

CAMPANIA „PROTEJEAZĂ-ȚI LOCUINȚA ȘI AFACEREA! TRĂIEȘTE ÎN SIGURANȚĂ!” – EFORT CONJUGAT ÎN SLUJBA CETĂȚEANULUI

Comisar șef de poliție ȘIPOȘ HELEN

Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității – Inspectoratul General al Poliției Române

Prevenirea infracțiunilor contra patrimoniului a fost o prioritate de acțiune a Poliției Române și în decursul anului 2016. Campania „**Protejează-ți locuința și afacerea! Trăiește în siguranță!**” este rezultatul parteneriatului Poliției cu societatea civilă, reprezentată de Asociația Română pentru Tehnică de Securitate, în cadrul eforturilor conjugate pentru siguranța cetățeanului.

Scopul campaniei naționale a fost informarea populației cu privire la modalități de prevenire a furturilor din locuințe și societăți comerciale.

Domeniile abordate au un aport important la evoluția statistică a acestor fapte, dar și un impact deosebit asupra percepției populației cu privire la siguranța personală. De asemenea, acestea fac, în mod constant, obiectul intervențiilor preventive inițiate de Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității (direcție de profil în cadrul Inspectoratului General al Poliției Române) și de structurile teritoriale de profil, întrucât furturile au cea mai mare pondere în cadrul infracțiunilor contra patrimoniului (aproximativ 75% în 2015), iar din studiile efectuate la nivelul Institutului a reieșit faptul că populația este interesată să primească recomandări cu privire la protejarea bunurilor și la siguranța personală.

Un aspect important al alegerii perioadei de derulare a campaniei a constat în aprecierea utilității informării antivictimale a populației în perioada premergătoare sărbătorilor de iarnă. S-a avut în vedere faptul că absența din locuință pentru un timp mai îndelungat, pe fondul relaxării generate de vacanță și a atmosferei de sărbătoare și, implicit, a tratării cu superficialitate

a măsurilor de autoprotecție, poate înlesni acțiunile infractorilor.

Pe de altă parte, și în cazul furturilor din societăți comerciale, această perioadă a anului este una de creștere a factorilor de risc, pe fondul vânzărilor mai mari pe care le înregistrează agenții economici.

Conceptul a vizat prezentarea utilității sistemelor tehnice de protejare a locuințelor și sediilor/punctelor de lucru ale societăților comerciale, ca modalități eficiente de prevenire a furturilor, dar și promovarea măsurilor elementare de autoprotecție.

Campania a fost orientată către două grupuri țintă - primul constituit din posesorii de locuințe în mediul urban, dar și case de vacanță în mediul rural, iar cel de-al doilea reprezentat de administratorii de societăți comerciale. Mesajele preventive au fost transmise acestora prin intermediul principalelor mijloace de informare și în cadrul unor întâlniri directe.

Campania a beneficiat, ca materiale de suport, de 12.000 broșuri, 10.000 afișe și a fost implementată la nivel național, în perioada octombrie-decembrie 2016. Totodată, a fost realizat un film de scurt metraj, cu caracter informativ, în scopul de fi utilizat pentru a aduce la cunoștința publicului țintă cele mai uzuale tipuri de sisteme tehnice de securitate.

Evaluarea activităților campaniei a relevat următoarele rezultate: numărul total de întâlniri și acțiuni organizate în locuri publice s-a ridicat la **2352** ocazie cu care au fost distribuite **21.000** materiale informativ-preventive ai căror beneficiari direcți au fost peste **75.000** persoane.