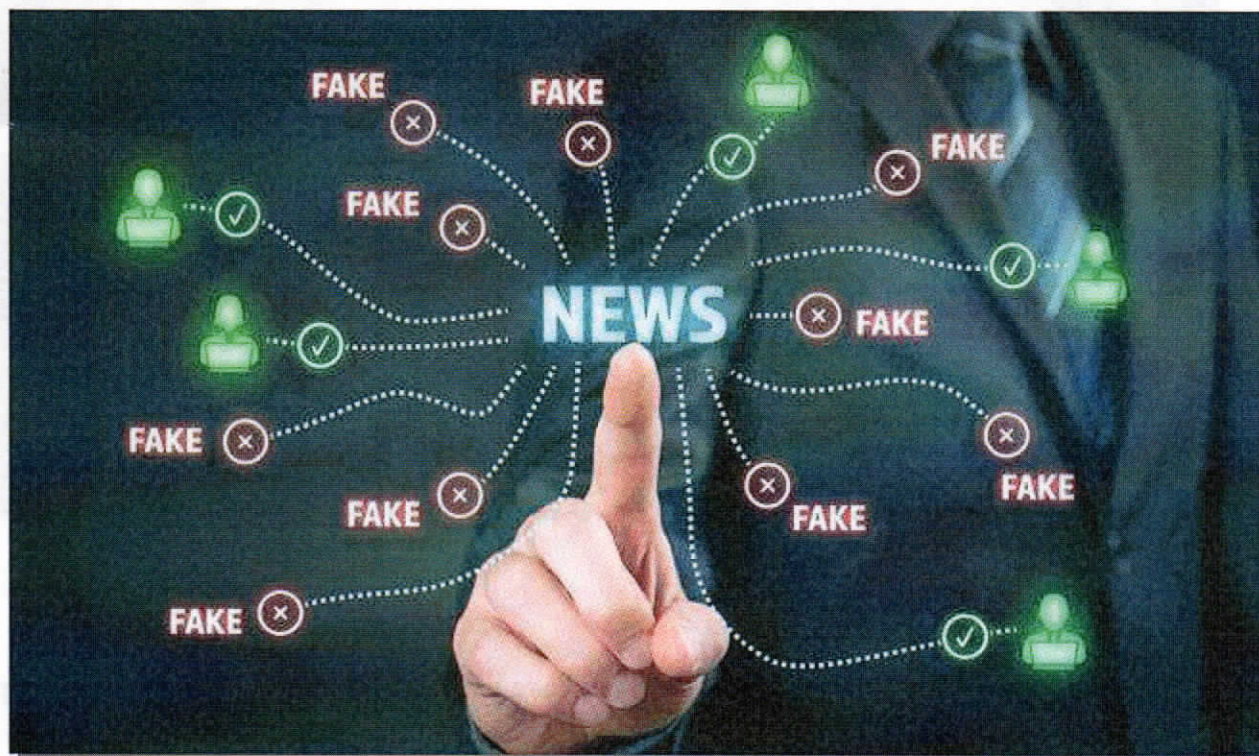
- **comunicate de presă** - cel mai eficient mijloc de informare în timp real a instituțiilor mass-media;
- **intervențiile de presă** - pot oferi intervenții punctuale pe anumite aspecte. Utilizate în mod audio sau video, sub formă de capturi, intervențiile se bucură de un important impact mediatic ;
- **interviurile** - pot furniza publicului larg informații de o mare acuratețe. Deoarece sunt expuse așa cum sunt exprimate, fără a mai trece prin filtrul editorial al jurnalistului;
- **conferințele de presă** - pot fi organizate în contextul unor crize instituționale sau de comunicare și au rolul de a informa opinia publică cu privire la activitatea Primăriei Municipiului Câmpia Turzii
- **precizări** - reprezintă reacțiile Primăriei Municipiului Câmpia Turzii cu rolul de a corecta o știre, informație sau de a aduce explicații suplimentare subiectului abordat de jurnaliști.

V. **Rățiunea publicării materialelor informative:** prin însăși natura sa, Municipiul Câmpia Turzii are rolul de a întreprinde cele mai potrivite măsuri pentru asigurarea bunăstării și a investițiilor publice necesare creșterii nivelului de trai. Pe de altă parte, pentru ca cetățenii să fie siguri că aceste măsuri sunt implementate, aceștia au nevoie de informări periodice, comunicate de presă, anunțuri și dezbateri publice. Transparența decizională în administrația publică este o condiție sine-qua-non pentru bunul mers al lucrurilor în administrația publică locală. La acestea se adaugă și necesitatea vizibilității pe plan local, regional, național, pentru atragerea de investitori, turiști și parteneri. Nu în ultimul rând, combaterea informațiilor false, a fake-news-ului, se realizează tot prin parteneri mass-media credibili, care diseminează atât informațiile provenite de la Primărie, cât și alte tipuri de informații.

De asemenea, prin diseminarea informațiilor în presă, populația Municipiului primește un nivel de educare non-formală, familiarizându-se cu termenii administrației publice, cu politicile aplicate la nivel local și cu necesitatea efectuării anumitor investiții precum și a pașilor care trebuie respectați în ceea ce privește investițiile publice (documentație prealabilă, studiu de fezabilitate, contract de finanțare, achiziție publică, implementarea fizică, etc).

2.2. FENOMENUL FAKE-NEWS

Înainte de a vorbi despre temeiul legal, care stă la baza politicilor de comunicare publică, vremurile actuale au adus cu sine un fenomen prezent în spațiul public și care poate leza, mai mult decât niciodată, ordinea socială sau credibilitatea entităților publice.



Vorbim, desigur, despre „fake-news” sau campaniile voite și deliberate de diseminare a unor informații false, care au rolul fie de a dezechilibra societățile, fie de a decredibiliza instituțiile unui stat.

Pentru a combate acest fenomen, ale cărui efecte nocive se văd inclusiv în campania de prevenire și vaccinare anti-COVID-19, este nevoie de o politică de comunicare flexibilă, care să se plieze pe realitatea din teren și care să răspundă întrebărilor (fie ele și ipotetice) emise de cetățeni. „Fake-news” se combate, cel mai ușor, printr-o comunicare rapidă, pe subiect, indiferent de presiunea pe care acel subiect o are față de instituție. O comunicare rapidă, eficientă și la subiect reduce, în mare proporție, capacitatea eventualilor detractori și formatori de opinie falsă de a inventa subiecte, de a genera știri false și de a decredibiliza instituția.

Primăria Municipiului Câmpia Turzii are peste 20 de ani de experiență în comunicare și relații publice, la care se adaugă o constantă și eficientă reconfigurare a priorităților și obiectivelor în comunicarea publică, elemente dobândite de-a lungul anilor și, în funcție de situația legislativă.



3. LEGISLAȚIE

Din punct de vedere legal, actul de comunicare externă în Primăria Municipiului Câmpia Turzii este guvernat de o serie de legi, special create în acest sens:

- ☑ Legea 57/2019 privind Codul Administrativ;
- ☑ Legea 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public;
- ☑ HG 123/2002 privind normele metodologice de aplicare a Legii 544/2001;
- ☑ Legea 52/2003 privind transparența în administrația publică;



4. ANALIZA SWOT A MUNICIPIULUI CÂMPIA TURZII PRIN PRISMA COMUNICĂRII

Strengths (Puncte tari)	Weaknesses (Puncte slabe)
<p><input type="checkbox"/> Experiența în Relații Publice și Comunicare; Publicarea curentă a materialelor de presă privind activitatea Primăriei; Colaborare cu entitățile de presă locale, județene, centrale cu optimizare în mediul online, media TV, presa scrisă, radio online, precum și prin intermediul paginii oficiale de facebook; Colaborarea instituției cu cetățenii în contextul digitalizării, prin rezolvarea solicitărilor depuse online în timp util și conforme legal; Pagină de socializare cu peste 5000 de aprecieri; Website performant, cu multiple modalități prin care cetățenii pot lua legătura cu Primăria;</p>	<p><input type="checkbox"/> Persoane insuficiente însărcinate cu relația cu mass-media; Resurse financiare reduse; Vârsta medie a publicului-țintă – (35-65 de ani); Neacoperirea palierului de vârstă 18-35 de ani;</p>

Opportunities (Oportunități)	Threats (Pericole)
<p>□ Dorința cetățenilor de a fi informați și consultați în legătură cu problemele care îi vizează direct;</p> <p>Organizarea mai multor conferințe de presă, pe diverse subiecte (conferințele pot fi desfășurate și online);</p> <p>Dezvoltarea unei sesiuni de întrebări și răspunsuri cu cetățenii;</p> <p>Posibilitatea obținerii de finanțări externe pentru realizarea activităților de informare și consultare a cetățenilor</p> <p>Dezvoltarea mai multor canale și mijloace de comunicare (Twitter, Telegram, TikTok, Instagram);</p> <p>Creșterea digitalizării instituției în contextul pandemic actual;</p> <p>Extinderea unui parteneriat cu ONG -urile din oraș;</p> <p>Cooperarea sistematică cu instituțiile mass-media.</p>	<p>□ Posibilitatea declanșării unor procese civile de către persoanele/entitățile care nu primesc răspuns la cererile întemeiate pe legea 544/2001;</p> <p>Posibilitatea dezvoltării de știri și informații cu aspect negativ de către entitățile mass-media locale cu care nu există colaborare;</p> <p>Riscul ca mesajul să nu ajungă la publicul țintă, în lipsa unor difuzori din rândul audiovizualului;</p> <p>Posibilitatea dezvoltării de fake-news;</p>

Explicația analizei SWOT:

În acest moment, Primăria Municipiului Câmpia Turzii are toate uneltele necesare dezvoltării unei politici de comunicare fermă și eficientă. O entitate publică a cărei comunicare nu se diversifică pe mai multe căi de comunicare este o entitate supusă riscului de a fi discreditată sau de a avea mesajul alterat de către multipli factori detractori, difuzori de știri false.

De asemenea, un aspect insuficient este cel legat de persoanele însărcinate cu comunicarea, atât cu mass-media, cât și cu aplicarea Legii 544/2001, privind liberal acces la informațiile de interes public. Un aspect care trebuie îmbunătățit este adresabilitatea mesajelor Primăriei către sectorul de vârstă 18-35 de ani. Analiza SWOT ca metodă de planificare strategică implică precizarea obiectivelor proiectelor administrative, precum și identificarea aspectelor cheie interne și externe (folosind diverse studii statistice) favorabile sau nefavorabile pentru atingerea obiectivelor.

În concluzie, aplicarea corectă a principiilor și instrumentelor de comunicare în administrația publică locală duce la rezultate notabile pe termen lung și la îmbunătățirea unor aspecte în folosul comunității.



5. OBIECTIVE

În vederea plierii capitolului „comunicare” pe nevoile societății actuale și a realității din teren, prin prezenta strategie propunem îndeplinirea unei serii de obiective, după cum urmează:

- Diversificarea căilor de comunicare pentru transmiterea mesajului către un număr cât mai mare de cetățeni;
- O primărie interactivă, prin implicarea cetățenilor în procesul de adoptare a deciziilor;
- O primărie deschisă și comunicativă, cu cât mai puține solicitări formulate pe 544/2001 fără răspuns;
- Combaterea „fake-news” printr-o politică de comunicare flexibilă și eficientă;
- Creșterea încrederii cetățenilor în actul administrației publice locale a Primăriei Municipiului Câmpia Turzii
- Creșterea gradului de informare a comunității privind etapele proiectelor europene active la nivelul instituției;
- Adaptarea și utilizarea instrumentelor specifice de informare și comunicare privind configurațiile organizaționale, mecanismele decizionale și caracteristicile instituției publice locale;
- Crearea unei atitudini favorabile despre organizație în cadrul comunității;
- Dezvoltarea unui comportament al comunității care să suscite interesul pentru documentare și acțiune în ceea ce privește activitățile Primăriei Municipiului Câmpia Turzii.



6. PLAN DE MĂSURI

Pentru îndeplinirea obiectivelor mai sus menționate este necesar a fi implementate următoarele măsuri:

- Organizarea de conferințe de presă cu o frecvență minimă de o conferință la trei luni pentru prezentarea stadiului proiectelor de dezvoltare, a stării orașului și a altor subiecte de interes public;
- Creșterea transparenței în actul administrativ prin organizarea de dezbateri publice cu toate persoanele interesate înainte de adoptarea unor proiecte precum Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană;
- Organizarea de sesiuni de întrebări și răspunsuri cu cetățenii: pe durata a o săptămână, cetățenii adresează întrebări către administrație. De exemplu, vinerea, domnul primar ar putea intra în direct cu cetățenii pe rețelele de socializare pentru a oferi răspunsuri la cele mai importante întrebări. Astfel, crește nivelul de satisfacție publică și deschiderea Primăriei față de cetățeni;
- Prezentarea, pe larg, a proiectelor de investiții ce urmează a fi realizate pe parcursul unui an bugetar – printr-un comunicat de presă la începutul anului;
- Scăderea numărului de solicitări pe Legea 544/2001 care nu primesc răspuns;
- Creșterea numărului de entități mass-media cu care se colaborează, pentru evitarea decredibilizării instituției și a proferării de știri false.

7. CONCLUZII

Orice ființă umană are o nevoie instinctivă de a comunica. O viață fără comunicare ar fi un șir nesfârșit de frustrări, deoarece nu am ști cum să ne exprimăm nevoile și nici cum să înțelegem care sunt nevoile celor din jur.

Astfel, în era modernă în care suntem atât de invadați de tehnologie, Primăria Municipiului Câmpia Turzii a creat **Strategia de comunicare și imagine a Primăriei Municipiului Câmpia Turzii**, instrument care se vrea a fi folosit atât în comunicarea externă, cât și în comunicarea internă a instituției, prin intermediul mijloacelor disponibile la nivel comunicațional.

Mesajul prin care autoritățile locale ale Primăriei Municipiului Câmpia Turzii dorește să atingă nivelul de informare al comunității este unul transparent, legal și eficient. De asemenea, dorim ca angajații Primăriei să ajungă la cele mai bune performanțe atât în mediul extern, cât și cel intern, aplicând atât la nivel personal, cât și organizațional, o comunicare eficientă în construcția legăturii dintre cetățean - funcționar public.

În acest mod putem să construim relații de durată, relații care pot deschide uși spre diferite oportunități intra și inter instituționale.

Modul în care se desfășoară procesul de comunicare organizațional influențează nu numai eficiența cu care noi transmitem mesajul, ci și concepția modernă a acestuia. Reacția interlocutorilor în urma procesului de comunicare ne ajută să efectuăm acțiuni concrete și să amplificăm puterea actorului în relațiile sociale.

Diseminarea informațiilor prin canalele proprii de informare, precum și colaborarea cu mass-media, ne oferă satisfacția că la nivelul instituției noastre managementul comunicării este bine pus la punct și că fiecare angajat al Primăriei Municipiului Câmpia Turzii se străduiește să facă parte din procesul de comunicare.

În cadrul activității de relații publice, desfășurată în instituția noastră, mesajul transmis opiniei publice reprezintă cel mai important pilon al comunicării. Unul din scopurile secundare ale prezentei strategii este de a facilita transmiterea și înțelegerea mesajului instituțional de către publicul larg, jurnaliști, actori implicați în procesul comunicațional. Pentru acest lucru, am luat în considerare instrumentul de formatare al mesajului, prin care se urmărește transmiterea unui mesaj unic ce înglobează toate palierele descrise în analiza SWOT.

Astfel, în **Strategia de comunicare și imagine a Primăriei Municipiului Câmpia Turzii**, am inserat o bază a mesajului formatat, cu viziune și apartenență proprie, care va conferi pe viitor puncte reper în comunicarea de bază a instituției, dar și un suflu modern în ceea ce privește nivelul de comunicare în instituțiile publice de viitor.

Primăria Municipiului Câmpia Turzii



Câmpia Turzii, strada Laminoriștilor, nr. 2, județul Cluj, telefon: 0264 - 368002
Responsabil media: Cristina Tudor - Consilier superior Serviciul Informare și Relații Publice
Telefon: 0264 - 368002, interior 155
Email: pr.primaria@campiaturzii.ro

ȘEF SERVICIU INFORMARE ȘI RELAȚII PUBLICE
Angela Mihaela POP

Întocmit: Cristina TUDOR - Consilier superior - Serviciul Informare și Relații Publice
2 ex.