

# Litoral curat 2008



## Raport narativ

## Cuprins

CUPRINS.....	2
CADRUL PROIECTULUI.....	3
ACTIVITĂȚI PREGĂTITOARE .....	4
o Întâlniri și comunicare cu Direcția Apelor Dobrogea Litoral .....	4
ACTIVITATEA 1. SEMINAR ÎNTÂLNIRE DE PREGĂTIRE A CAMPANIEI „LITORAL CURAT” ..	4
ACTIVITATEA 2 - SEMNAREA CONTRACTELOR DE COMODAT CU OPERATORII DE PLAJĂ ȘI DISTRIBUIREA MODULELOR .....	5
ACTIVITATEA 3 – CARAVANA “LITORAL CURAT” .....	5
CONCURSURI RADIO .....	7
ACTIVITATEA 4 – COMPETIȚIA PENTRU OPERATORII DE PLAJE: « PLAJA MEA E MAI CURATĂ !» .....	7
Rezultatele monitorizării.....	8
ACTIVITATEA 5 – EVALUAREA CAMPANIEI PRIN CHESTIONAREA TURIȘTILOR.....	9
ACTIVITATEA 6 – REALIZAREA UNUI SITE AL PROIECTULUI.....	9
ACTIVITATEA 7 – PLANIFICAREA STRATEGICĂ A DEZVOLTĂRII PROIECTULUI PENTRU ANII URMĂTORI .....	10
ACTIVITATEA 8 – EVALUAREA CANTITĂȚILOR DE DEȘEURI COLECTATE .....	11
ACTIVITATE SUPLIMENTARĂ – EXCURSIE DE MOTIVARE A VOLUNTARILOR IMPLICAȚI ÎN PROIECT .....	11
ACTIVITATE SUPLIMENTARĂ – DOCUMENTARE MASS-MEDIA.....	11
CONCLUZII GENERALE.....	12
ANEXE	
RAPORT FINANCIAR	

## **Cadrul proiectului**

Proiectul de față reprezintă o continuare a celor din 2005, 2006 și 2007, dorind să extindă activitățile de colectare selectivă a deșeurilor de pe litoralul românesc în paralel cu acțiunile de conștientizare și educare a publicului cu privire la reciclarea materialelor recuperabile.

Grupul țintă al proiectului este constituit din turiștii români aflați pe litoral în sezonul estival 2008, operatorii de plaje, locuitorii din zona costieră românească, agenții economici implicați în procesul de salubritate și colectare a materialelor reciclabile și administrația locală. Activitățile vizează întregul litoral cuprins între Năvodari și Vama Veche.

Activitățile care susțin proiectul și anul acesta sunt:

- caravana „Litoral Curat”;
- monitorizarea calității plajelor;
- chestionarea turiștilor cu privire la calitatea plajelor românești și la impactul proiectului

**Obiectivul general al proiectului a fost diminuarea cantităților de deșuri de pe plaje în timpul sezonului estival.** Obiectivele specifice au fost:

- Creșterea gradului de conștientizare a utilizatorilor de plaje (turiști, operatori de plaje, locuitori din zona costieră, agenți de salubritate, autorități locale) cu privire la păstrarea curățeniei plajelor;
- Creșterea gradului de inițiativă civică a turiștilor și locuitorilor din localitățile din zona costieră cu privire la colectarea selectivă a deșeurilor și reciclarea materialelor.

## **Parteneri:**

Administrația Națională “Apele Române” – Direcția Apelor Dobrogea Litoral  
Vodafone Romania

## **Perioadă de desfășurare:**

1 iunie – 31 octombrie 2008

## Activități pregătitoare

- **Întâlniri și comunicare cu Direcția Apelor Dobrogea Litoral**  
1 iunie <> 15 iunie

În această perioadă au avut loc întâlniri cu reprezentanții Direcției Naționale “Apele Române” – Direcția Apelor Dobrogea Litoral în care au fost discutate aspecte privind oportunitatea continuării campaniei “Litoral curat”, precum și asupra modului în care a fost structurat proiectul. De asemenea, am încercat să aflăm noua situație a concesiunii litoralului. În anul 2008 au mai fost incluși pe lista concesiunilor 5 firme.

### Concluzii:

- La finalul sezonului plajele au fost trecute din administrarea Apelor Române în administrarea consiliilor locale, decizie respinsă de președinte, lăsând astfel un statut incert.

### Soluții propuse:

- O întâlnire în anul viitor de promovare a colectării selective pe plajă și de informare a noilor administratori

## Activitatea 1. Seminar Întâlnire de pregătire a campaniei „Litoral Curat”

Data de implementare a activității: 1 iulie și 10 iulie

Au fost organizate două astfel de întâlniri: una pentru operatorii de plaja ce administrează sectoare cuprinse între Eforie și Năvodari și una pentru cei din sudul litoralului (Eforie – Vama Veche). La ambele întâlniri au fost invitați și reprezentanți ai Apelor Române, Consiliilor locale, ai Agenției de Protecție a Mediului, respectiv Garda de Mediu.

### Concluzii

- Interesul agenților economici a fost însă deosebit de scăzut, participarea lor fiind aproape inexistentă. Motivația partenerilor noștri a fost intensitatea pregătirilor pentru sezon.
- Prima întâlnire a pus bazele unei colaborări de durată cu Asociația Litoral care cuprinde mai mulți agenți economici ce își desfășoară activitatea pe litoral.

### Soluții

- Schimbarea abordării pentru sezonul 2009
- Consolidarea parteneriatului cu Asociația Litoral și încercarea de a atrage noi firme care să își dezvolte propriul sistem intern de colectare selectivă a deșeurilor. Primul partener important în acest sens este Aeroportul Mihail Kogălniceanu.

## **Activitatea 2 - Semnarea contractelor de comodat cu operatorii de plajă și distribuirea modulelor**

Perioada de implementare: 10 iunie <> 10 iulie

Contractele de colaborare cu operatorii de plajă au fost încheiate începând cu data de 10 iunie 2008. Distribuția modulelor s-a produs în două etape:

- Modulele existente la vechii operatori de plaje au fost preluate de către noii operatori.
- Plăcuțele deteriorate au fost înlocuite cu altele noi.

În total au fost încheiate 23 contracte, însumând 487 module de coșuri.

### **Concluzii:**

- Apreciere din ce în ce mai scăzută a acestui sprijin oferit de existența proiectului, operatorii de plajă considerând un drept primirea și utilizarea modulelor.
- Atenție scăzută, în majoritatea cazurilor, pentru păstrarea în bune condiții a modulelor și plăcuțelor.

### **Soluții propuse:**

- Retragerea modulelor și reamplasarea lor în școli, alături de o campanie de conștientizare
- Monitorizarea în următorul sezon a respectării legislației cu privire la numărul coșurilor amplasate pe suprafața de plajă

## **Activitatea 3 – Caravana “Litoral curat”**

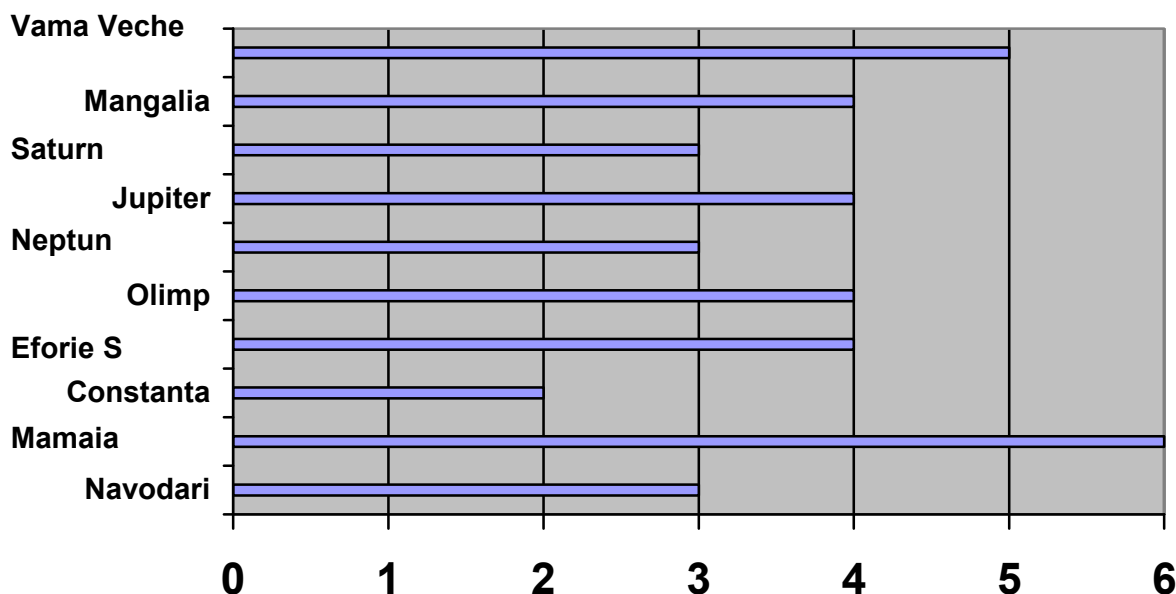
Intervalul de implementare a activității: 20 iunie <> 1 septembrie

Caravana „Litoral Curat” a funcționat la fiecare final de săptămână.

Locațiile de campanie unde voluntarii Mare Nostrum au desfășurat activități de conștientizare sunt plajele din:

- Năvodari – 3;
- Mamaia – 6;
- Constanța – 2;
- Eforie Sud – 4;
- Olimp – 4;
- Neptun – 3;
- Jupiter – 4;
- Saturn – 3;
- Mangalia – 4;
- Vama Veche – 5.

## Prezente pe litoral



Activitatea pe plajă a constat într-o campanie de informare/conștientizare pentru turiști, localnici și operatori de plajă cu privire la păstrarea curățeniei pe litoral și la colectarea selectivă a materialelor recuperabile.

Activitatea a fost derulată în intervalul orar 09:00 – 13:00.

Pentru fiecare zi de campanie, în medie 9 voluntari au distribuit către persoanele de pe plajă flyere informaționale, iar către operatorii de plajă și ceilalți agenți economici din vecinătatea plajei au fost distribuite postere. Au fost distribuite în total:

- 5.000 de flyere;
- 1.000 postere.

Au fost organizate 130 de concursuri cu premii Vodafone pentru persoanele de pe plajă cu rolul de a anima atmosfera și de a induce publicului obișnuința de arunca selectiv gunoiul în funcție de categoriile de materiale reciclabile (hârtie și plastic).

Concursurile au fost împărțite în două categorii:

- **Concurs pe plajă cu tematică ecologistă.** Animatorii au lansat concursuri cu întrebări referitoare la informațiile cuprinse în fluturaș, în general informații referitoare la beneficiile acestui proces. Câștigătorii au fost desemnați în funcție de răspunsurile corecte și au fost premiați cu produse promoționale ale campaniei (tricouri, șepci, coolere, rucsaci, borsete etc);
- **Concurs „Am nimerit”, adresat în principal adulților și care a urmărit mobilizarea publicului aflat pe plajă pentru a depozita selectiv deșeurile.** Fiecare turist care era „prins” ca nimerea coșul corespunzător la aruncarea gunoiului era premiat și felicitat pentru gestul de normalitate.  
**În cadrul acestor activități au fost implicați un număr de 68 voluntari.**

## Concursuri radio

Au fost desfășurate două serii de concursuri după cum urmează:

- O serie la posturile Radio Constanța – Radio Vacanța. S-au desfășurat 44 de concursuri, difuzate de 4 ori pe săptămână, în perioada 3 iulie – 15 septembrie, în cadrul proiectului “Litoral curat”. Ascultătorii care au răspuns corect la întrebările cu tematică ecologistă au putut câștiga premii constând în:
  - a. seturi de tricou și șapcă cu tema proiectului “Litoral curat”;
  - b. borseta, rucsac sau cooler.
- O serie la postul Radio Mangalia. S-au desfășurat 24 de concursuri, difuzate de 4 ori pe săptămână, în perioada 21 iulie – 15 septembrie, concursuri în cadrul proiectului “Litoral curat”. Ascultătorii care au răspuns corect la întrebările cu tematică ecologistă au putut câștiga premii constând în:
  - c. seturi de tricou și șapcă cu tema proiectului “Litoral curat”;
  - d. borseta, rucsac sau cooler.

## Activitatea 4 – Competiția pentru operatorii de plaje: « Plaja mea e mai curată ! »

Intervalul de implementare a activității: 17 iulie <> 2 septembrie 2008

Activitatea s-a bazat pe acțiuni săptămânale de inspecție a plajelor, precum și de monitorizare a schimbărilor apărute între două treceri prin același loc. Fișele de observație completate de către voluntari instruiți au urmărit colectarea de date despre:

- Gradul de umplere și administrarea coșurilor pentru deșuri aflate pe plajă
- Prezența/absența materialului algal pe malul mării (în cordoane continue sau discontinue)
- Prezența animalelor comunitare pe plajă
- Prezența vânzătorilor ambulanți
- Funcționalitatea toaletelor ecologice
- Funcționalitatea dușurilor de pe plajă

- Alte aspecte identificate de către parteneri.

Litoralul turistic a fost împărțit în 24 de sectoare, care au fost monitorizate fiecare la două săptămâni.

### **Rezultatele monitorizării**

În urma monitorizării plajelor, au fost identificate următoarele aspecte:

- Toate sectoarele monitorizate se caracterizează printr-un grad relativ satisfăcător de curățenie;
- Pe același sector de plajă, gradul de curățenie variază de la o trecere la alta;
- Numărul de beach-baruri construite este ceva mai mic decât anul trecut, iar distanța dintre ele este de cel puțin 300m;
- Sectoarele concesionate dețin un număr foarte mare de șezlonguri, amplasate unul lângă altul. Adeseori acest mod de dispunere a șezlongurilor a blocat accesul turiștilor spre mare; același aspect a fost semnalat și în vara anului 2007, dar nu au fost luate măsuri pentru îmbunătățirea situației;
- Coșurile pentru gunoi au fost amplasate într-un număr total insuficient, raportat la aflulul de turiști, la fiecare trecere a voluntarilor raportându-se deversări ale acestora;
- În general, nu se campează pe plaje, singurele excepții înregistrându-se la 2 Mai și Vama Veche;
- O altă problemă semnalată a fost numărul insuficient de posturi de salvamar, raportat la suprafața de plajă acoperită de un salvamar;
- Există toalete publice, dar majoritatea sunt contra cost, la terasele din vecinătatea plajelor. Există și toalete ecologice, dar acestea sunt rare.

La monitorizările de plajă de pe parcursul lunilor iulie și august au participat un număr de 52 de voluntari din partea Mare Nostrum, rezultatele grafice putând fi analizate în *Anexa 1*.

În urma monitorizării stării plajelor, ONG Mare Nostrum a distribuit operatorilor de plajă bannere cu un număr de steluțe de mare echivalent cu calificativul obținut de plaja respectivă. Am alcătuit un clasament cu sectoarele de plajă, din care aici prezentăm extremitățile:

Calificativ	Prima acordare (07.08)	A doua acordare (22.08)	A treia acordare (08.09)
*****		Olimp (Belvedere)	Olimp (Belvedere)
****	Mamaia Centru	Mangalia Sud	Mangalia Sud
****	Saturn (Diana)	Saturn (Diana)	Saturn (Diana)
****	Între Eforii	Între Eforii	Mamaia Nord
**	Eforie Nord	Eforie Nord	Eforie Nord
**	Eforie Sud	Eforie Sud	Eforie Sud
**	Cap Aurora	Venus Nord	Cap Aurora
**	Venus Nord		Venus Nord
**			Mamaia Sud

## **Activitatea 5 – Evaluarea campaniei prin chestionarea turiștilor**

Intervalul de implementare: iulie – august 2008

Pentru evaluarea feed-back-ului și a impactului campaniei în rândul turiștilor a fost aplicat un chestionar cu susținerea voluntarilor Mare Nostrum. Modelul de chestionar se găsește în *Anexa 2*.

Chestionarul a urmărit impactul campaniei de conștientizare în rândul turiștilor și/sau localnicilor prezenți pe sectoarele de plajă unde s-a derulat campania.

Chestionarele au fost aplicate în perioada 20 iulie – 17 august 2008 turiștilor și localnicilor aflați pe plajă. Chestionarea s-a realizat la finalul celor 4 ore de activitate astfel încât respondenții să fie luat parte sau să fi observat desfășurarea și mesajul acțiunii noastre.

Chestionarele au fost aplicate turiștilor și localnicilor aflați pe plajele din Constanța, Mamaia, Olimp și Năvodari. În total au fost aplicate 60 de chestionare. Graficele reieșite din centralizarea lor sunt prezentate în *Anexa 3*.

Din centralizarea și interpretarea rezultatelor a reieșit că această campanie este bine primită (62%), iar identificarea actorilor înclină în favoarea Vodafone datorită echipamentului voluntarilor și a materialelor distribuite (Vodafone – 55%, Mare Nostrum – 12%, Vodafone și Mare Nostrum – 8%). De asemenea, majoritatea repondenților sunt satisfăcuți de gradul înalt de implicare a publicului din partea animatorilor ONG Mare Nostrum de pe plajă (64%), dar numai jumătate dintre ei (47%) consideră că lumea respectă indicațiile de pe containere.

## **Activitatea 6 – Realizarea unui site al proiectului**

Intervalul de implementare: luna august 2008

Website-ul a fost realizat și postat la adresa <http://litoralcurat.marenostrum.ro>. Acesta a fost lansat oficial în luna octombrie, urmând a fi îmbunătățit și actualizat pe viitor astfel încât să permită înscrierea firmelor în rețeaua celor care colectează selectiv. Practic platforma va oferi o posibilitate ca fircare firmă să își înscrie firma în această rețea și să raporteze lunar/trimestrial progresele înregistrate în ceea ce privește colectarea selectivă a deșeurilor.

Site-ul prezintă proiectul Litoral Curat, rezultatele obținute, partenerii și rețeaua reciclătorilor. Cei care doresc să ne transmită mesaje, să se înscrie sau să comenteze activitățile noastre sunt invitate să o facă prin formularul de contact.

### **Concluzii**

- Site-ul reprezintă numeroase posibilități de dezvoltare și îmbunătățire putând fi actualizat cu fiecare acțiune nouă dedicată colectării selective

### **Soluții**

- În perioada următoare va fi promovat printr-o serie de comunicate de presă și îmbunătățit cu formularul de înscriere în rețea și de raportare a progreselor.

## **Activitatea 7 – Planificarea strategică a dezvoltării proiectului pentru anii următori**

Intervalul de implementare: luna septembrie-octombrie 2008

Prin analiza de ansamblu a evoluției proiectului în ultimii ani și printr-o documentare a altor exemple de campanii pe plajă din alte țări a fost conturată o nouă propunere de proiect Litoral Curat.

Schimbarea administratorilor de plajă, încetinește dezvoltarea strategică a acestui proiect. Cel mai probabil că o bună parte din contractele de concesiune vor fi reziliate și procesul de licitație va fi reluat. În acest context vom avea noi parteneri de discuție, care cunosc acest proiect doar din exterior.

Propunerea Mare Nostrum pentru anul următor însoțește acest raport, iar aici vom include doar câteva concluzii ale acestei propuneri.

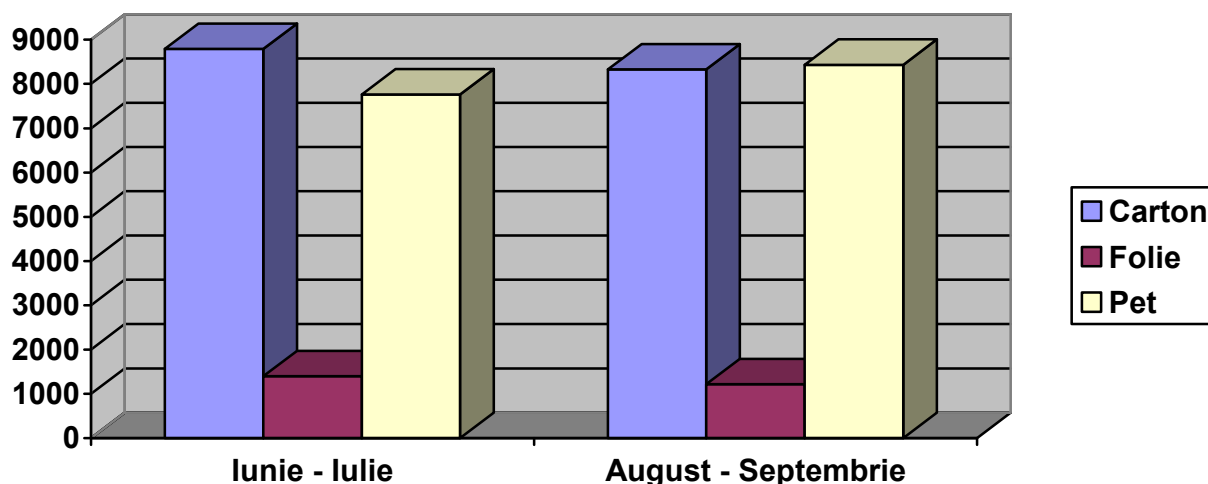
### **Concluzii și Soluții**

- Containerele de colectare selectivă vor fi retrase de pe plajă, anunțând public că obligativitatea asigurării acestei infrastructuri aparține operatorilor de plajă
- Monitorizarea pentru sezonul 2009 a modului în care operatorii de plajă își respectă obligațiile contractuale de administrare a sectorului de plajă – calitatea de dog watch a organizației
- Axarea campaniei de conștientizare asupra unui deșeu omniprezent pe plaje, aflat de altfel în cele mai mari cantități: mucerile de țigări
- Sprijinirea celor mai bune sectoare de plajă să obțină distincția Blue Flag
- Acțiuni de colectare selectivă, stimulative, directe

## Activitatea 8 – Evaluarea cantităților de deșuri colectate

Intervalul de implementare a activității: 1 august – 25 septembrie 2008

Intervalele de timp de referință pentru analiza deșeurilor colectate cu ajutorul acestor module sunt iunie-iulie, respectiv august-septembrie. Cantitățile de deșuri au fost raportate fie de către operatorii de plajă, fie de către firmele de preluare a materialelor recuperabile. În urma centralizării datelor primite, rezultă că s-au colectat 17.949 kg deșuri în lunile iunie și iulie, respectiv 17.947 kg în lunile august și septembrie 2008, pe categoriile Hârtie-carton, folie plastic, PET. Cantitatea totală de deșuri rezultată a fost de 35.923 kg.



În afara acestor categorii, operatorii de plajă au mai raportat colectarea și predarea cantităților de 2.500 kg doze aluminiu, respectiv 370 kg sticlă.

### Activitate suplimentară – excursie de motivare a voluntarilor implicați în proiect

Activitatea s-a derulat pe data de 30 august 2008 și a constat într-o reuniune a voluntarilor implicați în proiectul “Litoral curat”, într-un mediu degajat, pe plaja unuia dintre operatorii participanți la acest proiect, în Eforie Sud. S-au derulat activități recreative.

### Activitate suplimentară – Documentare mass-media

Intervalul de implementare a activității: 15 iunie – 25 septembrie 2008

Pentru o mai bună coordonare a activităților derulate în cadrul campaniei „Litoral Curat 2008”, voluntarii organizației Mare Nostrum au răsfoit ziarele locale și naționale, în căutarea articolelor referitoare la condițiile de pe litoral. O selecție a acestora se găsește în Anexa 4.

## **Reflectare în mass-media**

Campania din acest an a fost suficient de bine reflectată în mass-media locală și națională. Astfel, în *Anexa 5* se găsesc câteva dintre articolele scrise pe tema proiectului „Litoral curat 2008”.

## **Concluzii generale**

1. Campania a fost bine primită și în al patrulea său an de existență, din conversațiile purtate de voluntari cu turiștii reieșind satisfacția acestora în legătură cu o astfel de campanie;
2. Atitudinea operatorilor de plajă față de turiști este în continuare agresivă (multe șezlonguri și umbreluțe), deși noi am militat pentru respect acordat turiștilor;
3. Situația incertă a sectoarelor de plajă la finalul sezonului estival 2008 fac inutile încercările noastre de a purta un dialog cu principalii actori ai activității turistice pentru crearea de direcții de acțiune pentru 2009

Per ansamblu, apreciem că anul acesta campania a avut un impact mai mare decât în anii trecuți, dar că succesul său depinde în continuare de gradul de implicare al turiștilor de pe plajă, dar și al agenților economici parteneri la proiect.