

**PLAN DE COMUNICARE  
OI ADR CENTRU**  
pentru  
**Programul Operațional Regional  
2007-2013**  
ediția a II-a, MARTIE 2011



*Inițiativă locală. Dezvoltare regională.*



## CUPRINS

|                                          |           |
|------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INTRODUCERE</b>                    | <b>3</b>  |
| 1.1 CONSIDERAȚII GENERALE                | 3         |
| 1.2. CADRUL LEGAL ȘI INSTITUȚIONAL       | 4         |
| 1.3 PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL       | 5         |
| <b>2. CONTEXT ACTUAL ȘI FUNDAMENTARE</b> | <b>6</b>  |
| <b>3. OBIECTIVE</b>                      | <b>11</b> |
| <b>4. MESAJE ȘI TEME DE COMUNICARE</b>   | <b>12</b> |
| <b>5. PUBLIC ȚINTĂ (GRUPURI ȚINTĂ)</b>   | <b>14</b> |
| <b>6. MĂSURI ȘI ACTIVITĂȚI</b>           | <b>17</b> |
| 6.1. PROGRAMAREA ACTIVITĂȚILOR           | 17        |
| 6.2. ACTIVITĂȚI                          | 18        |
| <b>7. ALOCAREA FINANCIARĂ INDICATIVĂ</b> | <b>29</b> |
| <b>8. RESPONSABILITĂȚI</b>               | <b>30</b> |
| <b>9. RAPORTARE ȘI EVALUARE</b>          | <b>32</b> |
| 9.1. INDICATORI DE EVALUARE              | 33        |

VIZAT

MARIA IVAN

DIRECTOR ORGANISM INTERMEDIAR

APROBAT

SIMION CRETU

DIRECTOR GENERAL ADR CENTRU



## 1. INTRODUCERE

### 1.1 Considerații generale

Planul de Comunicare al **OI ADR Centru** pentru Programul Operațional Regional (denumit în continuare Plan de Comunicare) stabilește liniile strategice pentru măsurile de informare și publicitate care pot asigura o bună cunoaștere, în rândul grupurilor țintă, despre Regio și despre contribuția Uniunii Europene la dezvoltarea României.

Se impune o abordare strategică a comunicării pentru Regio datorită conexiunii strânse dintre succesul politicilor de dezvoltare și un sistem de măsuri de informare și publicitate eficient și coerent. Aceste măsuri trebuie să reflecte conținutul activităților derulate prin intermediul Regio și trebuie să garanteze un grad înalt de transparență în utilizarea fondurilor.

Planul de comunicare pentru Programul Operațional Regional 2007- 2013, la nivel național, a fost conceput în concordanță cu Strategia Națională de Comunicare pentru Instrumentele Structurale, elaborată de Autoritatea pentru Coordonarea Instrumentelor Structurale (ACIS), Direcția generală din Ministerul Economiei și Finanțelor care coordonează gestionarea și implementarea Instrumentelor Structurale în România, conform Hotărârii de Guvern nr. 497/2004, amendată de Hotărârea de Guvern nr. 128/2006, și cu regulamentele europene cu privire la activitățile de informare și publicitate în domeniul fondurilor comunitare.

Strategia Națională de comunicare pentru Instrumentele Structurale prevede că ACIS va comunica pe problematica generală a Fondurilor Structurale și de Coeziune și pe teme globale care țin de managementul și implementarea națională a acestor fonduri. Organismele Intermediare vor prelua și adapta obiectivele Planului de Comunicare național la nivel regional.

La nivelul Regiunii Centru Organismul Intermediar care va implementa Planul de Comunicare regional privind Programul Operațional Regional 2007- 2013 - Regio, este Agenția pentru Dezvoltare Regională Centru.

*Prezentul Plan de Comunicare regional reprezintă armonizarea strategiei generale de comunicare a ADR Centru pentru POR cu Planul de Comunicare cu privire la Programul Operațional Regional 2007-2013. Pornind de la necesitățile de comunicare identificate la nivel regional, prin coroborare cu necesitățile naționale și europene de promovare a unor instrumente structurale noi, a fost conceput prezentul plan de comunicare regional ce conține, pe lângă justificare, mesaje, grupuri țintă, și o estimare și programare în timp și buget a activităților, măsurilor și indicatorilor de informare și promovare ai programului Regio, propuși a se realiza la nivelul Regiunii Centru.*

Prin obiectivele specifice și temele de comunicare propuse, Planul de comunicare va juca un rol important în creșterea nivelului de cunoaștere și informare al cetățenilor Regiunii Centru privind Regio și rolul comunităților europene în politica de coeziune 2007-2013, rolul fondurilor europene și al instituțiilor implicate în implementarea Programului Regio, impactului fondurilor structurale în ceea ce privește dezvoltarea socio-economică a Regiunii Centru.

## 1.2.Cadrul legal și instituțional

Planul de comunicare pentru Programul Operațional Regional (Regio), la nivel regional, a fost conceput în conformitate cu prevederile următoarelor regulamente și documente:

- o Regulamentul CE nr. 1083/2006 stabilind prevederile generale privind Fondul European pentru Dezvoltare Regională, Fondul Social European și Fondul de Coeziune
- o Regulamentul CE nr.1828/2006 privind regulile de implementare a Regulamentului CE Nr.1083/2006, precum și regulamentul Nr.1080/2006 al Parlamentului și al Consiliului privind Fondul European pentru Dezvoltare Regională.
- o Regulamentul CE Nr. 846/2009 pentru modificarea Regulamentului CE Nr. 1828/2006
- o Programul Operațional Regional 2007-2013
- o Acordurile Cadru de Implementare a Programului Operațional Regional 2007- 2013 semnate de către Autoritatea de Management a Programului Operațional Regional cu Organismele Intermediare
- o Planul național de Comunicare pentru Programul Operațional Regional elaborat de către Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului

Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Regional este Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului<sup>1</sup>, care deține responsabilitatea gestionării activităților de informare și publicitate cuprinse în Planul de comunicare.

Rolul ADR Centru în calitate de organism intermediar al programului Regio, este esențial în comunicarea mesajelor cheie la nivel regional și local. În acest scop, AM a delegat o parte din atribuțiile sale legate de informare și publicitate către OI ADR CENTRU printr-un Acord Cadru. Un cadru instituțional eficace și eficient pentru implementarea Planului de comunicare nu se limitează la organismele menționate mai sus. De aceea, cu cât numărul organismelor și entităților implicate în rețeaua de comunicare/ informare este mai mare, cu atât mai corect și mai prompt informații vor fi cei care au nevoie de informații relevante. În acest scop, a fost introdusă o măsură specială în Planul de comunicare, “Rețeaua de informare” (vezi secțiunea 6 *Măsuri și Activități* ).

Activitățile finanțate în cadrul Planului de Comunicare vor avea drept scop promovarea și informarea asupra Programului Operațional Regional, urmând ca, spre finalul perioadei de implementare, să fie întreprinse și activități ce fac legătura cu următoarele instrumente structurale, aferente viitoarei perioade de programare financiară a Uniunii Europene.

Serviciul responsabil de elaborarea, implementarea și raportarea asupra Planului de comunicare la nivelul OI ADR Centru și al Regiunii Centru este Serviciul Relații Publice și Birou de Informare, constituit din experți relații publice și experți programe. Serviciul are desemnat un Șef serviciu responsabil de coordonarea și implementarea activității de informare și publicitate POR și este coordonat de către Directorul Departamentului Programare și Relații Publice.

Lista persoanelor din AMPOR și OI ADR CENTRU, responsabile cu implementarea activităților prevăzute în Planul de comunicare 2007-2013, este prevăzută în Anexa 1.

---

<sup>1</sup> Conform HG nr. 631/2009

### 1.3 Programul Operațional Regional

Pentru perioada de programare 2007-2013, vor fi alocați 4,578 miliarde Euro ( din care 3,726 miliarde Euro din FEDR) pentru Programul Operațional Regional, pentru a finanța următoarele priorități incluse în program:

Axa Prioritară 1: Sprijinirea dezvoltării durabile a orașelor - poli urbani de creștere

Axa Prioritară 2: Îmbunătățirea infrastructurii regionale și locale de transport

Axa Prioritară 3: Îmbunătățirea infrastructurii sociale

Axa Prioritară 4: Sprijinirea dezvoltării mediului de afaceri regional și local

Axa Prioritară 5: Dezvoltarea durabilă și promovarea turismului

Axa Prioritară 6: Asistența tehnică

Obiectivul strategic al Regio, stabilit prin documentele de programare, constă în sprijinirea unei dezvoltări economice, sociale, echilibrate teritorial și durabile a Regiunilor României, corespunzător nevoilor lor și resurselor specifice, prin concentrarea asupra polilor urbani de creștere, prin îmbunătățirea condițiilor infrastructurale și ale mediului de afaceri, pentru a face din regiunile României, în special cele rămase în urmă, locuri mai atractive pentru a locui, a fi vizitate, a investi și a munci.

Obiectivele specifice ale Programului Operațional Regional sunt:

- Creșterea rolului economic și social al centrelor urbane, prin adoptarea unei abordări policentrice, în vederea stimulării unei dezvoltări mai echilibrate a Regiunilor;
- Îmbunătățirea accesibilității Regiunilor și, în particular, a accesibilității centrelor urbane și a legăturilor acestora cu zonele înconjurătoare;
- Creșterea calității infrastructurii sociale a Regiunilor;
- Creșterea competitivității Regiunilor ca locații pentru afaceri;
- Creșterea contribuției turismului la dezvoltarea Regiunilor.

Solicitanții eligibili ai Programului Operațional Regional sunt:

- Autorități ale administrației publice locale;
- Autorități publice centrale care au în proprietate sau administrare clădiri de patrimoniu;
- Asociații de Dezvoltare Intercomunitară;
- Parteneriate între autorități ale administrației publice locale (și/sau între autorități ale administrației publice locale și ONG-uri/furnizori de servicii sociale);
- Furnizori de servicii sociale, acreditați în condițiile legii;
- Universități de stat;
- Instituții publice furnizoare de servicii de formare profesională continuă;
- Întreprinderi mici și mijlocii;
- Microîntreprinderi;
- Instituții de cult;
- ONG.

Cea mai mare parte a măsurilor de informare și publicitate prevăzute în cadrul Planului de Comunicare se vor adresa acestora, în scopul transmiterii tuturor informațiilor referitoare la asistența financiară oferită prin Programul Operațional Regional, rezultatele implementării programului la nivelul Regiunii Centru.

\*\*\*\*\*

## 2. CONTEXT ACTUAL ȘI FUNDAMENTARE

Comunicarea în ceea ce privește dezvoltarea regională susținută de Uniunea Europeană este un domeniu specializat, fapt care reflectă însăși complexitatea subiectului. La nivel general, nevoia unor activități de comunicare susținute prin campanii de informare și publicitate provine din necesitatea unei informări imediate, corecte și transparente.

În cazul comunicării în domeniul fondurilor europene, în afara activităților de **conștientizare** asupra fondurilor disponibile prin Programul Operațional Regional, măsurile de informare și publicitate au drept obiectiv și creșterea nivelului de **transparență** și al **încrederii publice** în instituțiile care gestionează aceste fonduri, acestea fiind principalele subiecte de îngrijorare pentru public așa cum demonstrează cercetările sociologice întreprinse de Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Regional.

Agenția pentru Dezvoltare Regională Centru consideră esențială cunoașterea tuturor actorilor implicați în procesul de implementare al fondurilor Regio, precum și a responsabilităților fiecăruia, fie el autoritate de management, organism intermediar, beneficiar sau potențial aplicant. Pentru a asigura sustenabilitatea Programului Operațional Regional, activitățile ADR Centru se vor axa, spre finalul perioadei de finanțare Regio, pe pregătirea viitoarei perioade de programare financiară a Uniunii Europene. Asigurarea unui portofoliu de proiecte ce vor completa proiectele implementate prin programul Regio la nivel Regional vor genera dezvoltarea durabilă a Regiunii Centru și reducerea dezechilibrelor economico-sociale dintre județele regiunii.

Planul de Comunicare pentru Regio, la nivel regional, stabilește liniile de acțiune strategice pe baza acestor cercetări calitative și cantitative, acestea oferind o imagine clară asupra nevoilor de informare ale publicului larg, dar și ale grupurilor țintă specifice.

În ceea ce privește principalele surse de informare asupra finanțării europene, cercetările menționate au identificat următoarele surse:

- o Autorități locale<sup>2</sup>
- o TV și presă scrisă
- o Internet
- o Centrele de informare InfoEuropa.

Aceste studii au arătat că majoritatea oamenilor au auzit de fondurile de preaderare, în mod special de Phare și SAPARD, și, deși majoritatea asociază fondurile structurale cu dezvoltarea infrastructurii, investiții în anumite zone, termenul de „fonduri structurale” este cunoscut destul de puțin.

De asemenea, în ciuda faptului că Programul Operațional Regional nu este încă bine cunoscut, mulți dintre cei intervievați pot să-l asocieze în mod corect cu dezvoltarea regională, slaba dezvoltare a regiunilor și orașelor, investiții în infrastructură și dezvoltare urbană.

În privința instituțiilor implicate în managementul și absorbția fondurilor structurale, răspunsurile indică faptul că cetățenii nu au suficiente informații despre

<sup>2</sup> Conform sondajelor menționate, principalele surse de informare pentru populație cu privire la Regio sunt: primăria (57%), mass media națională (presa, radioul, televiziunea) și mass media locală (presa, radioul, televiziunea).

responsabilitățile Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului, ale autorităților locale și ale celorlalte instituții implicate în gestionarea fondurilor post-aderare.

Cu toate acestea, cercetările relevă anumite lacune informaționale în ceea ce privește implementarea tehnică a programului:

1. Reguli privind eligibilitatea. Având în vedere că regulile pentru fondurile de pre-aderare și cele pentru fonduri structurale sunt diferite, cetățenii nu sunt foarte bine informați asupra a ceea ce poate fi finanțat sau cine poate aplica.
2. Transparența alocărilor. Cercetările arată că există încă imaginea că fondurile nu sunt distribuite după proceduri stricte. Campania media privind cazuri aflate sub suspiciune de fraudă a contribuit la întărirea imaginii că fondurile europene sunt alocate preferențial.
3. Transparența în utilizare. Există opinia conform căreia anumite fonduri (aprox. 30%) sunt cheltuite în alte scopuri decât cele inițial declarate. Conform cercetărilor, există încă percepția că cetățenii nu au o imagine clară asupra întregului mecanism de management și control al fondurilor europene.

De aici, nevoia de a:

- a) explica regulile conform cărora se acordă finanțarea din fondurile structurale. Trebuie realizate materiale, dar și evenimente în cadrul cărora să se explice care sunt criteriile de eligibilitate, pentru ce activități se acordă finanțarea și care sunt responsabilităților beneficiarilor.
- b) face cunoscute rezultatele proiectelor anterioare. Rezultatele proiectelor trebuie făcute publice, în acest fel făcându-le mai vizibile. De asemenea, acestea trebuie să fie promovate ca exemple de bună practică, ca exemple de proiecte bune ce au primit sprijin financiar.
- c) crește încrederea în autoritățile publice, în special în cele care gestionează fonduri. În conformitate cu cercetările mai sus menționate, există un grad mare de neîncredere în aceste instituții.
- d) facilita o mai bună comunicare între cei implicați în gestionarea fondurilor europene, să se asigure că informația circulă rapid, că deciziile sunt luate prompt și că publicul țintă primește imediat informația corectă.
- e) pregătirea viitoarei perioade de programare financiară a Uniunii Europene la nivel regional.

Ca urmare a cercetării sociologice efectuate au fost identificate informațiile de interes pentru cetățeni:

- Care sunt fondurile disponibile?; Sunt fondurile rambursabile sau nu?
- Care este procentul necesar pentru cofinanțare?
- Care sunt beneficiile pentru comunitate?
- Cine poate aplica pentru fonduri?; Care sunt condițiile de finanțare?; Cum poate cineva să obțină finanțare?
- Care sunt documentele necesare?; Cine poate elabora un proiect?
- Există oportunități de instruire în domeniu?

Cele mai importante elemente care au fost luate în considerare în programarea și implementarea măsurilor strategice de comunicare sunt:



1. utilizarea unei varietăți de canale de comunicare, proporțional cu impactul acestora și specifice fiecărui grup țintă;
2. utilizarea mesajelor cheie;
3. exprimarea acestor mesaje într-o manieră clară, care să atragă atenția, astfel încât publicul țintă să și le amintească;
4. repetarea constantă a mesajelor pe o anumită perioadă de timp;
5. transmiterea de mesaje care nu au doar un caracter informativ, dar și unul motivațional, stimulativ;
6. monitorizarea și evaluarea permanentă și sistematică a măsurilor de informare și publicitate.

Strategia de comunicare pornește de la premisa că principalele canale de comunicare cu potențialii beneficiari sunt: comunicarea electronică, respectiv site-ul dedicat Programului Operațional Regional sau site-ul Regio al OI ADR Centru, comunicarea directă prin conferințe naționale, regionale, sesiunile de informare/caravane, birouri de informare (helpdesk). Comunicarea directă va fi susținută prin materiale tipărite care vor conține, pe lângă informații și explicații asupra Regio și a modalităților de aplicare, toate datele de contact necesare pentru obținerea de informații suplimentare.

Pentru publicul general principalele canale de comunicare vizate pentru atingerea obiectivelor de comunicare sunt: internetul, televiziunea, radioul și presa locală.

Pe lângă măsurile de informare și publicitate care vor fi implementate direct de AM și OI ADR CENTRU, una dintre prioritățile acestui Plan de Comunicare este înființarea și dezvoltarea unei **rețele de comunicatori Regio**, care să inițieze și să deruleze activități proprii de comunicare, cu sprijinul AM și OI ADR CENTRU.

Rezultatele așteptate prin implementarea măsurilor de informare și publicitate sunt în principal:

- un grad ridicat de absorbție a fondurilor alocate prin Regio,
- o imagine pozitivă în rândul publicului larg asupra modului de utilizare a fondurilor europene alocate prin Regio,
- conștientizarea impactului Regio în Regiunea Centru,
- (re)cunoașterea beneficiilor implementării politicii de dezvoltare regională în România cu sprijinul Uniunii Europene,
- mediatizarea bunelor practici și a lecțiilor învățate de beneficiari din derularea proiectelor cu finanțare din Regio,
- cunoașterea instituțiilor implicate în implementarea fondurilor structurale Regio și a rolului lor în absorbția fondurilor.

## 2.1 Analiza situației curente privind informarea și promovarea pentru Programul Operațional Regional la nivel regional

- Conform datelor cuprinse în Sondajul de opinie pentru evaluarea impactului campaniei media pentru promovarea REGIO - Programul Operațional Regional, realizat la comanda MDRT

Prin acest sondaj de opinie a fost identificat impactul diferitelor canale de informare cu privire la Programul Operațional Regional și a fost evaluat gradul de satisfacție a

populației față de activitățile de informare desfășurate în cadrul campaniei de promovare din 2010. Eșantionul constituit din 2000 de persoane a asigurat o reprezentativitate a datelor pentru populația urbană adultă neinstituționalizată a României, cu o eroare tolerată de +/-2.6%, pentru un nivel de încredere de 95%.

Analiza nivelului de informare a populației cu privire la existența Programului Operațional Regional - Regio a pus în evidență faptul că 39,8% dintre respondenți au auzit de POR, la nivel național. De altfel, aproape jumătate din respondenți au declarat că nu sunt deloc informați cu privire la acest program specific, deși este posibil ca o parte din aceștia să fi auzit de existența lui. Acest lucru nu trebuie să conducă la concluzia că programul nu a beneficiat de o campanie de informare corespunzătoare, ci poate fi rezultatul faptului că oamenii nu sunt direct interesați de acest lucru și prin urmare nu au nevoie de informații în acest domeniu.

Analiza diferențiată a nivelului de informare a publicului cu privire la existența Programului Operațional Regional - Regio, în funcție de anumite variabile socio-demografice, a scos în evidență următoarele:

- bărbații, comparativ cu femeile, prezintă un nivel de informare mai bun;
- respondenții cu vârsta cuprinsă între 30 - 59 de ani își declară un interes mai mare decât cei aflați la o vârstă mai mică de 30 de ani sau mai mare de 60 de ani;
- respondenții cu statutul de angajat în sistem privat sau în sistem bugetar au nivel declarat mai ridicat al informării cu privire la POR-REGIO.

Faptul că respondenții dețin un nivel mai mare sau mai mic de cunoaștere nu reflectă în mod obligatoriu impactul obținut prin campania media de promovare a programului, ci poate fi un rezultat al nivelului de interes cu privire la unul sau altul din domeniile finanțate prin POR, ceea ce conduce la înregistrarea unor diferențe de cunoaștere în rândul populației de studiu.

Majoritatea celor intervievați a reușit să identifice în mod corect simbolul sub care este promovat REGIO, procentul acestora înregistrând o pondere de 48,1%.

Televiziunea reprezintă canalul de informare predominant prin intermediul căruia respondenții au aflat de existența programului REGIO. De altfel, majoritatea participanților la sondajul de opinie apreciază că televiziunea constituie canalul de comunicare cel mai eficient pentru promovarea Programului Operațional Regional. În acest sens, aproape 7 din 10 respondenți menționează televiziunea ca fiind canalul de comunicare cu cel mai mare impact asupra publicului.

#### Concluzii

- Nivelul de informare a populației cu privire la existența unor investiții din fonduri europene este, comparativ cu media obținută la nivelul eșantionului național, mai ridicat pentru regiunea Centru;
- Regiunile Centru înregistrează un nivel mediu de informare cu privire la Programul REGIO;
- Televiziunea constituie pentru toate regiunile canalul de comunicare cel mai atractiv și, prin urmare, cel mai eficient pentru realizarea viitoarelor campanii de promovare a programului REGIO.

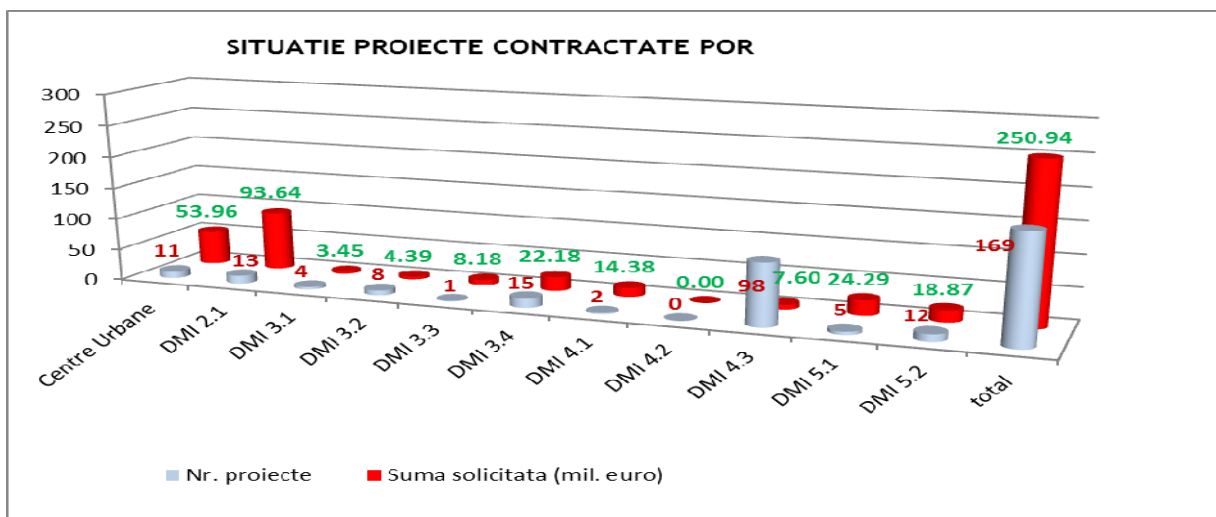
- **Conform rezultatelor atinse în cadrul procesului de implementare a Programului Operațional în Regiunea Centru**

La finele anului 2010, în cei trei ani și jumătate de implementare a Programului Regio la nivelul Regiunii Centru, activitatea ADR Centru a dus la aprobarea spre finanțare a unor proiecte care solicită peste 326,90 milioane euro fonduri nerambursabile. În acest fel,



buna colaborare cu autoritățile publice locale, dar și cu societatea civilă și mediul de afaceri, a făcut ca aproximativ 75% din suma alocată regiunii, de 439,09 milioane euro, să fie deja contractată sau în fază precontractuală prin proiecte locale sau regionale.

Un număr de 1.050 proiecte, cu o valoare totală de aproape 1,5 miliarde de euro, au fost depuse spre finanțare nerambursabilă, la sediul ADR Centru, prin care se solicitau spre finanțare 1.034,48 milioane euro. Dintre acestea, au fost contractate până la 7 ianuarie 2011, un număr de 169 proiecte, prin care au fost alocați peste 250 milioane euro. Alte 134 proiecte aflate în etapă precontractuală, vor semna în perioada următoare contractele de finanțare nerambursabilă ce solicită peste 75 milioane euro. Peste 77 milioane euro au fost plătiți beneficiarilor de fonduri, prin prefinanțarea unor proiecte sau prin rambursarea cheltuielilor. În listele de rezervă ale domeniilor majore de intervenție se află în prezent 111 cereri de finanțare, care solicită peste 250 milioane euro și care ar putea intra la finanțare în funcție de situația fondurilor rămase disponibile.



Situația proiectelor contractate și a sumelor solicitate, este prezentată la data de 07.01.2011, la un curs Inforeuro 1 eur = 4,2943 lei.

**Prin proiectele contractate deja la nivelul Regiunii Centru se vor atinge următoarele rezultate:**

- 201,18 km de drum județean reabilitați / modernizați;
- 6,43 km de centură construiți;
- 36 străzi urbane cu o lungime de 36,219 km vor fi reabilitate;
- 4 ambulatorii de specialitate vor fi reabilitate;
- 5 centre sociale pentru persoane cu dizabilități reabilitate, 5 centre sociale rezidențiale pentru persoane în vârstă, 1 centru de recuperare și reabilitare neuropsihiatrică și 1 unitate medico-socială vor fi modernizate;
- 40 de unități mobile sunt echipate pentru intervenții în situații de urgență;
- 22 unități de învățământ reabilitate;
- 2 centre de afaceri construite;
- Peste 100 de microîntreprinderi modernizate, care creează peste 400 noi locuri de muncă;
- 3 cetăți obiectiv de patrimoniu reabilitate și pregătite pentru primirea turiștilor;
- 19 biserici fortificate vor fi reabilitate și restaurate;
- 8 unități de cazare vor fi modernizate;
- 3 structuri de agrement dezvoltate;
- 3 puncte salvamont construite și 1 punct salvamont reabilitat;
- 1 pârtie de schi construită în lungime de 540 m;

- Peste 1000 noi locuri de muncă create.

Ținând cont de toate aceste considerații, măsurile de informare și publicitate din cadrul prezentului Plan de Comunicare se adaptează corespunzător.

Măsurile de informare și publicitate implementate vor fi evaluate prin indicatori specifici (vezi capitolul 9. *Raportarea și Evaluarea*) și sintetizate în Raportul anual de implementare, în secțiunea dedicată prezentării raportului asupra Planului de Comunicare.

\*\*\*\*\*

### 3. OBIECTIVE

Planul de comunicare al OI ADR Centru pentru Regio are ca scop, pe de o parte, generarea conștientizării cetățenilor din Regiunea Centru, prin intermediul instrumentelor de publicitate și informare, asupra oportunităților de finanțare, iar, pe de altă parte, aducerea la cunoștința publicului larg a contribuției Uniunii Europene la dezvoltarea echilibrată a regiunilor României, în special a Regiunii Centru, inclusiv contribuția la implementarea politicii de dezvoltare în regiunea noastră.

Obiectivele specifice menționate mai jos vor fi atinse prin implementarea de activități specifice fiecărui grup țintă identificat, activități care vor accentua conținutul mesajelor stabilite pentru Programul Operațional Regional și temele de comunicare corespunzătoare (vezi capitolul 4. *Mesaje și teme de comunicare*).

#### Obiective specifice

##### *Obiectiv specific I*

Să asigure o informare corectă a tuturor grupurilor țintă asupra oportunităților de finanțare de care pot să beneficieze potențialii beneficiari din Regiunea Centru prin Programul Operațional Regional 2007-2013

##### *Obiectiv specific II*

Să promoveze impactul economic și social al asistenței financiare și să informeze publicul general asupra valorii adăugate a asistenței comunitare și a rolului avut în dezvoltarea regională din Regiunea Centru

#### Teme de comunicare

I.1 Explicarea mecanismului de acordare a finanțărilor și a structurilor care gestionează programul

II.1. Prezentarea conceptului de dezvoltare regională și a priorităților politicii de dezvoltare regională la nivel regional

II.2. Misiunea Regio în contextul politicii de dezvoltare regională; axe prioritare; impactul estimat

II.3 Rolul Regio în creșterea numărului locurilor de muncă; solidaritate - oamenii sunt beneficiarii finali ai investițiilor finanțate de Regio;

II.4 Promovarea proiectelor de succes prin care comunitățile au reușit să se dezvolte în urma investițiilor prin Regio

II.5 Prezentarea oportunităților de

finanțare și a stadiului regional de implementare Regio.

*Obiectiv specific III*

Să asigure informarea, conștientizarea și conformitatea cu privire la temele orizontale: egalitatea de șanse și dezvoltarea durabilă

III.1 Promovarea egalității de șanse /dezvoltarea durabilă ca teme orizontale ale Regio;

*Obiectiv specific IV*

Să stabilească un sistem eficient pentru comunicarea internă (rețea și instrumente eficiente) între toate părțile interesate implicate în implementarea măsurilor Regio la nivelul Regiunii Centru

IV.1 Explicarea mecanismului de acordare a finanțărilor și a structurilor care gestionează programul  
IV.2 Sublinierea impactului fondurilor Regio la nivel regional, prin intermediul rețelei

*Obiectiv specific V*

Să asigure transparența programului și prezentarea rezultatelor acestuia în Regiunea Centru

V.1 Promovarea rezultatelor și a proiectelor de succes prin care comunitățile au reușit să se dezvolte în urma investițiilor prin Regio  
V.2. Prezentarea rezultatelor programului

*Obiectiv specific VI*

Durabilitatea și sustenabilitate în implementarea Programului Operațional Regional la nivelul Regiunii Centru

VI.1. Pregătirea viitoarei perioade de programare financiară a Uniunii Europene la nivel regional

#### 4. MESAJE ȘI TEME DE COMUNICARE la nivelul Regiunii Centru

##### Mesaje

**I. Uniunea Europeană și Guvernul României sprijină dezvoltarea regiunilor în scopul reducerii decalajelor de dezvoltare. Prin Programul Operațional Regional regiunile vor beneficia de reale oportunități de dezvoltarea rapidă**

##### Teme de comunicare

- ☛ I.1. Prezentarea conceptului de dezvoltare regională și a priorităților politicii de dezvoltare regională la nivel european și național
- ☛ I.2. Misiunea Regio în contextul politicii de dezvoltare regională; axe prioritare; impactul estimat
- ☛ I.3. Mesaje însușite - Calea spre proiecte de succes

**II. Programul Operațional Regional are o importanță componentă socio-economică**

- ☛ II.1 Promovarea egalității de șanse /dezvoltarea durabilă ca teme orizontale ale Regio;
- ☛ II.2 Un important rol în creșterea numărului locurilor de muncă; solidaritate - oamenii sunt beneficiarii finali ai investițiilor finanțate de Regio;
- ☛ II.3 Promovarea rezultatelor și a proiectelor de succes prin care comunitățile au reușit să se dezvolte în urma investițiilor prin Regio.

**III. Programul Operațional Regional este gestionat eficient și transparent**

- ☛ III.1 Explicarea mecanismului de acordare a finanțărilor și a structurilor care gestionează programul
- ☛ III.2. Prezentarea rezultatelor programului
- ☛ III. 3 Informarea asupra modului de alocare a fondurilor prin REGIO și a modalităților de control exercitate de AMPOR/OI ADR CENTRU în gestionarea fondurilor de către beneficiari

**IV. Rezultatele Programul Operațional Regional la nivelul Regiunii Centru continuă. Durabilitatea și sustenabilitate în implementarea**

- ☛ IV.1 Portofoliu de proiecte pentru viitoarea perioadă de programare financiară a Uniunii Europene
- ☛ IV.2 Explicarea mecanismului de acordare a viitoarelor finanțărilor și a structurilor care gestionează programul

\*\*\*\*\*



## 5. PUBLIC ȚINTĂ (grupuri țintă)

Ca urmare a analizei nevoilor de informare identificate prin cercetările calitative și cantitative, coroborate cu prevederile Programului Operațional Regional, au fost identificate cinci grupuri țintă principale pentru Planul de Comunicare. Fiecare dintre aceste grupuri țintă are nevoi specifice de informare și canale preferate de primire a informației.

### I. Potențialii beneficiari din Regiunea Centru:

- consiliile județene,
- consiliile locale ale orașelor,
- consiliile locale ale municipiilor,
- consiliile locale comunale,
- ONG-uri,
- instituții academice/de învățământ,
- IMM-uri,
- instituții de cult,
- furnizori de servicii sociale, acreditați în condițiile legii,
- asociații de dezvoltare intercomunitară,
- membrii CRESC,
- actori regionali, reprezentanții ai diverselor instituții locale sau organizații economico-sociale.

☛ **Nevoile de comunicare ale potențialilor beneficiari din Regiunea Centru se referă la:** oportunitățile de finanțare a proiectelor, transparența alocărilor de fonduri, criteriile de evaluare și selecție a cererilor de finanțare, modul de pregătire a unui proiect *matur*, modele de succes în dezvoltarea și implementarea proiectelor.

☛ **Mijloace de informare:** pagina web a Regio, birouri de informare, sesiuni de informare, conferințe locale, regionale și naționale, publicații, rețeaua de informare, mass-media.

### II. Beneficiarii programului Regio din Regiunea Centru

- orice entitate din județele Alba, Brașov, Covasna, Harghita, Mureș și Sibiu care beneficiază de finanțare prin Programul Operațional Regional (în urma procesului de evaluare și selecție a cererilor de finanțare).

☛ **Nevoi de comunicare:** drepturile și obligațiile beneficiarilor, contribuția asistenței comunitare, sistemul de achiziții publice, utilizarea identității vizuale a programului.

☛ **Mijloace de informare:** secțiune dedicată pe pagina web a Regio, e-mail, telefon, fax, sesiuni de informare, ghiduri de achiziții publice, ghiduri ale beneficiarilor, pagini sau secțiuni web a OI ADR CENTRU, publicații tematice, mass-media.

### III. Publicul general din Regiunea Centru

- Populația adultă din mediul urban,
- Populația adultă din mediul rural,
- Tineri (elevi, studenți).

☛ **Nevoi de comunicare:** Programul Regio sprijină dezvoltarea Regiunii Centru și reducerea inegalităților dintre zonele sale interne, precum și a decalajului față de regiunile dezvoltate

ale Europei, importanța asistenței financiare comunitare pentru dezvoltarea regiunii în particular și României în general, rezultatele obținute prin proiecte finanțate de Regio în regiune, transparența alocării fondurilor.

☛ **Mijloace de informare:** site, campanie media (în presa națională - TV, radio, net), broșuri, pliante, afișe, plăci permanente, publicație periodică tip „ziar/revistă”, campanie indoor și outdoor.

#### IV. Publicul intern din Regiunea Centru

- angajații ADR Centru, respectiv Ol ADR CENTRU
- angajații ADR Centru din serviciile suport,
- angajații din alte structuri partenieriale, colaboratoare în implementarea Programului Operațional Regional
- angajații din alte organisme intermediare ale programelor sectoriale,
- membrii rețelei Regio,
- CRESC.

☛ **Nevoi de comunicare:** brandul Regio, comunicarea rezultatelor obținute de proiectele finanțate prin Regio, comunicarea cu potențiali beneficiari /beneficiari /mass-media, criterii de evaluare și selecție ale proiectelor etc

☛ **Mijloace de informare:** sesiuni de informare, mailing list, întâlniri de lucru, seminarii.

**V. Mass media**, inclusiv presa națională, regională și locală, este un important grup țintă al Planului de comunicare, fiind, de asemenea, unul din cele mai importante mijloace pentru livrarea mesajelor către publicul general. De aceea, abordarea în ceea ce privește mass media se va concentra asupra transmiterii permanente de informații și noutăți referitoare la implementarea Regio, sesiunilor de informare și asupra vizitelor pe teren, astfel încât jurnaliștii să aibă informațiile necesare și să le înțeleagă.

☛ **Teme de comunicare:** Regio sprijină dezvoltarea Regiunii Centru și reducerea disparităților de dezvoltare; importanța asistenței comunitare pentru dezvoltarea Regiunii Centru și a României; rezultatele proiectelor finanțate prin Regio; transparența alocării fondurilor; criterii de evaluare și selecție; implementarea proiectelor este un proces laborios; proiecte de succes.

☛ **Mijloace de informare:** conferințe/briefing-uri de presă, sesiuni de informare, sesiuni de pregătire, comunicate de presă, știri transmise prin e-mail, articole de clarificare, secțiune dedicată pe site, vizite la proiecte.

Pe lângă grupurile identificate și menționate mai sus, au mai fost identificate două grupuri care, pot sprijini activitățile de comunicare ale Regio și care, pe de altă parte, trebuie informate în mod regulat asupra implementării Regio și a măsurilor de informare și publicitate. Acestea sunt:



- **grupuri de sprijin**

- o Reprezentanța Comisiei Europene la București
- o Parlamentul României
- o Punctele locale de informare europeană
- o Birouri de Consultanță pentru Cetățeni
- o Instituții academice/de cercetare academică
- o Prefecturi
- o Consiliile pentru Dezvoltare Regională
- o [Rețeaua Regio](#)

- **părți interesate**

- o Comisia Europeană
- o Parlamentul European
- o Guvernul României
- o Comitetul de monitorizare a Programului Operațional Regional

\*\*\*\*\*



## 6. MĂSURI ȘI ACTIVITĂȚI

### 6.1. Programarea activităților

Implementarea măsurilor de informare și publicitate pentru Programul Operațional Regional are în vedere faptul că este pentru prima oară când publicul român intră în contact cu acest tip de fonduri europene, precum și cu Programul Operațional Regional, dar, în același timp, dezvoltarea regională este un concept utilizat și în cazul fondurilor de pre-aderare. Având în vedere aceste premise, anul 2007 a fost dedicat familiarizării tuturor grupurilor țintă cu existența Programului Operațional Regional și a priorităților de finanțare susținute prin program. Acțiunile de informare și publicitate au fost susținute, în anul 2007, prin proiectul "Campanie de conștientizare pentru Programul Operațional Regional", finanțat prin programul PHARE 2004.

Programul Operațional Regional a fost lansat pe data de 13 iulie 2007, la Sibiu, printr-o conferință națională la care au fost invitați reprezentanții mass-media pentru informarea publicului general de existența programului, precum și despre obiectivele acestuia, și reprezentanții diverselor organizații și grupuri de suport, astfel încât toate categoriile de potențiali beneficiari să poată obține informații asupra oportunității de depunere de proiecte și obținerii de finanțare nerambursabilă Regio. La eveniment au fost prezenți aproximativ 70 de invitați, constând în reprezentanți ai autorităților centrale și locale și înalți oficiali din România și din Uniunea Europeană. De asemenea, la eveniment au participat aproximativ 40 de jurnaliști. Urmare a monitorizării presei post-eveniment, au fost identificate 27 de articole în presa scrisă și 11 articole în presa electronică, având drept subiect Regio.

Acest tip de evenimente, care să reunească atât reprezentanții mass-media, cât și reprezentanții diferitelor organizații și grupuri de sprijin, direct interesate de Programul Operațional Regional, va fi organizat periodic, cel puțin o dată pe an, pentru a face public atât stadiul implementării Regio și rezultatele deja obținute, cât și pentru a prezenta prioritățile politicii de dezvoltare regională în România în perioada următoare și suportul asistenței comunitare în atingerea acestor obiective.

Pentru anul 2008, precum și pentru anul 2009, acțiunile de informare și publicitate s-au axat, în principal, pe promovarea oportunităților de finanțare prin Programul Operațional Regional și a modului în care pot fi accesate fondurile europene, încurajând, astfel, o rată de absorbție cât mai ridicată.

Începând cu anul 2010, având în vedere că este anul în care vor fi vizibile rezultatele proiectelor demarate în 2007, măsurile de informare și publicitate vor fi axate pe promovarea impactului finanțărilor din Regio. În acest sens, pentru perioada 2011- 2015, acțiunile de informare și publicitate la nivel regional se vor axa, în principal, pe promovarea proiectelor de succes prin care comunitățile au reușit să se dezvolte în urma investițiilor prin Regio .

De asemenea, un aspect important de relevat în aceasta perioadă este acela al creșterii gradului de informare a beneficiarilor finanțărilor REGIO cu privire la drepturile și obligațiile lor contractuale, la importanța implementării corecte și eficiente a proiectelor demarate prin REGIO. În perioada 2012-2015, accentul va cădea asupra popularizării rezultatelor proiectelor implementate, ca modele de succes. De asemenea, acțiunile de

informare și publicitate vor avea drept scop promovarea priorităților și oportunităților de finanțare pentru viitoarea perioadă de programare.

## 6.2. Activități

Acțiunile prevăzute în acest plan sunt împărțite în 3 categorii principale, în funcție de grupurile țintă cărora li se adresează, nevoile de informare identificate și temele de comunicare prevăzute:

### A. Informare

☛ Include activități al căror scop principal este să furnizeze informații asupra a ceea ce este Regio, cum poți obține finanțare prin Regio, procesul de urmat de o aplicație de la depunere și până la monitorizare, care sunt rezultatele programului, etc. Grupurile țintă pentru aceste activități sunt potențialii beneficiari, beneficiarii și jurnaliștii, dar și celelalte categorii din grupurile țintă ale programului.

### B. Promovare

☛ Activitățile din această categorie sunt menite să prezinte informații generale despre Regio și rezultatele sale, informații care să pună accent pe beneficiile economice și sociale ale asistenței financiare oferite de UE prin Regio. Grupurile țintă pentru aceste activități sunt publicul general și jurnaliștii, dar și celelalte categorii din grupurile țintă ale programului.

### C. Evaluare

☛ Se va constitui într-un proces continuu, pe toată durata implementării acestui plan. Atât publicul intern, cât și actorii implicați în gestionarea programului vor fi beneficiarii acestor informații. Rezultatele evaluării vor constitui premisele elaborării și programării acțiunilor de comunicare în etapa următoare.

## A. INFORMARE

### I. Organizarea de conferințe/ sesiuni sau întâlniri de informare

Conferințele și sesiunile de informare sunt un mijloc eficace pentru contactul direct cu audiența și furnizarea mesajelor destinate grupurilor țintă.

Un număr semnificativ de evenimente de acest gen au avut și vor avea loc la nivelul Regiunii Centru, fiind implementate de OI ADR CENTRU. Fiecare domeniu major de intervenție a fost lansat la nivel regional în cadrul unor evenimente tip conferințe regionale completate cu conferințe de presă, pentru a mediatiza în întreaga regiune oportunitatea de accesare a fondurilor Regio. Anual sunt organizate de către OI ADR Centru o Conferință Regională de prezentare a implementării Planului de Comunicare, precum și o Conferință Regională de prezentare a programului Regio la nivel regional și a rezultatelor obținute.



De asemenea, vor mai fi organizate de către OI ADR Centru în colaborare cu partenerii și grupurile țintă:

1.4 Sesiuni/**întâlniri** de informare pentru jurnaliști, cu scopul să ofere acestora informațiile necesare pentru a înțelege asistența comunitară și programul și să informeze publicul în consecință. AMPOR va fi responsabil de organizarea acestor sesiuni pentru jurnaliștii din mass-media centrale, iar OI ADR CENTRU va organiza sesiuni similare la nivelul fiecărei regiuni.

1.5 Sesiunile/**întâlniri** de informare pentru potențialii beneficiari sunt concepute să le ofere acestora toate informațiile necesare pentru a dezvolta și implementa proiecte finanțate prin Regio. De asemenea, vor mai fi organizate sesiuni axate pe teme specifice pregătirii viitoarei perioade de programare financiară a Uniunii Europene, precum și stabilirea unui portofoliu de proiecte regionale.

1.6 Sesiuni/**întâlnirile** de informare pentru publicul intern, care trebuie să dețină cât mai multe informații despre Regio, fiind direct implicați în gestionarea programului. OI ADR CENTRU va organiza sesiuni de informare pentru angajații din cadrul OI ADR CENTRU și pentru categoriile cuprinse în lista acestui grup țintă.

1.7 Sesiuni /**întâlniri** de informare pentru beneficiari. Acestea vor avea rolul de a sprijini beneficiarii în procesul de implementare a proiectelor și de a prezenta, cu sprijinul unor specialiști, modalitățile de raportare, întocmirea cererilor de prefinanțare și a celor de rambursare, respectarea regulilor de identitate vizuală, gestionarea contractelor de lucrări, încredințarea contractelor de achiziție publică, etc.

1.8 Sesiuni de informare pentru Rețeaua Comunicatorilor Regio organizate la nivel regional în scopul diseminării rezultatelor Regio, multiplicării efectelor acțiunilor de promovare.

1.9. Sesiuni de informare pentru alte categorii ale publicului general cu rolul de a disemina informații referitoare la stadiul programului, rezultatele lui și beneficiile pe care proiectele finanțate prin REGIO le aduce la nivelul comunităților locale și regionale.

1.10. Alte evenimente de promovare sau informare stabilite prin planul anului de acțiuni de comunicare, destinate informării grupurilor țintă asupra evoluției programului, rezultatele obținute, calea către proiecte de succes, lecții învățate, greșeli frecvente și soluții aplicabile, necesități de informare, promovare, finanțare.

## II. Site-ul [www.regio.adrcentru.ro](http://www.regio.adrcentru.ro)

- Pagina Regio ([www.regio.adrcentru.ro](http://www.regio.adrcentru.ro)), administrată de către OI ADR CENTRU conține toate informațiile relevante la nivel regional referitoare la Programul Operațional Regional, stadiul de implementare, rezultatele programului și alte informații de ultimă oră. Acestea vor fi actualizate în permanență.

Informațiile privind proiectele finanțate din Regio, la nivel Regiunii Centru vor fi oferite AM de OI ADR CENTRU, periodic, pentru a asigura transparența utilizării fondurilor.

Informațiile privind implementarea programului la nivelul Regiunii Centru, conținute de site-ul web dedicat Regio se vor reflecta, în mod corespunzător, pe pagina web a OI ADR CENTRU.

### III. Birouri de informare

Biroul de informare al OI ADR CENTRU va facilita accesul celor interesați la sursele de informare despre accesarea finanțării prin Regio, situația implementării REGIO la nivel național, regional etc, vor oferi informații despre proiectele dezvoltate în fiecare regiune, asigurând transparența utilizării fondurilor europene. OI ADR CENTRU va raporta AMPOR trimestrial sinteza solicitărilor de informații primite, necesară structurării acțiunilor de comunicare ulterioare, pentru a veni în întâmpinarea nevoilor de informare identificate prin acest instrument.

Un birou de informare (helpdesk) la nivel de AMPOR va fi principalul punct de informare pentru toate OI-urile. Acesta va îndeplini funcțiile de informare a tuturor celor interesați și de monitorizare a domeniilor de interes ale acestora.

### IV. Publicațiile

OI ADR CENTRU realizează publicații cu tematici relevante la nivel regional. Acestea pot fi tipărite electronic sau hard copy. Ca și tip de publicație, OI ADR Centru va edita broșuri, pliante, reviste, newsletter, precum și alte formate, în cazul în care le consideră necesare, pentru promovarea și informarea grupurilor țintă.

Publicațiile AMPOR de diverse tipuri vor putea fi distribuite la nivel regional, ca urmare a acordului cadru și a contractelor de finanțare încheiate între ADR Centru și MDRT. ADR Centru va susține MDRT în realizarea diverselor publicații proprii prin furnizarea informațiilor solicitate referitoare la stadiul implementării programului Regio sau alte informații regionale relevante.

În funcție de nevoile de informare identificate prin intermediul studiilor realizate la sfârșitul fiecărui an, vor fi dezvoltate și alte publicații, stabilite, de comun acord, de către AMPOR și OI ADR CENTRU.

### V. Relația mass-media

Pentru menținerea unei bune relații cu presa și informarea acesteia în mod constant și corect se vor organiza conferințe de presă și vizite la diferite proiecte. Reprezentanții mass-media vor fi informați permanent, prin intermediul comunicatelor de presă, asupra noutăților din cadrul implementării programului Regio, precum și alte activități legate de derularea fondurilor structurale din Regiunea Centru.

Pagina de internet a Regio în Regiunea Centru dispune de o secțiune ce conține informații de ultimă oră, comunicate, instrucțiuni, evenimente și imagini, ce pot fi accesate permanent de către mass media regională și publicul larg.

Comunicatele de presă sunt emise de OI ADR CENTRU ori de câte ori există informații ce respectă caracteristicile unei știri.

### VI. Rețeaua comunicatorilor REGIO<sup>3</sup>

<sup>3</sup> În februarie 2010, a avut loc prima întâlnire a membrilor rețelei și s-a aprobat Regulamentul de Organizare și funcționare al acesteia.

Pentru a transmite mesajul unei audiențe cât mai largi, măsurile de informare și publicitate trebuie să aibă un efect multiplicator. De aceea, eforturile de comunicare vor fi sprijinite atât de Autoritatea de Management POR și de Organismul Intermediar ADR Centru, cât și de alte instituții și oameni care au expertiza și instrumentele pentru a atinge grupurile țintă.

Având în vedere succesul Rețelei Multiplicatorilor de Informație Europeană, înființată în perioada pre-aderare de către Delegația Comisiei Europene la București, Autoritatea de Management și Organismele Intermediare ale REGIO și-au unit eforturile pentru dezvoltarea unui organism similar, axat pe promovarea Regio și a conceptului de dezvoltare regională. În acest scop, este valorificată experiența acumulată de Reprezentanța Comisiei Europene din gestionarea activităților rețelei naționale de comunicatori.

Rețeaua comunicatorilor Regio include instituții publice (regionale și locale), organizații non-guvernamentale, instituții academice, asociații profesionale și mass-media. La dezvoltarea rețelei se vor identifica teme comune pentru subrețelele regionale, astfel încât rețeaua să funcționeze cât mai bine din punct de vedere al interesului pentru o anumită temă. De asemenea, se va realiza o platformă online/forum de discuții pe site-ul Regio ([www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro)). OI ADR CENTRU va invita aceste instituții/organizații să se alăture rețelei și le vor sprijini, împreună cu AM, în activitățile lor de comunicare. Acest sprijin se va materializa prin întâlniri naționale și regionale, sesiuni de informare, intranet, experți care să participe la activitățile comunicatorilor. În acest fel, vor fi sprijiniți membrii rețelei să dezvolte activități de comunicare în comunitățile lor locale și regionale.

Pentru transmiterea în timp real a informațiilor se va utiliza mailing-ul direct către toți membri rețelei.

## **B. PROMOVARE**

### **VII. Campanie media radio, și TV**

OI ADR CENTRU va realiza periodic campanii media pentru creșterea gradului de conștientizare asupra oportunităților de finanțare prin Regio și asupra rezultatelor produse de proiectele finanțate prin acest program.

Se vor produce și difuza spoturi TV/radio, fillere TV, emisiuni radio și TV care vor promova proiecte de succes, pentru a mediatiza cât mai mult impactul Regio în Regiunea Centru.

Selecția canalelor media pe care se vor difuza spoturile/fillere TV și radio, se va face conform prevederilor legislației achizițiilor publice în vigoare.

La cerere, spoturile produse, împreună cu filler-ele (filme de mici dimensiuni) care vor prezenta mai multe detalii despre proiectele de succes vor fi puse pe CD, DVD și distribuite administrației publice, birourilor de informare și altor centre de informare locale și regionale, dar și altor categorii de grupuri țintă.

De asemenea, toate materialele multimedia vor fi postate pe site-ul [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro) și pe site-ul dedicat Regio, ale OI ADR CENTRU, dacă și condițiile tehnice o permit.

AMPOR va avea responsabilitatea organizării campaniilor în mass-media centrală, în timp ce OI ADR CENTRU se va adresa mass-mediei reprezentativă pentru regiune.

## VIII. Campania în presa scrisă:

OI ADR CENTRU va derula această activitate la nivelul Regiunii Centru.

Va include

- ❑ Inserturi publicitare
- ❑ Anunțuri
- ❑ Publicare de articole
- ❑ Știri
- ❑ Comunicate de presă

Deoarece gradul de interes la nivel local în comunicarea cu potențialii beneficiari este foarte ridicat, majoritatea materialelor în presa scrisă vor fi realizate și publicate în ziarele locale.

## IX. Campanie online: bannere electronice

Se vor produce bannere electronice pentru a fi derulate pe paginile de internet de interes pentru publicul Regio. Promovarea online se va intensifica datorită dezvoltării și eficienței pe care comunicarea electronică a câștigat-o în ultimii ani, tehnologia având o puternică influență asupra modului în care se derulează activitățile de comunicare.

Pentru optimizarea rezultatelor, se pot alege publicitatea contextuală și geotargetarea, precum și folosirea unor elemente inovative în materie de publicitate web: VVN, sliding banner, etc.

## X. Campanie indoor instituții publice: infochioscuri, totemuri, roll-up

Pentru realizarea acestui obiectiv, la nivel regional, ADR Centru a demarat în anul 2009 un parteneriat cu consiliile județene și primăriile reședință de județ, pentru a sprijini OI ADR Centru în informarea și promovarea Regio.

## XI. Campanii stradale

Aceste campanii includ afișe, panouri de mari dimensiuni, bannere stradale și vor susține celelalte măsuri de informare și publicitate, la nivel regional și local.

OI ADR CENTRU poate derula campanii outdoor, potrivit obligațiilor asumate prin contractul de finanțare pe DMI 6.2, inclusiv în orașele care beneficiază de rezultatele implementării proiectelor finanțate prin Regio.

## XII. Materiale promoționale

Vor fi produse sau achiziționate și inscripționate materiale promoționale cu elementele de identitate vizuală Regio, pentru a susține promovarea derulată prin intermediul acțiunilor menționate anterior.



**Notă:** *Toate materialele produse în cadrul acestor măsuri și acțiuni vor purta elementele de identitate vizuală în conformitate cu Manualul de identitate vizuală pentru Regio.*

OI ADR Centru va desfășura activitățile mai sus menționate la nivel regional, conform indicatorilor propuși, a planurilor de acțiune și a cererilor de finanțare aprobate. Activitățile sunt programate anual, suferind modificări în funcție de nevoile identificate la nivel regional. Programarea anuală se face prin planul de acțiuni anual ce se va elabora și transmite MDRT în luna noiembrie a anului anterior celui vizat.

**MĂSURILE DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE DETALIAATE MAI SUS  
SUNT SINTETIZATE ASTFEL:**



| Nr. crt | MĂSURI/ ACTIVITĂȚI          | PRODUSE / REZULTATE                                                                                             | RESPONSABIL       | GRUPURI ȚINTĂ VIZATE                                                                                                            | PERIOADA DE IMPLEMENTARE                        |
|---------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| A.      | INFORMARE                   |                                                                                                                 |                   |                                                                                                                                 |                                                 |
| I.      | I. Organizare de evenimente | - I.1 Conferința regională de lansare Regio la nivelul Regiunii Centru                                          | AM, OI ADR CENTRU | - Potențialii beneficiari<br>- Mass media<br>- Publicul general                                                                 | 2007                                            |
|         |                             | - I.2 Lansări regionale DMI                                                                                     | OI ADR Centru     | - Mass media<br>- Publicul general<br>- Potențialii beneficiari<br>- Beneficiari<br>- Organisme Intermediare<br>- Rețeaua Regio | Începând cu 2007, ori de câte ori a fost nevoie |
|         |                             | - I.3 Conferință Regională de prezentare a implementării a Planului de Comunicare.                              | OI ADR Centru     | - Mass media<br>- Publicul general<br>- Potențialii beneficiari<br>- Beneficiari<br>- Organisme Intermediare<br>- Rețeaua Regio | Începând cu 2008, anual până în 2013            |
|         |                             | - I.4 Conferință Regională de prezentare programului Regio la nivel regiunii Centru și a rezultatelor obținute. | OI ADR Centru     | - Mass media<br>- Publicul general<br>- Potențialii beneficiari<br>- Beneficiari<br>- Organisme Intermediare<br>- Rețeaua Regio | Începând cu 2008, anual                         |

| Nr. crt | MĂSURI/ ACTIVITĂȚI                            | PRODUSE / REZULTATE                                                                                                  | RESPONSABIL                                 | GRUPURI ȚINTĂ VIZATE                                                                                                                                                       | PERIOADA DE IMPLEMENTARE       |
|---------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
|         |                                               | - I.4. Sesiuni de informare și pentru jurnaliștii din Regiunea Centru.                                               | OI ADR CENTRU - nivel local                 | - Mass media                                                                                                                                                               | Iarnă/ vară 2007-2015          |
|         |                                               | - I.5. Organizare de expoziții regională de proiecte                                                                 | OI ADR CENTRU va susține MDRT în organizare | - Potențialii beneficiari                                                                                                                                                  | 2011-2015                      |
|         |                                               | - I.6. Sesiuni de informare pentru publicul intern                                                                   | OI ADR CENTRU                               | - Publicul intern                                                                                                                                                          | Primul semestru al fiecărui an |
|         |                                               | - I.7 Sesiuni de informare pentru potențialii aplicanți                                                              | OI ADR CENTRU                               | - Potențialii beneficiari                                                                                                                                                  | 2007 - 2010                    |
|         |                                               | - I.8 Sesiuni de informare pentru beneficiari                                                                        | OI ADR CENTRU                               | - Beneficiari                                                                                                                                                              | 2008 - 2013                    |
|         |                                               | - I.9. Alte evenimente de promovare sau informare stabilite prin planul anul de acțiuni de comunicare                | OI ADR CENTRU                               | - Public țintă REGIO                                                                                                                                                       | 2010 - 2013                    |
| II.     | II. Creare, întreținere, actualizare web site | - Regio ADR Centru<br>- Newsletter electronic Focus Regio Centru<br>- Catalogul surselor de finanțare nerambursabilă | OI ADR CENTRU                               | Toate grupurile țintă menționate:<br>- potențialii beneficiari<br>- beneficiarii Regio<br>- publicul general<br>- mass-media<br>- publicul intern<br>- comunicatorii Regio | 2007-2015                      |

| Nr. crt | MĂSURI/ ACTIVITĂȚI                | PRODUSE / REZULTATE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | RESPONSABIL                                                                            | GRUPURI ȚINTĂ VIZATE                                             | PERIOADA DE IMPLEMENTARE |
|---------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| III.    | III. Birouri de informare         | - Biroul de informare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | OI ADR CENTRU                                                                          | - Potențialii beneficiari<br>- Publicul general                  | 2007-2015                |
| IV.     | IV. Publicații                    | - <i>Pliante, reviste, broșuri sau alte tipuri de publicații</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | OI ADR Centru                                                                          | - Publicul general<br>- Potențialii beneficiari<br>- Beneficiari | 2007-2013                |
| V.      | V. Relații cu mass-media          | Evenimente pentru presă (conferințe/briefing-uri de presă, vizite la proiecte de succes), apariții TV ale purtătorilor de imagine ai OI Centru, realizarea de parteneriate cu presa scrisă, audio sau TV în vederea promovării Regio, transmiterea de știri/comunicate de presă/articole pentru mass media, inclusiv cele online.<br>Realizarea de emisiuni dedicate REGIO. | OI ADR CENTRU                                                                          | - Mass media                                                     | 2007-2015                |
| VI.     | VI. Rețeaua comunicatorilor REGIO | - 1 rețea regională ce va face parte din rețeaua națională                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | -OI ADR CENTRU creează, transmite la AM și actualizează baza de date la nivel regional | - Potențialii beneficiari<br>- Publicul general                  | 2008-2015                |

| Nr. crt   | MĂSURI/ ACTIVITĂȚI                                                | PRODUSE / REZULTATE                                                           | RESPONSABIL   | GRUPURI ȚINTĂ VIZATE                                        | PERIOADA DE IMPLEMENTARE |
|-----------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------|
| <b>B.</b> | <b>PROMOVARE</b>                                                  |                                                                               |               |                                                             |                          |
| VII.      | Campanie media: TV și radio                                       | Spoturi TV și radio<br>Fillere<br>Emisiuni / Interviuuri / Reportaje<br>Știri | OI ADR CENTRU | - Publicul general<br>- Potențialii beneficiari             | 2008-2013                |
| VIII      | Campanie în presă scrisă                                          | Articole, insertii de presă, machete de presă                                 | OI ADR CENTRU | - Publicul general<br>- Potențialii beneficiari             | 2008-2013                |
| IX.       | Campanie online                                                   | Bannere electronice                                                           | OI ADR CENTRU | - Publicul general<br>- Potențialii beneficiari             | 2011-2013                |
| X.        | Campanie indoor instituții publice                                | Totemuri, roll-up                                                             | OI ADR CENTRU | - Publicul general                                          | 2010 - 2013              |
| XI.       | Campanie outdoor                                                  | Afișe distribuite                                                             | OI ADR Centru | - Publicul general                                          | 2007-2015                |
|           |                                                                   | Panouri                                                                       | OI ADR CENTRU | - Publicul general                                          | 2009-2013                |
|           |                                                                   | Bannere                                                                       | OI ADR CENTRU | - Publicul general                                          | 2009-2013                |
| XII.      | Producere/achiziționare și inscripționare de obiecte promoționale | Materiale, obiecte promoționale (e.g. obiecte ce poartă sigla Regio)          | OI ADR CENTRU | - Potențialii beneficiari<br>- Beneficiarii<br>- Mass media | 2007-2013                |

Activitățile vor fi detaliate și completate în Planurile anuale de acțiuni, care se întocmesc în conformitate cu procedurile interne în luna noiembrie pentru anul următor de programare.

## Programarea activităților de informare și publicitate în perioada 2007 - 2015:

(se va bifa generic căsuța aferentă anului pentru măsuri sau a trimestrului pentru activități când vor avea loc evenimentele,

\* frecvență programată anuală dar nu este stabilită exact perioada).

| Perioada                                                                      | 2007 |    |     |    | 2008 |    |     |    | 2009 |    |     |    | 2010 |    |     |    | 2011 |    |     |    | 2012 |    |     |    | 2013 |    |     |    | 2014 |    |     |    | 2015 |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------------------------|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|--|--|--|
| Măsura/activitatea                                                            | I    | II | III | IV | I    | II | III | IV | I    | II | III | IV | I    | II | III | IV | I    | II | III | IV | I    | II | III | IV | I    | II | III | IV | I    | II | III | IV |      |  |  |  |
| Conferința regională pentru lansarea POR                                      |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Conferința regională de prezentare a realizărilor POR                         |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Conferința regională prezentare Raport anual implementarePCPOR                |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Sesiuni de informare pentru jurnaliști *2 anual                               |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Sesiuni de informare potențiali beneficiari *ori de câte ori e cazul          |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Sesiuni de informare pentru publicul intern *cel puțin 2 anual                |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Sesiuni de informare pentru beneficiari *ori de câte ori e cazul              |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Alte evenimente de tipul sesiunilor *ori de câte ori e cazul                  |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Website ADR Centru, Regio regional                                            |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Birou de informare *ori de câte ori e cazul                                   |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Publicații ADR Centru și distribuie publicații Regio *ori de câte ori e cazul |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Relații cu mass media                                                         |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Rețeaua de informare Regio                                                    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Campanie media Radio TV, conform contractelor                                 |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Campanie media în presa scrisă - parteneriate                                 |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Campanie media stradală -minim 3 luni anual                                   |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Campanie online                                                               |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Campanie indoor                                                               |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |
| Producție și distribuție materiale promoționale                               |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |    |     |    |      |  |  |  |

## 7. ALOCAREA FINANCIARĂ INDICATIVĂ

Suma alocată pentru activități de informare și publicitate pentru perioada de programare 2007-2013 este de 21,351,700.00 de euro, din care:

6,367,200.00 de euro pentru acțiuni de informare și publicitate derulate la nivel regional de către OI-uri, din care 694,028 euro buget estimativ alocat OI ADRCENTRU.

| Măsura                            |                                             | 2007* <sup>4</sup> | 2008    | 2009    | 2010    | 2011    | 2012    | 2013      |
|-----------------------------------|---------------------------------------------|--------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| <b>OI -uri Total</b>              |                                             |                    |         |         |         |         |         |           |
| 1                                 | Informare, promovare                        | 680,000            | 880,000 | 912,000 | 951,232 | 960,000 | 984,000 | 1,000,000 |
| Total buget (EURO):               |                                             | 6,367,200.00       |         |         |         |         |         |           |
| 2.                                | OI ADR Centru =10,9% din buget OI-uri total | 74,120             | 95,920  | 99,408  | 103,684 | 104,640 | 107,256 | 109,000   |
| Total buget OI ADR Centru (EURO): |                                             | 694,028            |         |         |         |         |         |           |

<sup>4</sup>Activitățile de informare și publicitate pentru POR derulate de către AM POR în 2007 au fost susținute prin proiectul "Campanie de informare pentru Regio", finanțat prin PHARE 2004

<sup>8</sup> Pentru anii 2008 și 2009, sumele cheltuite au fost 800000 lei, respectiv 1575000 lei.

## 8. RESPONSABILITĂȚI

Principalii actori care asigură livrarea adecvată și la timp a activităților de comunicare sunt:

- **Autoritatea de management pentru Regio**
- **Organismele intermediare pentru Regio**
- **Beneficiarii Regio**

Rolurile și responsabilitățile sunt împărțite pe 3 niveluri:

- La nivel național:

**AM POR** este responsabilă pentru implementarea măsurilor de informare și publicitate, conform planului de comunicare având în vedere utilizarea unor canale adecvate, potrivite pentru diseminarea informațiilor și comunicare în general. **AM POR** implementează o gamă largă de activități în colaborare cu **OI ADR CENTRU**, printre care:

- o coordonarea campaniei media la nivel național;
- o organizarea conferințelor de lansare, raport anual și încheiere a Regio;
- o dezvoltarea și diseminarea materialelor publicitare (e.g. fluturași, broșuri);
- o actualizarea website-ului dedicat Regio;
- o publicarea pe site a listei beneficiarilor, inclusiv denumirea proiectului și suma alocată acestuia din fonduri publice;
- o organizarea sesiunilor de briefing, seminariilor și conferințelor pentru reprezentanții media, solicitanți și beneficiari, asigurând conformitatea cu cerințele UE;
- o sprijinirea **OI ADR CENTRU** în implementarea acțiunilor proprii de comunicare;
- o informarea Comitetului de Monitorizare pentru Regio asupra progresului înregistrat în implementarea Planului de comunicare, a măsurilor întreprinse și a căilor de comunicare utilizate;
- o transmiterea informațiilor de interes general și specifice către **ACIS** și către grupul de comunicare pentru Instrumentele Structurale;
- o arborarea steagului Uniunii Europene pe durata unei săptămâni, începând cu data de 9 mai a fiecărui an, la sediul Autorității de management;
- o evaluarea anuală a planului de comunicare și, după caz, propunerea de modificare a acestuia.

- La nivel regional:

**OI POR** au un rol extrem de important în implementarea Planului de comunicare la nivel regional și local. Atribuțiile **OI ADR CENTRU** includ:

- o pregătirea, implementarea și monitorizarea planurilor proprii de comunicare;
- o elaborarea și transmiterea rapoartelor (semestriale și anuale) asupra Planului de Comunicare către **AM**;
- o elaborarea și transmiterea rapoartelor (trimestriale) asupra Planului de Comunicare către **MDRT** pentru **ACIS**;
- o transmiterea către **AM** a informațiilor necesare pentru actualizarea website-ului și pentru redactarea materialelor informative;
- o coordonarea campaniei media la nivel regional și local;

- o realizarea publicității adecvate a programului, prin diseminarea materialelor publicitare și informative relevante;
- o actualizarea website-ului regional dedicat Regio; dezvoltarea și diseminarea materialelor de informare și promovare, elaborare obiecte promoționale proprii;
- o gestionarea relației cu mass media locală (organizare bază de date jurnaliști, organizare conferințe de presă, seminarii de informare, transmitere comunicate de presă, editare articole, știri, monitorizare presă locală)
- o organizarea sesiunilor de informare pentru potențialii aplicanți și beneficiari, precum și pentru celelalte grupuri țintă specifice
- o funcționarea biroului de informare regionale din cadrul OI ADR CENTRU
- o elaborarea și transmiterea rapoartelor asupra activității biroului de informare către AM
- o organizare conferințe regionale de lansare domenii de intervenție, prezentare stadiu anual de implementare Regio, conferința de închidere regională
- o colectare informații privind impactul măsurilor de informare și publicitate implementate la nivel regional pentru Regio.
- o avizarea materialelor publicitare, de informare și promovare, emise de către beneficiarii Regio, în vederea respectării MIV aplicabil cererilor de finanțare.

- La nivel local:

**Beneficiarii Regio** vor fi responsabili de informarea publicului asupra asistenței obținute prin Regio, în conformitate cu legislația europeană în vigoare:

- o îndeplinirea activităților de informare și publicitate prevăzute în Anexa II a Contractului de finanțare
- o realizarea raportului asupra măsurilor de informare și publicitate
- o realizarea de produse de informare și publicitate în acord cu Manualul de Identitate Vizuală pentru Regio, pentru proiectele finanțate în cadrul programului
- o crearea unui dosar tipărit ce conține produsele de informare și publicitate realizate
- o anunțarea, prin comunicate de presă, a începerii și finalizării unui proiect.

\*\*\*\*\*



## 9. RAPORTARE ȘI EVALUARE

Evaluarea activităților de informare și publicitate din cadrul Planului de comunicare va avea în vedere următoarele:

- gradul de conștientizare a publicului țintă asupra acțiunilor comune ale României și Uniunii Europene,
- co-finanțarea UE în cadrul Regio,
- rolul ADR Centru și a celorlalte instituții implicate în implementarea Regio,
- utilizarea fondurilor alocate prin Regio,
- rezultatele urmărite și obținute la nivel regional.

O asemenea evaluare va contribui la definirea mai precisă a viitoarelor activități de comunicare, realizându-se, în principal, prin cercetări calitative și/sau cantitative, pe baza:

- **Sondajelor de opinie**
- **Interviuri de tip focus - grup**
- **Monitorizare articole de presă**

Studiile pentru evaluarea măsurilor de informare și publicitate întreprinse vor fi realizate de companii specializate. Studiile propuse mai sus au ca scop aflarea răspunsurilor la următoarele întrebări:

- Care este nivelul de informare cu privire la Regio al diferitelor grupuri-țintă?
- Prin ce canal/canale media a primit publicul țintă informațiile?
- Prin ce canal media preferă publicul țintă să primească informațiile?
- Mesajul trimis publicului țintă a răspuns așteptărilor acestuia?

**Evaluarea finală a Planului de comunicare pentru Regio 2007-2013 va fi realizată la închiderea programului, în vara anului 2015.**

## 9.1. Indicatori de evaluare

La nivel regional indicatorii propuși de către OI ADR Centru sunt estimați conform procedurilor de lucru admise și aprobate prin MPI Informare și Publicitate, Documentul Cadru de Implementare, instrucțiuni MDRT, cereri de finanțare sau orice alte documente și prevederi legale, aplicabile.

Evaluarea se va realiza pe baza următoarelor criterii:

a) la nivel de program (indicatori de impact)

- Gradul de informare al publicului general (cât de informat este publicul) cu privire la program (axele prioritare și domeniile majore de intervenție) și rolul Uniunii Europene;
- Interes pentru finanțarea din program;
- Succesul programului;

Evaluarea impactului cu privire la Gradul general de conștientizare referitor la rolul Uniunii Europene, referitor la existența Regio și a Gradului de informare referitor la rezultatele și beneficiile REGIO se realizează pe baza unor studii de către AM POR, la nivel național. Acestea se cuantifică prin analiza procentelor din populație care a auzit/știe de existența Regio, a procentelor din populație care cunoaște rolul UE în dezvoltarea regională și a procentelor din populație cunoaște care sunt tipurile de investiții susținute de REGIO, fiind comparate valorile din 2007 (inițială), 2010 (intermediară) și 2015 (finală). Informații relevante despre impactul programului la nivel regional pot fi obținute prin studii sau cercetări asupra opiniei publice, sau a unor grupuri țintă, și de către ADR Centru, în calitate de OI pentru POR, pe baza reglementărilor de întocmire a cererilor de finanțare.

b) La nivelul activităților programului

### A) Indicatori de eficiență

Vor fi efectuate, în mod regulat, cercetări calitative și cantitative pentru a măsura schimbările în ceea ce privește nivelul de transparență și cunoaștere (e.g. cunoștințe despre fondurile alocate prin Regio, percepția despre dezvoltare regională și fonduri europene). Raportul Anual va evidenția aceste modificări și rezultatele obținute.

Toate acțiunile întreprinse vor fi evaluate în termeni cantitativi: număr de vizitatori pe site, număr de publicații distribuite, număr de vizitatori la birourile de informare, număr de evenimente organizate etc.

### B) Indicatori de calitate

Acești indicatori vor evalua fiecare măsură, acțiune și produs în ceea ce privește calitatea și consistența. Metodologia utilizată pentru obținerea acestor date va fi interviuarea grupurilor țintă prin sondaje sau interviuri de tip focus grup.

\*\*\*\*\*

| OI ADR Centru |                      |                                                                                               |                                                                                |                       |                       |                       |
|---------------|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Nr.           | Acțiuni              | Grupuri țintă                                                                                 | Evaluare                                                                       |                       |                       |                       |
|               |                      |                                                                                               | Indicatori                                                                     | 2007<br>-rezultate an | 2010<br>-rezultate an | 2013<br>-rezultate an |
| A. INFORMARE  |                      |                                                                                               |                                                                                |                       |                       |                       |
| I.            | Conferințe regionale | -potențiali beneficiari<br>-beneficiari<br>-mass-media<br>-publicul general<br>-rețeaua Regio | indicatori de rezultat                                                         |                       |                       |                       |
|               |                      |                                                                                               | -număr mediu de participanți (la 1 eveniment)                                  | 30                    | 40                    | 40                    |
|               |                      |                                                                                               | -număr mediu de articole de presă publicate (urmare a unui eveniment)          | 10                    | 15                    | 20                    |
|               |                      |                                                                                               | -număr mediu de materiale distribuite (la un eveniment)                        | 30                    | 80                    | 120                   |
| II.           | Sesiuni de informare | -potențiali beneficiari<br>-beneficiari<br>-mass media<br>-public intern                      | indicatori de rezultat                                                         |                       |                       |                       |
|               |                      |                                                                                               | -număr total de participanți                                                   | 150                   | 280                   | 320                   |
|               |                      |                                                                                               | -număr cumulat de sesiuni                                                      | 5                     | 8                     | 8                     |
|               |                      |                                                                                               | indicatori de impact (extrași din chestionare)                                 |                       |                       |                       |
|               |                      |                                                                                               | - gradul de satisfacere a nevoii de informare asupra POR (chestionare interne) | -                     | 68%                   | 82%                   |

| OI ADR Centru |                      |                                                                                                                |                                                                                                                                       |                       |                       |                       |
|---------------|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Nr.           | Acțiuni              | Grupuri țintă                                                                                                  | Evaluare                                                                                                                              |                       |                       |                       |
|               |                      |                                                                                                                | Indicatori                                                                                                                            | 2007<br>-rezultate an | 2010<br>-rezultate an | 2013<br>-rezultate an |
|               |                      |                                                                                                                | - grad de conștientizare privind oportunitățile de finanțare prin Regio raportat la începutul perioadei de implementare (studii MDRT) | 0                     | 35%                   | 55%                   |
| III.          | Site-ul Regio        | - publicul general<br>-potențiali beneficiari<br>-organismele intermediare<br>- mass media<br>-publicul intern | <b>indicatori de rezultat</b>                                                                                                         |                       |                       |                       |
|               |                      |                                                                                                                | -număr vizite secțiunea Regio și site regional Regio                                                                                  | 0                     | 102.000               | 110.000               |
|               |                      |                                                                                                                | -număr de abonați newsletter electronic                                                                                               | 0                     | 2.800                 | 3.000                 |
|               |                      |                                                                                                                | <b>indicatori de calitate</b>                                                                                                         |                       |                       |                       |
|               |                      |                                                                                                                | -interes documentare, accesibilitate (măsurat prin „returning visitors”)                                                              | 0                     | 40%                   | 46%                   |
| IV.           | Birouri de informare | -potențiali beneficiari<br>-publicul general                                                                   | <b>indicatori de rezultat</b>                                                                                                         |                       |                       |                       |
|               |                      |                                                                                                                | -număr solicitări de informații solutionate de la grupul țintă (vizite, mailuri, fax-uri, etc )                                       | 340                   | 461                   | 250                   |
|               |                      |                                                                                                                | -număr de publicații distribuite                                                                                                      | 0                     | 36.202                | 45.000                |
| V.            | Publicații           | -potențiali                                                                                                    | <b>indicatori de rezultat</b>                                                                                                         |                       |                       |                       |

| OI ADR Centru |                                               |                                                  |                                               |                       |                                      |                       |
|---------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| Nr.           | Acțiuni                                       | Grupuri țintă                                    | Evaluare                                      |                       |                                      |                       |
|               |                                               |                                                  | Indicatori                                    | 2007<br>-rezultate an | 2010<br>-rezultate an                | 2013<br>-rezultate an |
|               |                                               | beneficiari<br>-publicul general<br>-beneficiari | -număr exemplare publicații proprii tipărite  | 0                     | 15.200                               | 16.000                |
| VI.           | Rețeaua comunicatorilor Regio                 | - potențiali beneficiari<br>- publicul general   | indicatori de rezultat                        |                       |                                      |                       |
|               |                                               |                                                  | - număr de membri                             | 0                     | 97                                   | 110                   |
|               |                                               |                                                  | - evenimente organizate                       | 0                     | 2                                    | 2                     |
| B. PROMOVARE  |                                               |                                                  |                                               |                       |                                      |                       |
| -VII.         | Campanii mass-media (TV, radio, presa scrisă) | -mass-media                                      | indicatori de rezultat                        |                       |                                      |                       |
|               |                                               |                                                  | -număr comunicate/in-formări/anunțuri editate | 0                     | 62                                   | 30                    |
|               |                                               |                                                  | -număr de spoturi radio-tv produse            | 0(tv)<br>0(radio)     | 0(tv)<br>3 (radio produse 2009/2010) | 1 (tv)<br>5 (radio)   |
|               |                                               |                                                  | - fillere TV                                  | -                     | 1                                    | 1                     |
|               |                                               |                                                  | -emisiuni TV și radio                         | -                     | 4 (tv)                               | -                     |
|               |                                               |                                                  | -numărul de materiale de presă publicate      | 77                    | 420                                  | 840                   |
| VIII.         | Campanie online                               | publicul general<br>potențiali beneficiari       | indicatori de rezultat                        |                       |                                      |                       |
|               |                                               |                                                  | - nr de bannere realizate                     | 0                     | 0                                    | 1                     |
|               |                                               |                                                  | - nr de afișări                               | 0                     | 0                                    | 50.000                |
| IX.           | Campanie indoor                               | publicul general                                 | indicatori de rezultat                        |                       |                                      |                       |

| OI ADR Centru |                                                 |                                                           |                                                 |                       |                                                                  |                                     |
|---------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Nr.           | Acțiuni                                         | Grupuri țintă                                             | Evaluare                                        |                       |                                                                  |                                     |
|               |                                                 |                                                           | Indicatori                                      | 2007<br>-rezultate an | 2010<br>-rezultate an                                            | 2013<br>-rezultate an               |
|               | (parteneriat instituții publice)                | potențiali beneficiari                                    | - nr. de totem-uri și roll-up livrate           | 0                     | 6 totem-uri<br>6 roll-up                                         | 6 totem-uri<br>6 roll-up<br>afisate |
| X.            | Campania outdoor:<br>afișe, panouri,<br>bannere | -potențiali<br>beneficiari<br>-publicul general           | <b>indicatori de rezultat</b>                   |                       |                                                                  |                                     |
|               |                                                 |                                                           | -număr de materiale produse/distribuite/afișate | 0 afișe               | 135 afișe<br>AMPOR,<br>6 panouri<br>(afisate 2009),<br>6 bannere | 200 afișe,<br>6 bannere             |
| XI.           | Materiale promoționale                          | -potențiali<br>beneficiari<br>-beneficiari<br>-mass-media | <b>indicatori de rezultat</b>                   |                       |                                                                  |                                     |
|               |                                                 |                                                           | -număr de materiale realizate                   | 0                     | 3.401                                                            | 3.000                               |

Anexa 1 - Lista persoanelor de contact

| Nr. crt. | Instituția    | Nume                                       | Funcția                                                         | Tel/Fax                                         | Adresă e-mail                                                                                                                                    |
|----------|---------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | AM POR-MDRT   | Maria-Ionela CAPRIAN<br>Andreea MIHALCIOIU | Coordonator comunicare<br>Supleant<br>Coordonator<br>Comunicare | (+4037) 2111243<br>(+4037) 2111630              | <a href="mailto:ionela.caprian@mdrt.ro">ionela.caprian@mdrt.ro</a><br><a href="mailto:andreea.mihalcioiu@mdrt.ro">andreea.mihalcioiu@mdrt.ro</a> |
| 2.       | OI-ADR Centru | Nicolae MĂRGINEAN                          | Șef serviciu                                                    | (+40) 258 818616/<br>int 123<br>(+40) 258 81613 | <a href="mailto:nicolae.marginean@adrcentru.ro">nicolae.marginean@adrcentru.ro</a>                                                               |
|          |               | Mirela GROZA                               | Expert Relații publice                                          | (+40) 258 818616/<br>int 122<br>(+40) 258 81613 | <a href="mailto:mirela.groza@adrcentru.ro">mirela.groza@adrcentru.ro</a>                                                                         |
|          |               | Oana BURJA                                 | Expert Programe                                                 | (+40) 258 818616/<br>int 121<br>(+40) 258 81613 | <a href="mailto:oana.burja@adrcentru.ro">oana.burja@adrcentru.ro</a>                                                                             |