

AQUAȘTIRI

PUBLICAȚIE EDITATĂ DE AQUATIM S.A.

ANUL 5 / NR. 2 (42)
TIRAJ: 1000 DE EXEMPLARE

FEBRUARIE 2013

DE CE NU TREBUIE SĂ NE SPERIE CLORUL DIN APĂ

Problemele repetate de calitate ale apei din Ghiroda, apă din surse de adâncime, au determinat conectarea comunei la sistemul de alimentare cu apă al Timișoarei.

După punerea în exploatare, la începutul anului, a unei conducte de 2 km, care alimentează Ghiroda cu apă „de Timișoara”, mai mulți locuitori ai comunei s-au adresat societății Aquatim, îngrijorați de gustul de clor sesizat în apa potabilă.

Apa potabilă furnizată celor 4.000 de locuitori din Ghiroda este sigură și, ca dovadă, stau sutele de teste care se fac zilnic în laboratorul societății, teste de urmărire a calității apei. Mai mult, parametrii principali de calitate ai serviciului, presiunea și debitul, sunt monitorizați automat, la intrarea în localitate, prin senzori montați pe conducta principală.

Dar pentru că una din întrebările frecvente ale clienților se referă la gustul de clor, prezentăm, încă o dată, explicațiile necesare.

Probabil cea mai mare responsabilitate a unei companii de apă este siguranța consumatorilor. Apa de băut, folosită la gătit sau pentru igiena



personală, nu trebuie să conțină niciun agent patogen pentru om. Una din soluțiile utilizate, cu succes, pentru menținerea calității corespunzătoare a apei pe traseu este dezinfecția apei cu clor.

Katalin Bodor, șefa Secției Apă, care răspunde de activitatea stațiilor de tratare din Timișoara explică de ce nu trebuie să ne sperie clorul din apa de la robinet: „În România, deci și în Timișoara, normele prevăd o concentrație a clorului liber în apă de 0,5 mg/l. Ghidul Organizației Mondiale a Sănătății pentru calitatea apei potabile declară o concentrație de 10 ori mai mare a clorului în apă, de 5 mg/l ca neavând niciun risc semnificativ pentru sănătate, în cazul consumului pe toată durata vieții.”

Clorul este un element de siguranță, iar furnizorul de apă este obligat să asigure prezența clorului rezidual liber în apă, în orice punct al rețelei de distribuție. Aquatim monitorizează strict calitatea apei în rețeaua de distribuție și încadrarea acestuia în normele legale. Rezultatele analizelor pentru apa potabilă din rețeaua Timișoarei sunt publicate lunar pe site-ul societății.

Loredana LEORDEAN

AQUADEMICA ÎȘI EXTINDE DOMENIUL DE ACTIVITATE PRIMĂRIILE DIN TIMIȘOARA ȘI MÜNCHEN SEMNEAZĂ UN NOU PARTENERIAT

La începutul lunii februarie, la Primăria Timișoara s-a semnat un acord de colaborare între municipalitatea timișoreană, primăria orașului München, Fundația Aquadematica și Întreprinderea de management a deșeurilor München (AWM). Documentul a fost semnat de primarii Nicolae Robu și Hep Monatzeder, cât și de Heino Jahn și Monica Isacu, reprezentanți ai AWM, respectiv ai Fundației Aquadematica.

Partenerii sunt interesați de a stabili legături cu companiile și instituțiile de profil, din domeniul public sau privat, oferind experților români posibilitatea de specializare și perfecționare în cadrul unor programe de dezvoltare profesională din Germania.

„Suntem bucuroși că putem avea relații cu un oraș ca München și suntem dornici să învățăm din experiența dobândită de dumneavoastră”, a declarat primarul Nicolae Robu în deschiderea întâlnirii, menționând, de asemenea, și istoricul de bună colaborare și consolidare a relațiilor dintre cele două municipalități. „Apreciez toată deschiderea arătată de Primăria München față

de Primăria Timișoara. Îmi doresc să ducem mai departe această colaborare”, a mai adăugat domnul Robu.

Primarul orașului München, Hep Monatzeder, a descris momentul semnării parteneriatului ca o piatră de hotar, care aduce o nouă componentă în planul colaborării româno-germane. Hep Monatzeder, care a recunoscut că se simte la Timișoara ca și acasă, poate chiar mai bine, dat fiind că în Timișoara nu poate fi decât purtătorul unor vești bune, s-a referit și la activitatea Fundației Aquadematica, fondată de societatea Aquatim și Departamentul de ape uzate de la Primăria München. „Dacă, până în momentul de față, am avut 400 de persoane la cursuri de perfecționare profesională, mă aștept ca această cifră să crească o dată cu extinderea domeniului de activitate. Toamna trecută am avut ocazia să particip la conferința Eco-Impuls, organizată de Fundația Aquadematica, unde s-a abordat prima dată tematica gospodăririi deșeurilor. Acum avem ocazia să dezvoltăm o colaborare în această direcție. Nu numai departamentul de

evacuare a apelor uzate, ci și departamentul de management al deșeurilor al Primăriei München se va implica de acum înainte în transferul de know-how. Putem învăța unii de la alții”, a precizat domnul Monatzeder.

Aquadematica pune la dispoziția specialiștilor din industria apei din România programe de instruire profesională, cu accent pe latura practică și beneficiind de aportul unor lectori cu experiență internațională.

Aquaștiri



CUM MAI COMUNICĂ COMPANIILE DE APĂ SITE-URILE INTERNET ȘI PUBLICAȚIILE DE COMPANIE CÂȘTIGĂ TEREN

Un studiu realizat recent de Augustin Boer, consultant financiar și instituțional la BDO Conti Audit România, aduce în atenție câteva date interesante privind comunicarea companiilor de apă din România cu publicul. Datele prezentate se bazează pe un sondaj la care au răspuns 31 din 42 de operatori regionali din România, un procent foarte bun de reprezentare. Datele colectate se referă la anul 2012, iar responsabilitatea acurateții acestora revine companiilor participante.

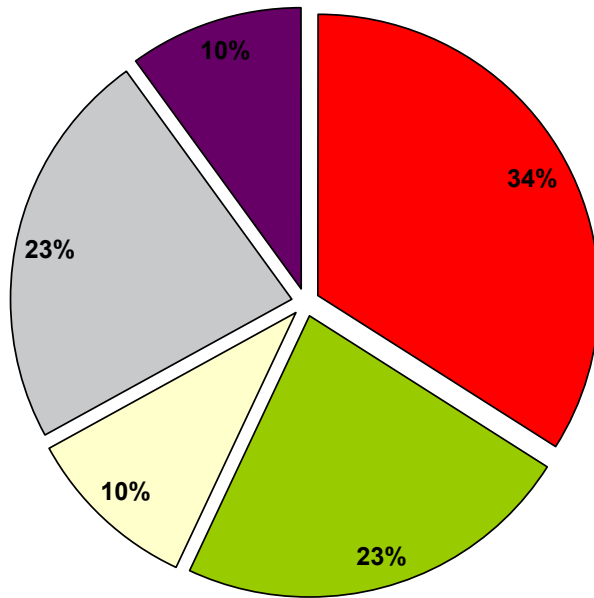
Iată ce ne spune Augustin Boer, analist cu o experiență de peste 12 ani în sectorul serviciilor municipale, din România și din străinătate: „Cele mai multe companii recunosc clar necesitatea unui departament de relații publice în cadrul companiei. De asemenea, cele mai multe companii dețin, într-o oarecare măsură, un departament PR, deși este posibil ca acesta să nu fie întotdeauna organizat ca un departament dedicat comunicării și relațiilor publice, ci ca parte, de exemplu, a unui cabinet sau a secretariatului directorului general sau al departamentului juridic”. Într-adevăr, cifrele spun totul, la acest capitol. Dintre operatorii analizați, 87% au un departament care se ocupă cu relațiile publice și comunicarea, în timp ce doar 13% nu au un astfel de departament formalizat.

Radiografia procesului de comunicare al companiilor de apă furnizează câteva noutăți interesante, care evidențiază tendințele din domeniu. „Site-urile pe internet sunt un important mijloc de comunicare cu clienții, dar și cu publicul larg. 100% din operatorii participanți la studiu au un site cu informații legate de companie”, explică Augustin Boer, care mai observă că la peste 65% dintre operatorii care au participat la studiu, informațiile sunt actualizate cel puțin săptămânal, ceea ce dovedește importanța pe care o acordă companiile acestui canal de comunicare.

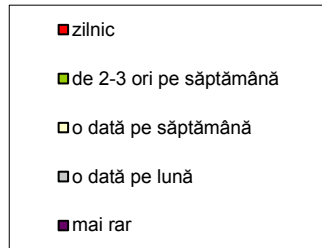
Următorul pas, rețelele de socializare

Deși este evident că s-au orientat spre mediul online, companiile de apă sunt încă reticente în ceea ce privește rețelele de socializare. Analistul Augustin Boer, un pasionat de internet și un blogger activ, este de părere că operatorii de apă din România nu ar avea decât de câștigat dacă s-ar folosi mai mult de rețelele sociale.

„Am citit luna trecută pe site-ul www.go4it.ro despre un studiu de piață legat de numărul de utilizatori din România care au cont pe Facebook. Rezultatele arată că în ianuarie erau peste 4,4 milioane de utilizatori Facebook în România. În ianuarie 2011, numărul de utilizatori români era



Actualizarea site-urilor de companie



de 2,4 milioane. Așadar, în decurs de un an, cifra aproape că s-a dublat! Extrapolând, putem spune că o mare parte din consumatorii operatorilor de apă și canalizare din România sunt și utilizatori de Facebook. Se pare că doar 19% dintre companiile participante la sondaj au o pagină pe Facebook. În multe cazuri însă, chiar dacă au pagini de Facebook, acestea nu sunt actualizate constant cu informații”, a precizat analistul, care le recomandă operatorilor de apă să înceapă să acorde o atenție mai mare rețelelor de socializare, ținând cont de impactul pe care îl au, mai ales în rândul generației tinere.

Revistele companiilor de apă nu sunt multe, dar sunt mai frumoase

Potrivit studiului menționat, doar 27% dintre companiile chestionate editează o publicație dedicată, în principal, angajaților. Chiar dacă numărul publicațiilor de companie nu impresionează, nu același lucru se poate spune despre calitatea acestora. Iată câteva aspecte de noutate, din afara studiului prezentat de Augustin Boer, care vin să completeze, în mod favorabil, tabloul comunicării companiilor românești de apă.

În luna februarie a anului trecut, în cadrul unei întâlniri a responsabililor de relații publice din domeniu, am susținut importanța și necesitatea publicațiilor proprii pentru companiile de apă, o idee, de altfel, agreată de cei prezenți. La un an de la acea întâlnire, am descoperit, cu multă bucurie, apariția, într-un format nou, a revistei *InfoApa* editată de compania ApaVital din Iași. *InfoApa* este o revistă cu vechime, aflată luna aceasta la a 96-a ediție, dar care s-a reinventat printr-un concept grafic și editorial nou. Și aceasta nu este singura publicație a unei companii de apă care aduce un suflu proaspăt „pe piață”. *Viața Apei*, de la Apa Nova București, *Aqua Focus* a companiei AquaServ din Târgu Mureș și *Info Apa* editată de societatea Apă Canal 2000 din Pitești sunt tot publicații de cursă lungă, care și-au diversificat modul de prezentare a informațiilor și s-au impus printr-o identitate vizuală proprie. Și tot aici trebuie menționat programul educațional Piky al companiei de apă din Pitești, care se desfășoară cu succes de aproape 10 ani.

Raportul anual, pliantele, broșurile, periodicele de tip ziar sau revistă sunt o sursă constantă de informații pentru publicurile interesate – presă, public intern, specialiști sau publicul larg. Mai mult decât un instrument de lucru convenabil, la discreția departamentului sau biroului de relații publice, publicațiile corporatiste implică și salariații în construirea imaginii companiei. Sunt astfel utile și pentru managementul societății, contribuind la crearea, în rândul angajaților, a unui sentiment de apartenență la organizație. După cum au arătat publicațiile anului trecut, se pare că cei implicați în comunicarea companiilor de apă s-au hotărât să mizeze și pe aceste atuuri.

L. L.

Relațiile Publice, locul unde munca angajaților se transformă într-un zâmbet pentru comunitate
„Comunicarea este inevitabilă”
1. Branding
2. Responsabilitatea socială
3. Comunicarea internă

EDITORIAL
Info Apa, un nou început
Innoți cu zeci de kilometri de rețele de apă și canalizare și are astăzi stație de epurare la standarde europene. În acest salt calitativ se detașează unei investiții remarcabile făcute de societatea Apă Canal 2000, prin accesarea de fonduri europene nerambursabile însumând peste 60 milioane euro. O astfel de lucrare în beneficiul comunității deschide, de fapt, drumul către alte investiții ce se vor realiza în acest domeniu la Pitești și în județul Argeș cu ajutorul fondurilor de coeziune. Știndând noi de mine că Apă Canal 2000 se află pe locul 1 în Top Algori România în ceea ce privește captarea, tratarea și distribuția apei și pe locul 3 în Top Profit România. Despre toate acestea și despre multe altele vom scrie în revista Info Apa. Și ce ne mai propunem? Multe. Ce vom realiza? Râșnăre de vânat. Dar noi plecam în drum cu viziunea conform căreia „în ghinda fraidă se ascunde promisiunea strălucirii”.
Apă... (C)P1 (M)1 (C)vingeți-vă singuri!

AQUA focus
8 Martie
Măsură Ex-GPA Pitești
Interviu cu domnul Ion Decker, director general adjunct Apă Canal 2000
Conferința Internațională „Totul pentru o apă curată”
Forumul Regional al Apei Expo Apa
Canalizarea nu este o zi de gunoi!
Programul Educațional Piky

O STAȚIE DE EPURARE DIN GERMANIA PRODUCE MAI MULTĂ ENERGIE DECÂT CONSUMĂ O POVESTE DE SUCCES DESPRE REGENERAREA RESURSELOR

O vizită la stația de epurare Straubing, din sudul Germaniei, poate umbri și cele mai pesimiste scenarii de viitor care prevăd schimbări dramatice cauzate de dispariția sau diminuarea resurselor necesare susținerii vieții. Și aceasta pentru că la stația de epurare din Straubing ai senzația că trăiești deja ziua de mâine, dar nu un mâine dintr-un scenariu de temut, ci unul care demonstrează că regenerarea energiei este posibilă și fezabilă.

În stația de epurare ajunge în fiecare zi apa uzată, provenită de la circa 200.000 de locuitori. Rețeaua de canalizare are o lungime de 250 de km, iar stația are o capacitate de maxim 35.000 mc/zi, pe timp uscat. Apa epurată mecanic și biologic este deversată în Dunăre. Până aici, nimic neobișnuit pentru o stație de epurare urbană, proiectată și construită astfel încât să respecte legislația europeană de mediu. Tehnologiile folosite pentru epurarea apei sunt avansate, dar nu aceasta este ceea ce diferențiază Straubing de alte stații de epurare moderne.

Înainte de a face o trecere în revistă a celor mai importante tehnologii inovative puse aici în aplicare, trebuie să menționez un amănunt interesant. Șefa departamentului de infrastructură subterană (care gestionează sistemul de canalizare și stația de epurare) este doamna Cristina Pop. Nu este singura româncă dintre angajați, dar este singura timișoreancă și fostă salariată a Aquatim.

Cum se fac bani din reziduuri la Straubing

Aici au fost puse în aplicare cu succes soluții moderne de recuperare a energiei din apa uzată sau din produsele secundare rezultate în urma procesului de epurare.

Împreună cu firma Huber, stația a implementat proiectul pilot *sludge2energy*, cu finanțare din programul EU Life06. În fiecare an, stația „produce” circa 10.000 de tone de nămol, stabilizat anaerob, îngroșat și deshidratat până la un conținut de 30% de substanță uscată. Nămolul uscat este apoi ars, iar din procesul de combustie rezultă cenușă, cu un volum de 100 de ori mai mic decât al nămolului, un avantaj prețios la depozitarea deșeurilor. Gazul rezultat din ardere este trecut printr-o microturbină pentru a genera energie și căldură. Combinația dintre procesele care se desfășoară pe banda de uscare, în cuptorul de ardere și microturbină de gaz, asigură o recuperare substanțială de energie, în care un rol important îl joacă optimizarea acestor procese și utilizarea căldurii provenite din combustia nămolului.

Următoarea temă de gândire pentru companiile de apă preocupate de tehnologiile inovative de regenerare a resurselor este recuperarea fosforului



din cenușa rezultată în urma arderii nămolului. Cei de la stația de epurare Straubing au făcut și acest pas, prin semnarea unui parteneriat de cercetare aplicativă cu universitățile tehnice din München și Aachen. Fosforul se poate valorifica în agricultură, la îngrășăminte.

Un alt produs al procesului de epurare valorificat de stația din Straubing îl constituie grăsimile. Pe lângă grăsimile separate din apa uzată, cei de la Straubing preiau cantități mari de la abatoarele din zonă. Grăsimile sunt o categorie de deșeuri speciale, pentru colectarea și evacuarea cărora companiile plătesc, de regulă, sume considerabile. De aceea, preluarea lor de către stația de epurare este binevenită pentru producătorii locali din industria alimentară.

La stația de epurare, grăsimile sunt stocate într-un bazin și fermentate ulterior în metantancuri, iar gazul rezultat este transformat ulterior în curent electric. Stația de epurare consumă circa 3,5-4 milioane de kWh/an, dar produce mult mai multă energie. După asigurarea necesarului propriu,

stația mai rămâne cu un surplus de circa 2,2-2,7 milioane kWh/an, pe care îl furnizează în rețeaua națională. Cum prețul energiei „verzi” produsă în co-generare este mult mai mare decât prețul mediu al energiei electrice de pe piață, stația de epurare Straubing face un profit frumos. Managementul stației are în vedere creșterea capacității de stocare a grăsimilor și preluarea deșeurilor de acest fel de la mai multe restaurante, printre care și cele din rețeaua McDonald's.

Apa uzată din canalizare încălzește un cvartal de blocuri

Și apa uzată din sistemul de canalizare poate fi o sursă de energie. Aceasta este trecută prin niște schimbătoare de căldură, unde cedează căldura agentului termic folosit pentru încălzirea a 11 clădiri. Circa 75% din căldura apei uzate este recuperată prin acest proces.

Nu în ultimul rând, aș mai menționa încă două proiecte puse în aplicare în cadrul stației. Apa de nămol, foarte încărcată cu azot și fosfor, este precipitată într-o instalație experimentală pilot, din primăvară până în toamnă. Sulfatul de amoniu rezultat este vândut unei firme producătoare de îngrășăminte.

O parte din efluentul stației de tratare este filtrat prin membrane, dezinfectat cu hipoclorit de sodiu și se folosește la spălarea străzilor, udarea spațiilor verzi sau ca lichid pentru autoutilitățile de tip womă, pentru desfundarea canalelor.

Trăim un prezent care ne avertizează că dacă nu ne vom păzi resursele, putem rămâne fără ele. După o vizită la stația de epurare din Straubing, am plecat cu convingerea că important e să existe dorința de a face ceva pentru mediu și pentru viitor. După aceea, posibilitățile sunt nenumărate.



Schimbătoarele de căldură, care preiau căldura din apa uzată

SĂRBĂTORIM APA ȘI SALVĂM PĂMÂNTUL

Pentru comunitatea de ecologiști și a oamenilor cu preocupări intense în domeniul protecției mediului, luna martie este marcată de două evenimente internaționale importante: Ziua Mondială a Apei și Ora Pământului.

Ziua Mondială a Apei are loc anual, în data de 22 martie, și a fost inițiată de ONU încă din 1992, cu scopul de a sublinia importanța protejării resurselor de apă dulce și problemele cu care se confruntă omenirea din acest punct de vedere. Cu această ocazie, în fiecare an, se stabilește o temă specifică, în jurul căreia se creează diverse acțiuni de responsabilizare socială, conferințe, seminarii. Tema de anul acesta se referă la cooperarea în domeniul apei.

Pentru Aquatim a devenit deja o tradiție să marcheze această zi fie prin deschiderea porților uzinei de apă, fie prin organizarea unor acțiuni educative adresate, în special, publicului tânăr.

Ora Pământului este un eveniment internațional, organizat de asociația World Wildlife Fund (WWF), sărbătorit în fiecare an la sfârșitul lunii martie cu scopul de a încuraja populația să oprească timp de o oră toate sursele de iluminat intern și extern, cu excepția celor care sunt obligatorii să lumineze. Scopul acestuia este de a conștientiza lumea asupra efectelor schimbărilor climatice la nivelul planetei și de a determina să acționeze printr-un gest simplu, în vederea reducerii acestor efecte.

Coloseumul și Empire State Building în întuneric pentru o oră

Ideea organizării unui astfel de eveniment a aparținut asociației WWF și agenției de publicitate Leo Burnett Sidney, care, în 2007, au vrut să-i convingă pe locuitorii orașului Sidney să stingă lumina timp de o oră în numele Pământului. Inițiativa lor a avut un real succes. În 31 martie, între orele 19.30 – 20.30 (ora locală), 2,2 milioane de locuitori ai orașului au decis să stingă lumina, iar din anul următor 31 de orașe din lume au hotărât să urmeze modelul Sidney, devenind parteneri în campanie.

Astfel, în 2008, Ora Pământului a fost marcată pe toate continentele în data de 28 martie, prin participarea a 400 de țări. Pentru a avea un impact cât mai mare, au

fost stinse luminile la unele dintre cele mai cunoscute obiective turistice din lume, precum clădirea Empire State Building din New York, Coloseumul din Roma și Opera din Sidney. Potrivit statisticilor, 36 milioane de oameni au participat la Ora Pământului 2008, iar site-ul oficial www.earthhour.org a fost vizitat de 6,7 vizitatori unici în săptămâna premergătoare evenimentului.

În 2010, Aquatim s-a alăturat campaniei stingând pentru o oră luminile din clădirea sediului central.

De-a lungul anilor tot mai multe țări s-au alăturat campaniei, creându-se, astfel, un adevărat fenomen. În 2012, peste 7.000 de orașe din 152 de țări au luat parte la Ora Pământului, înregistrând cel mai mare succes de până atunci.

La promovarea Orei Pământului și-au adus aportul și numeroase persoane publice internaționale și importante companii multinaționale care au fost de acord să-și asocieze numele sau imaginea cu cea a evenimentului în ideea de a reprezenta un model demn de urmat de către public. Google, YouTube, Coca-Cola, CNN, IKEA, National Geographic Channel s-au alăturat campaniei, sprijinind în fiecare an, prin diverse metode,

promovarea ideii de reducere a consumului de energie electrică.

Data și ora la care se sărbătorește anual Ora Pământului nu este una fixă, ca în cazul altor evenimente ecologice internaționale, datorită diferențelor de poziție geografică pe glob și a altor evenimente sau sărbători de importanță națională ale țărilor participante oficial, care pot afecta desfășurarea acțiunii.

Deși stingerea luminilor timp de o oră poate părea un gest minor, în cazurile în care aceasta s-a aplicat la nivelul unui oraș întreg, implicând atât consumatorii casnici, cât și instituțiile și agenții economici, s-a constatat că reducerile de energie electrică au fost însemnate. De exemplu, în 2008, consumul de energie electrică înregistrat în intervalul orar dedicat Orei Pământului a scăzut cu 8,7% în Toronto, Canada și 10% în Melbourne, Australia, față de consumul mediu înregistrat în condiții normale.

Anul acesta, Ora Pământului va fi în data de 23 martie, iar oamenii din lumea întreagă sunt invitați să stingă luminile începând cu ora locală 20.30, timp de cel puțin 60 de minute.

Oana HORTOPAN



DETECTIVII APEI PIERDUTE APARE ÎN MARTIE... ÎN LIMBA ENGLEZĂ

Acum trei ani a apărut primul număr al publicației *Detectivii apei pierdute*, publicație care se adresează celor implicați în problema pierderilor de apă. *Water Loss Detectives* - varianta în limba engleză a ziarului amintit - a apărut ca o punte de legătură între specialiștii care se ocupă de pierderile de apă din întreaga lume și cei din România. Prin intermediul publicației în limba engleză am aflat și am împărtășit celor interesați cum se abordează acest subiect în diferite colțuri ale lumii, am prezentat studii de caz ale celor care au pus în aplicare diverse modalități de reducere și monitorizare a pierderilor și teorii și noutăți din domeniu.

Deschidem noul număr din *Water Loss Detectives* cu prezentarea celei de-a șasea ediții a *Global Leakage Summit* care va avea loc la Londra, în perioada 12-13 martie și care urmărește îmbunătățirea eficienței în domeniul pierderilor de apă sub toate aspectele. În exclusivitate pentru cititorii revistei

noastre, prezentăm un interviu acordat de către Allan Lambert, un nume de referință în domeniul detecției pierderilor de apă. Tot în *Detectivii...* mai găsiți studii de caz și, nu în ultimul rând, o prezentare a managementului pierderilor de apă în Balcani, unde remarcăm progrese remarcabile în domeniu efectuate de țara noastră.

Water Loss Detectives poate fi descărcat de pe www.aquatim.ro. Invit cititorii, cu această ocazie, să ne trimită sugestiile și contribuțiile lor cu articole care să prezinte problema pierderilor de apă, pe adresa alin.anchidin@aquatim.ro, și să participe la dezbaterile de pe www.pierderiapa.forumactual.com.

Mulțumesc colaboratorilor care ne-au trimis materiale și le doresc cititorilor lectură plăcută și utilă!



Alin ANCHIDIN

AQUATIM

Editor: Loredana LEORDEAN
Secretar redacție: Oana HORTOPAN
Fotograf: Mihai GROZĂVESCU

Date contact:

Aquatim S.A.

300081 Timișoara, str. Gheorghe Lazăr nr. 11/A
tel.: 0256 201 370, fax: 0256 294 753

www.aquatim.ro