

PLANUL DE COMUNICARE

pentru

Programul Operațional Regional

2007-2013

ediția a II-a, septembrie 2010



Inițiativă locală. Dezvoltare regională.



CUPRINS

1. INTRODUCERE	3
1.1 CONSIDERAȚII GENERALE	3
1.2. CADRUL LEGAL ȘI INSTITUȚIONAL	3
1.3 PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL	4
2. CONTEXT ACTUAL ȘI FUNDAMENTARE	6
3. OBIECTIVE	9
4. MESAJE ȘI TEME DE COMUNICARE	10
5. PUBLIC ȚINTĂ (GRUPURI ȚINTĂ)	11
6. MĂSURI ȘI ACTIVITĂȚI	13
6.1. PROGRAMAREA ACTIVITĂȚILOR	13
6.2. ACTIVITĂȚI	14
7. ALOCAREA FINANCIARĂ INDICATIVĂ	25
8. RESPONSABILITĂȚI	27
9. RAPORTARE ȘI EVALUARE	29
9.1. INDICATORI DE EVALUARE	30



1. INTRODUCERE

1.1 Considerații generale

Planul de Comunicare 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 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 temele globale care țin de managementul și implementarea națională a acestor fonduri, iar Autoritățile de Management vor comunica pe problemele specifice Programului Operațional pe care îl gestionează. Logo-ul instrumentelor structurale în România va fi utilizat de toate Autoritățile de management, pe lângă logo-urile proprii, acolo unde este cazul. De asemenea, activități comune între două sau mai multe Autorități, precum și între Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Regional și Reprezentanța Comisiei Europene în România vor fi organizate atunci când acest lucru este în beneficiul tuturor părților implicate.

Reprezentanța Comisiei Europene la București este instituția cu rol important în transmiterea unei imagini pozitive și echidistante și care poate sublinia și întări rolul Comunității Europene în ceea ce privește Politica de Coeziune 2007-2013.

Prin obiectivele specifice și temele de comunicare propuse, Planul de comunicare va juca un rol important în creșterea nivelului de cunoaștere și informare a cetățenilor României și, implicit al beneficiilor, asupra rolului comunităților europene în politica de coeziune 2007-2013 și impactului fondurilor structurale în ceea ce privește dezvoltarea socio-economică a regiunilor țării.

1.2.Cadrul legal și instituțional

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

- Regulamentul CE nr. 1083/2006 stabilind prevederile generale privind Fondul European pentru Dezvoltare Regională, Fondul Social European și Fondul de Coeziune
- 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.
- Regulamentul CE Nr. 846/2009 pentru modificarea Regulamentului CE Nr. 1828/2006
- Programul Operațional Regional 2007-2013

- Acordurile Cadru de Implementare a Programului Operațional Regional 2007- 2013 semnate de către Autoritatea de Management a Programului Operațional Regional cu Organismele Intermediare

Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Regional este Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului¹, care deține responsabilitatea gestionării activităților de informare și publicitate cuprinse în Planul de comunicare.

Rolul Organismelor Intermediare (cele 8 Agenții de Dezvoltare Regională și OI Turism, din cadrul Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului 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 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*).

Echipa de comunicare și informare (ECI) din cadrul AMPOR va coordona activitățile privind informarea și publicitatea pentru Regio și va raporta asupra rezultatelor obținute în urma implementării Planului de Comunicare. Misiunea ECI este de a gestiona și superviza în mod eficient toate activitățile de comunicare realizate în cadrul acestui Plan, asigurând în același timp corelarea activitatilor de informare și publicitate implementate la nivel regional de către organismele intermediare cu activitățile implementate de AMPOR. În sens larg, ECI va acționa ca un prim filtru al fluxului de informație de la AMPOR la grupul/ audiența țintă a Planului de comunicare.

În numele AMPOR, ECI încheie contracte/acorduri și coordonează/supervizează activitățile viitoare de comunicare ce sunt externalizate, în conformitate cu nevoile identificate.

ECI va asigura corelarea necesară cu celelalte Programe Operaționale și cu ACIS în ceea ce privește activitățile de informare și publicitate astfel încât mesajul care este transmis grupurilor țintă să fie maximizat și pentru a fi asigurată vizibilitatea necesară pentru contribuția financiară a Uniunii Europene.

Activitățile finanțate în cadrul Planului de Comunicare vor avea drept unic scop promovarea și informarea asupra Programului Operațional Regional. Nicio altă activitate de comunicare nu va fi considerată eligibilă.

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

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

¹ Conform HG nr. 631/2009

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 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.



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 în ultimii 3 ani².

Planul de Comunicare pentru Regio 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:

- Autorități locale³
- TV și presă scrisă
- Internet
- 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 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.

² Aceste cercetări au fost realizate în cadrul a 3 proiecte cu finanțare PHARE: “Sprijin pentru organizarea campaniilor de informare și facilitarea pregătirii aplicațiilor” (RO 0108.03.06.01.04), “Campanie națională de informare și publicitate pentru programul PHARE CES” -RO 2002/000-586.05.02.04.01.03, ” Campanie de informare pentru Programul Operațional Regional” - RO 2004/016-772.04.03.01.03.05

³ 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).

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 responsabilitățile 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) facilitează 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.

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, stimulator;
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, și comunicarea directă: 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: internet, televiziune, radioul și presa locală.

Pe lângă măsurile de informare și publicitate care vor fi implementate direct de AM și OI-uri, 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.

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 fiecare regiune de dezvoltare
- (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

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 pentru Regio are ca scop, pe de o parte, generarea conștientizării 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, inclusiv contribuția la implementarea politicii de dezvoltare regională.

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 si teme de comunicare*).

Obiective specifice

Teme de comunicare

Obiectiv specific I

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

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

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 România

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

II.2 Un important rol în creșterea numărului locurilor de muncă; solidarit - oamenii sunt beneficiarii finali ai investițiilor finanțate de Regio;

II.3 Promovarea proiectelor de succes prin care comunitățile au reușit să se dezvolte în urma investițiilor prin Regio

Obiectiv specific III

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

II.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

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

Obiectiv specific V

Să asigure transparența programului și prezentarea rezultatelor acestuia

II.3 Promovarea rezultatelor și a proiectelor de succes prin care comunitățile au reușit să se dezvolte în urma investițiilor prin Regio
III.2. Prezentarea rezultatelor programului

4. MESAJE ȘI TEME DE COMUNICARE

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 dezvoltare rapidă

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

III. Programul Operațional Regional este gestionat eficient și transparent

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. Lecții învățate

☛ 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.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 în gestionarea fondurilor de către beneficiari

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 :

- 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

☛ **Nevoi de comunicare:** oportunități de finanțare, transparența alocărilor, criteriile de evaluare și selecție, pregătirea 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 Regio

- orice entitate 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 OI, publicații tematice, mass-media

III. Publicul general:

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

☛ **Nevoi de comunicare:** Regio sprijină dezvoltarea regiunilor și reducerea inegalităților, importanța asistenței financiare comunitare pentru dezvoltarea României, rezultatele obținute prin proiecte finanțate de Regio, 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

- angajații MDRT, respectiv ai AMPOR și ai OI Turism

☛ **Nevoi de comunicare:** brandul Regio, comunicarea rezultatelor obținute de proiectele finanțate prin Regio,

- angajații MDRT din direcțiile suport (comunicare, achiziții, juridic, etc.)
 - angajații ADR, respectiv OI
 - angajații din alte structuri de management ale programelor sectoriale și ai ACIS
 - Comitetul de Monitorizare a Programului Operațional Regional
- comunicarea cu potențiali beneficiari /beneficiari /mass-media, criteriile de evaluare și selecțiile proiectelor etc
- **Mijloace de informare:** sesiuni de instruire, mailing list.

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 livrare a mesajelor către publicul general. De aceea, abordarea în ceea ce privește mass media se va concentra asupra 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 regiunilor și reducerea disparităților de dezvoltare; importanța asistenței comunitare pentru dezvoltarea României; rezultatele proiectelor finanțate prin Regio; transparența alocării fondurilor; criteriile de evaluare și selecție; implementarea proiectelor este un proces elaborios; 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, , trebuie informate în mod regulat asupra implementării Regio și a măsurilor de informare și publicitate. Acestea sunt:

- **grupuri de sprijin**

- Reprezentanța Comisiei Europene la București
- Parlamentul României
- Punctele locale de informare europeană
- Birouri de Consultanță pentru Cetățeni
- Instituții academice/de cercetare academică
- Prefecturi
- Consiliile pentru Dezvoltare Regională

- **părți interesate**

- Comisia Europeană
- Parlamentul European
- Guvernul României
- 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 este dedicat familiarizării tuturor grupurilor ținta cu existența Programului Operațional Regional și a priorităților de finanțare susținute prin program. Acțiunile de informare și publicitate sunt 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 reprezentanți ai diverselor organizații și grupuri de suport, astfel încât toate categoriile de potențiali beneficiari să fie informate asupra posibilității de depunere a proiectelor și de a obține toate informațiile de care au nevoie pentru aceasta. 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 reprezentanți ai mass-media, cât și reprezentanți ai 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 publice 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. Conferințele naționale care să reunească jurnaliști, beneficiari, potențiali beneficiari și grupuri de sprijin beneficiază de avantajul că permit o maximizare a vizibilității mesajelor transmise, prin efectul multiplicator generat de participanți.

Pentru anul 2008, precum și pentru anul 2009, acțiunile de informare și publicitate se vor axa, 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 și încurajarea depunerii de noi proiecte, până la epuizarea bugetului. În acest sens, pentru perioada 2011- 2013, 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 această 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, menite să impulsioneze accesarea fondurilor de către potențialii aplicanți. 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. Informarea. ➤ 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. Cele mai importante grupuri țintă pentru aceste activități sunt **potențialii beneficiari, beneficiarii și jurnaliști**.
- B. Promovarea. ➤ 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. Principalul grup țintă pentru aceste activități este **publicul general**.
- C. Evaluarea ➤ 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. INFORMAREA

I. Organizarea de conferințe/ sesiuni de informare.

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

Astfel, au fost identificate trei acțiuni care sunt exclusiv în responsabilitatea AMPOR și care se implementează la nivel național:

- 1.1 Conferința Națională de lansare a Regio, pentru a sublinia prioritățile Regio și disponibilitatea fondurilor, care a avut loc pe data de 13 iulie 2007, la Sibiu.
- 1.2 Conferința Națională de prezentare a Raportului Anual asupra implementării Regio, un eveniment anual destinat grupurilor tinta relevante.
- 1.3 Conferința Națională pentru închiderea Programului Operațional Regional 2007 - 2013, care va prezenta rezultatele finale ale Regio în această perioadă de programare.

De asemenea, va fi organizat un număr semnificativ de evenimente la nivel național, regional și local, implementat de AMPOR și OI-uri:

1.4 Sesiuni de informare pentru jurnaliști, care au 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 vor organiza sesiuni similare la nivelul fiecărei regiuni. Pentru a păstra coerența mesajelor transmise și a temelor de comunicare abordate în cadrul acestei activități, AMPOR va participa la fiecare sesiune, atât la nivel central, cât și local, prin intermediul prezentărilor susținute de experți din cadrul AM.

1.5 Sesiunile de informare pentru potențialii beneficiari sunt concepute să le ofere acestora toate informațiile necesare pentru a dezvolta și implementa proiecte finanțate prin Regio. Începând cu anul 2010, acestea se vor organiza ținut pe regiunile care nu au contractat sumele estimate și pe domeniile care mai dispun de buget pentru noi proiecte.

După anul 2010, acestea se vor axa și pe teme specifice pregătirii viitoarei perioade de programare, precum și stabilirea unui portofoliu de proiecte regionale.

1.6 Sesiuni de informare pentru publicul intern, care trebuie să dețină cât mai multe informații despre Regio, fiind direct implicați în gestionarea programelor cu finanțare europeană. Aceste sesiuni vor fi organizate de AMPOR și se vor adresa angajaților AMPOR, OI, ACIS și ai celorlalte autorități de management. OI vor organiza sesiuni de informare pentru angajații din cadrul OI. .

1.7 Sesiuni de informare pentru beneficiari. Acestea vor avea rolul de a sprijini beneficiari 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 (forum) pentru Rețeaua Comunicatorilor Regio organizate la nivel național și 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

În implementarea activităților de mai sus, AMPOR va corela Planul de Acțiuni anual pentru implementarea Planului de Comunicare pentru Regio 2007-2013 al AM cu planurile de acțiuni regionale, în ceea ce privește calendarul acțiunilor și tematicile abordate.

II. Site-ul Regio, www.inforegio.ro și site-uri/ secțiuni regionale dedicate Regio

➤ Site-ul Regio: www.inforegio.ro

Site-ul Regio www.inforegio.ro este funcțional din 2007 și reprezintă principalul furnizor de informații pentru toate grupurile țintă identificate. Conținutul site-ului este structurat după cum urmează:

- Informații generale despre fondurile structurale: regulamente, cadru instituțional etc.;
- Informații asupra oportunităților de finanțare, formatul și conținutul aplicației, criteriile de selecție, proceduri de urmat (inclusiv Manualul de Identitate Vizuală al Regio);
- Lista beneficiarilor, denumirea proiectelor și suma finanțării publice acordate acestor proiecte;
- Activitatea Comitetului de Monitorizare Regio (minute, decizii, rapoarte, etc.)
- Arhive documentare și exemple de bună practică, precum și informații despre modul de accesare și utilizare a fondurilor;
- Activități de informare și promovare a apelurilor și a programului;
- Informații pentru reprezentanții mass media (anunțuri, comunicate de presă, galerie foto, evenimente etc.)
- Link-uri utile
- Contacte birori de informare (help-desk)
- newsletter

Site-ul va fi dezvoltat cu un portal interactiv pentru rețeaua comunicatorilor REGIO.

Informațiile privind proiectele finanțate din Regio vor fi oferite AM de OI, periodic, pentru a asigura transparența utilizării fondurilor.

Informațiile privind implementarea programului conținute de site-ul web dedicat Regio se vor reflecta, în mod corespunzător, pe paginile web ale fiecărui OI.

Având în vedere că în urma cercetărilor privind opinia publică, pagina de internet a Regio a fost printre primele surse unde grupurile țintă își caută informațiile, se va intensifica promovarea și dezvoltarea site-ului.

- Secțiunile sau paginile regionale Regio, administrate de către OI vor conține toate informațiile relevante la nivel regional referitoare la Programul Operațional Regional. Acestea vor fi actualizate în permanență.

III. Birouri de informare

Opt birouri de informare, câte unul în fiecare regiune de dezvoltare, sunt principalele puncte de informare în regiune, prin oferirea informației în diferite forme: materiale tipărite (fluturași, broșuri, ghiduri), evenimente, activitate birouri de informare. Birourile de informare ale OI vor facilita accesul celor interesați la sursele de informare despre accesarea finanțării prin Regio, situația implementării POR la nivel național, regional etc, vor oferi informații despre proiectele dezvoltate în fiecare regiune, asigurând transparența utilizării fondurilor europene. OI vor 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

AMPOR va produce diverse tipuri de publicații pentru diferite grupuri țintă. Publicațiile vor fi realizate, diferențiat, în funcție de grupul țintă căruia i se adresează, conform listei de beneficiari eligibili stabilite prin Regio (ex. IMM-uri, universități, elevi&studenți, ONG-uri cu activitate în domeniul social, autorități publice etc.) În plus, se vor realiza materiale de promovare a rezultatelor proiectelor pentru publicul general.

O parte dintre aceste publicații vor fi periodice, iar altele vor fi realizate ca urmare a unor cerințe specifice sau identificate ca urmare a interacțiunii cu grupurile țintă.

Astfel, publicațiile periodice sunt:

IV.1. „Proiecte de succes REGIO - publicație periodică

IV.2. Broșura care să inventarieze greseli frecvente în scrierea/implementarea proiectelor - publicație periodică

IV.3. Newsletter Regio - publicație lunară în limba română și bilunară în limba engleză, în format electronic.

IV.5 Revista Regio - publicație lunară

Aceste publicații vor fi realizate de AMPOR în colaborare cu Biroul de Comunicare din cadrul Direcției de Comunicare și distribuite atât prin biroul de informare al AM, în cadrul evenimentelor organizate de AM, cât și prin intermediul birourilor de informare ale OI.

OI realizează publicații cu tematici relevante la nivel regional.

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 AM POR și OI.

V. Relația mass-media

Pentru menținere unei bune relații cu presa și informarea acesteia într-un mod constant se vor organiza conferințe de presă și vizite la diferite proiecte. Reprezentanții mass-media vor fi informați permanent prin intermediul comunicatelor de presă.

Website-ul AM dedicat POR conține o secțiune dedicată jurnaliștilor, unde sunt disponibile fapte și evenimente sintetizate într-o formă publicabilă. Această „Cameră de Presă” dispune de o bază de date de știri, cele mai recente evenimente desfășurate, un calendar al evenimentelor pentru perioada următoare, agenda publică a Comitetului de Monitorizare și a Autorității de Management, și date de contact pentru jurnaliști. Comunicatele de presă vor fi emise de AMPOR și de OI ori de câte ori există informații ce respectă caracteristicile unei știri.

VI. Rețeaua comunicatorilor REGIO⁴

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 și de Organismele Intermediare, 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 POR 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 aceasta 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. OI vor 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 în 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. Promovarea

VII. Campanie media radio, șiTV,

AMPOR și OI vor 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 TVcare vor promova proiecte de succes, pentru a mediatiza cât mai mult impactul Regio în regiunile țării.

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.

⁴ În februarie 2010, a avut loc prima întâlnire a membrilor rețelei și s-a aprobat Regulamentul de Organizare și funcționare al acesteia.

De asemenea, toate materialele multimedia vor fi postate pe site-ul www.inforegio.ro și pe site-urile, secțiunile dedicate Regio, ale OI.dacă și condițiile tehnice o permit.

AMPOR va avea responsabilitatea organizării campaniilor în mass-media centrale, în timp ce OI se vor adresa mass-media reprezentative pentru fiecare regiune.

VIII. Campania în presa scrisă:

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. AMPOR va colabora cu publicații de specialitate (cu profil de economic) cu acoperire națională pentru inserarea de informații în vederea promovării Regio.

OI vor derula această activitate la nivelul fiecărei regiuni de dezvoltare.

Începând cu anul 2011 un serviciu specializat de monitorizare a presei pe teme de interes, contractat de AMPOR, va urmări prezența știrilor legate de Regio în mass-media.

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 va alege publicitatea contextuală și geotargetarea (în cazul OI-urilor), precum și folosirea unor elemente inovative în materie de publicitate web: VVN, sliding banner, etc.

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

Începând cu anu 2011, se va realiza o campanie indoor de popularizare a Programului Operațional Regional, în sensul de a face cunoscute publicului larg obiectivele, axele prioritare și rezultatele Regio și contribuția Uniunii Europene la aceasta.

Astfel, se vor achiziționa aproximativ 50 de infochioșcuri care vor fi amplasate la sediul unor instituții publice (de ex. la sediul primăriilor din orașele reședință de județ, la sediul OI și la sediul AM POR /MDRT) astfel încât informația să fie accesibilă și prezentată într-o formă atractivă.

XI. Campanii stradale

Acestea includ afișe, panouri de mari dimensiuni, bannere și vor susține celelalte măsuri de informare și publicitate, la nivel regional și local. AMPOR va elabora și posta panouri de promovare a Regio în orașele mari, reședință de județ, în capitală, pe autostrăzi, drumuri naționale etc. pentru a promova impactul Regio în regiunea respectivă.

OI pot derula campanii similare potrivit obligațiilor asumate prin contractul de finanțare pe 6.2.

OI vor derula campanii similare în orașele care nu sunt incluse în campania AMPOR, dar care beneficiază de rezultatele implementării proiectelor finanțate prin Regio.

XII. Materiale promoționale

Vor fi produse sau achiziționate și inscripționate materiale promotionale 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.

Măsurile de informare și publicitate detaliate 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 națională de lansare Regio	AM	- Potențialii beneficiari - Mass media - Publicul general	Iulie 2007
		- I.1.1 Conferințe regionale de lansare Regio	AM, OI	- Potențialii beneficiari - Mass media - Publicul general	2007
		- I.2. Conferința națională anuală de prezentare a Raportului anual al implementării Regio (1+8 anual)	AM	- Publicul general - Public intern - Mass media	Al doilea semestru al fiecărui an, începând cu 2008 până în 2015
		- I.3. Conferința Națională pentru închiderea Programului Operațional Regional 2007-2013	AM	- Mass media - Publicul general - Beneficiari - Organisme Intermediare	Iunie 2015
		- I.4. Sesiuni de informare și pentru jurnaliști. Numarul va fi stabilit prin Planul anual de actiuni.	AM - nivel central OI - nivel local	- Mass media	Iarnă/ vară 2007-2015
		- I.5. Organizare de expoziții naționale de proiecte	AM și OI	- Potențialii beneficiari	2010-2015
		- I.6. Sesiuni de informare pentru publicul intern	AM și OI	- Publicul intern	Primul semestru al fiecărui an
		-		-	

Nr. crt	MĂSURI/ ACTIVITĂȚI	PRODUSE / REZULTATE	RESPONSABIL	GRUPURI ȚINTĂ VIZATE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE
		- 1.7 Sesiuni de informare pentru potentialii aplicanti	OI	- Potentialii beneficiari	2007-2010
		- 1.8 Sesiuni de informare pentru beneficiari	OI	- Beneficiari	2010 - 2015
		- 1.9. Forumul multiplicatorilor de informație REGIO	AM, OI	- Membrii rețelei comunicatorilor Regio	2010-2013
		- 1.10. Alte evenimente de promovare sau informare stabilite prin planul anul de acțiuni de comunicare	AM, OI	- Grupurile ținta specifice REGIO	
II.	II. Creare, întreținere, actualizare web site	Site-ul Regio va conține, printre altele: Lista beneficiarilor, titlul operațiunilor și totalul fondurilor publice alocate operațiunilor- Secțiune dedicată jurnaliștilor pe pagina de internet a Regio - Forum online pentru rețeaua comunicatorilor Regio - Newsletter electronic	AM creare, întreținere, actualizare OI: sprijin prin transmitere informații solicitate AM, OI	Toate grupurile țintă menționate: - potențialii beneficiari - beneficiarii Regio - publicul general - mass-media - publicul intern-comunicatorii Regio	2007-2015
III.	III. Birouri de informare	Un birou național și 8 birouri de informare, câte unul în fiecare regiune de dezvoltare	OI AM	- Potențialii beneficiari - Publicul general	2007-2015

Nr. crt	MĂSURI/ ACTIVITĂȚI	PRODUSE / REZULTATE	RESPONSABIL	GRUPURI ȚINTĂ VIZATE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE
IV.	IV. Publicații	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Proiecte de succes Regio (publicație periodică)</i> - <i>Greșeli frecvente în implementarea proiectelor (publicație periodică)</i> - <i>Alte publicații stabilite prin planul anual de acțiuni</i> - <i>Buletin informativ electronic</i> 	AM	<ul style="list-style-type: none"> - Publicul general - Potențialii beneficiari - Beneficiari 	2007-2015
V.	V. Relații cu mass-media	<p>Evenimente pentru presă (conferințe/briefing-uri de presă, vizite la proiecte de succes), apariții TV ale purtătorilor de imagine ai Regio, 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.</p> <p>Realizarea de emisiuni dedicate REGIO</p> <p>Serviciul de monitorizare a presei</p> <p>În plus, se vor transmite informații către birourile de presă ale celor mai relevante instituții europene pentru Programul Operațional Regional, pentru a fi transmise mai departe jurnaliștilor acreditați pe lângă acestea.</p>	AM ⁵ / OI	- Mass media	2007-2015

⁵ Prin serviciul specializat al MDRT

Nr. crt	MĂSURI/ ACTIVITĂȚI	PRODUSE / REZULTATE	RESPONSABIL	GRUPURI ȚINTĂ VIZATE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE
VI.	VI. Rețeaua comunicatorilor REGIO	- 1rețea națională formată din 8 rețele regionale	AM - creează și actualizează baza de date la nivel central, cu toate informațiile de la OI OI- creează, transmite la AM și actualizează baza de date la nivel regional	- Potențialii beneficiari - Publicul general	2008-2015
B.	PROMOVARE				
VII.	Campanie media: TV și radio	Spoturi TV și radio Fillere Emisiuni / Interviu / Reportaje Știri	AM / OI	- Publicul general - Potențialii beneficiari	2007-2015
VIII.	Campanie în presă scrisă	Articole, inserții de presă, machete de presa	AM / OI	- Publicul general - Potențialii beneficiari	2007-2015
IX.	Campanie online	Bannere electronice	AM / OI	- Publicul general - Potențialii beneficiari	2007-2015
X.	Campanie indoor instituții publice	Infochioscuri, totemuri, roll-up	AM	- Publicul general	2010 - 2015
XI.	Campanie outdoor	Afișe	AM	- Publicul general	2007-2015
		Panouri	AM, OI	- Publicul general	2008-2015
		Bannere	AM, OI	- Publicul general	2007-2015

Nr. crt	MĂSURI/ ACTIVITĂȚI	PRODUSE / REZULTATE	RESPONSABIL	GRUPURI ȚINTĂ VIZATE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE
XII.	Producere/achiziționare și inscripționare de obiecte promoționale	Materiale, obiecte promoționale (e.g. obiecte ce poartă sigla Regio)	AM OI	<ul style="list-style-type: none"> - Potențialii beneficiari - Beneficiarii - Mass media - 	2007-2015

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.

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:
 14,984,500.00 de euro pentru activitățile prevăzute în Planul de Comunicare al AMPOR
 6,367,200.00 de euro pentru acțiuni de informare și publicitate derulate la nivel regional de către OI.

Măsura		2007* ⁶	2008	2009	2010	2011	2012	2013
AM POR								
A.	Informare	0	1,025,780	1,117,590	920,570	773,050	923,540	725,520
B.	Promovare	0	1,200,000	1,100,000	1,200,000	1,300,000	1,200,000	1,400,000
C.	Evaluare	0	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
	Rezervă	0	258,420	257,510	246,730	241,450	247,060	247,280
TOTAL (EURO)		0	2,584,200	2,575,100	2,467,300	2,414,500	2,470,600	2,472,800
Total buget:		14,984,500.00						
OI								

⁶Activitățile 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

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

1	Informare, promovare	680,000	880,000	912,000	951,232	960,000	984,000	1,000,000	
Total buget:									21,351,700



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, printre care:
 - coordonarea campaniei media la nivel național;
 - organizarea conferințelor de lansare, raport anual și încheiere a Regio;
 - dezvoltarea și diseminarea materialelor publicitare (e.g. fluturași, broșuri);
 - actualizarea website-ului dedicat Regio;
 - publicarea pe site a listei beneficiarilor, inclusiv denumirea proiectului și suma alocată acestuia din fonduri publice;
 - organizarea sesiunilor de briefing, seminariilor și conferințelor pentru reprezentanții media, solicitanți și beneficiari, asigurând conformitatea cu cerințele UE;
 - sprijinirea OI în implementarea acțiunilor proprii de comunicare;
 - informarea Comitetului de Monitorizare pentru Regio asupra progresului înregistrat în implementarea Planului de comunicare, a măsurilor întreprinse și a căilor de comunicare utilizate;
 - transmiterea informațiilor de interes general și specifice către ACIS și către grupul de comunicare pentru Instrumentele Structurale;
 - arborarea steagului Uniunii Europene pe durata unei săptămâni, începând cu data de 9 mai a fiecărui an, la sediul Autorității de management;
 - 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 includ:
 - pregătirea, implementarea și monitorizarea planurilor proprii de comunicare;
 - elaborarea și transmiterea rapoartelor (semestriale și anuale) asupra planului de comunicare către AM;
 - elaborarea și transmiterea rapoartelor (trimestriale) asupra planului de comunicare către ACIS;
 - transmiterea către AM a informațiilor necesare pentru actualizarea website-ului și pentru redactarea materialelor informative;
 - coordonarea campaniei media la nivel regional și local;
 - realizarea publicității adecvate a programului, prin diseminarea materialelor publicitare și informative relevante;
 - actualizarea website-ului regional dedicat Regio dezvoltarea și diseminarea materialelor de informare, promovare și obiectelor promotionale proprii;
 - gestionarea relației cu mass media locale (organizare baza de date jurnaliști, organizare conferințe de presă, seminarii de informare, transmitere comunicate de presă, editare articole, stiri, monitorizare presă locală)
 - organizarea sesiunilor de informare pentru potențialii aplicanți și beneficiari
 -
 - funcționarea birourilor de informare regionale din cadrul OI
 - elaborarea și transmiterea rapoartelor asupra activității birourilor de informare către AM

- organizare conferințe regionale de lansare domenii de interventie, prezentare stadiu anual de implementare Regio, conferinta de inchidere
- colectare informatii privind impactul masurilor de informare si publicitate implementate la nivel regional pentru Regio

- La nivel local:

- **Beneficiarii Regio** vor fi responsabili de informarea publicului asupra asistenței obținute prin Regio, în conformitate cu legislația europeană în vigoare:
- Îndeplinirea activităților de informare și publicitate prevazute in Anexa II la Contractul de finantare
- Realizarea raportului asupra măsurilor de informare și publicitate
- Realizarea de produse de informare și publicitate în acord cu Manualul de Identitate Vizuală pentru Regio, pentru proiectele finanțate in cadrul programului
- Crearea unei baze de date (tipărite sau în format electronic) cu produsele de informare și publicitate realizate
- Anunțarea, prin comunicate de presă, a începerii și finalizării unui proiect
- Publicarea, la finalizarea unui proiect, a unei ample informări asupra proiectului și a rezultatelor sale în ziarul local cu cea mai mare audiență



9. RAPORTARE ȘI EVALUARE

Evaluarea activităților de informare și publicitate din cadrul Planului de comunicare va avea în vedere gradul de conștientizare a publicului țintă asupra acțiunilor comune ale României și Uniunii Europene, co-finanțarea UE în cadrul Regio, utilizarea fondurilor alocate prin Regio.

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
- Evaluarea experților externi

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 au primit publicurile țintă informațiile?
- Prin ce canal media preferă publicul țintă să primească informațiile?
- Mesajul trimis publicului țintă a răspuns așteptărilor acestuia?

Raportul anual asupra măsurilor de informare și publicitate va fi prezentat Comitetului de Monitorizare Regio.

Raportul anual asupra implementării Regio va avea o secțiune specială pentru implementarea Planului de comunicare.

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

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;

Nr. crt.	Tipul indicatorului	Indicatorul	Metodă de cuantificare	Valoarea inițială (2007)	Valoarea intermedie (2010)	Valoarea țintă (2015)
1.	Impact	Gradul general de conștientizare privitor la existența Regio	% din populație care a auzit/știe de existența Regio (studii, cercetări)			
2.	Impact	Gradul general de conștientizare privitor la rolul Uniunii Europene	% din populație care cunoaște rolul UE în dezvoltarea regională (Studii de cercetare a opiniei publice)			
3.	Impact	Gradul de informare cu privire la rezultatele și beneficiile REGIO	% din populație cunoaște care sunt tipurile de investiții susținute de REGIO			

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 intervierea grupurilor țintă prin sondaje sau interviuri de tip focus grup.



Nr.	Acțiuni	Grupuri țintă	Evaluare			
			Indicatori	2007	2010	2015
A. INFORMARE						
I.	Conferințe naționale/regionale	-potențiali beneficiari -mass-media -publicul general	indicatori de rezultat			
			-număr mediu de participanți (la 1 eveniment)	100	100	100
			-număr de articole de presă publicate (urmare a unui eveniment)	10	15	20
			-număr de materiale distribuite (la un eveniment)	100	300	500
II.	Sesiuni de informare	-potențiali beneficiari -beneficiari -mass media -public intern	indicatori de rezultat			
			-număr total de participanți	400	6000	12.000
			-număr cumulat de sesiuni	140	600	1200
			indicatori de impact			
			-rezultatele evaluării chestionarelor aplicate	-	-	-
			-creșterea gradului de conștientizare privind oportunitățile de finanțare prin Regio raportat la începutul perioadei de implementare	3%	10%	20%

Nr.	Acțiuni	Grupuri țintă	Evaluare			
			Indicatori	2007	2010	2015
			Creșterea gradului de informare cu privire la rezultatele și beneficiile REGIO	-	5%	15%
III.	Site-ul Regio	<ul style="list-style-type: none"> - publicul general - potențiali beneficiari - organismele intermediare - mass media - publicul intern 	indicatori de rezultat			
			- număr cumulat de vizitatori ai site-urilor național și regionale	-	500.000	1.000.000
			- număr de abonați	100	3.500	7000
			indicatori de calitate			
			- accesibilitate, ușurința în utilizare, documentare, claritatea informației	-	-	-
IV.	Birouri de informare	<ul style="list-style-type: none"> - potențiali beneficiari - publicul general 	indicatori de rezultat			
			- număr de clarificări soluționate (vizite, mailuri, fax-uri, etc)	2.018	7.000	14.000
			- număr de publicații distribuite		87.500	175.000
V.	Publicații	<ul style="list-style-type: none"> - potențiali beneficiari - publicul general - beneficiari 	indicatori de rezultat			
			- număr de publicații editate și distribuite	27.776	250.000	500.000
VI.	Rețeaua comunicatorilor Regio	<ul style="list-style-type: none"> - potențiali beneficiari - publicul general 	indicatori de rezultat			
			- număr de membri cumulat la nivel național	0	600	1000
			- evenimente organizate	0	28	56

Nr.	Acțiuni	Grupuri țintă	Evaluare			
			Indicatori	2007	2010	2015
B. PROMOVARE						
-VII.	Campanii mass-media (TV, radio, presa scrisa)	-mass-media	indicatori de rezultat			
			-numar de spoturi radio-tv produse	1(tv) 2(radio)	2(tv) 2(radio)	4(tv) 4(radio)
			- fillere TV	-	1	3
			-emisiuni TV și radio	-	-	2(tv) 2(radio)
			-numărul de materiale de presă publicate	77	420	840
VIII.	Campanie online	publicul general potențiali beneficiari	indicatori de rezultat			
			- nr de bannere realizate	0	5	15
			- nr de impresii	0	4.000.000	20.000.000
IX.	Campanie indoor institutii publice	publicul general potențiali beneficiari	indicatori de rezultat			
			- nr. de infochioscuri livrate	0	0	50
X.	Campania outdoor: afișe, panouri, bannere	-potențiali beneficiari -publicul general	indicatori de rezultat			
			-număr de materiale produse	8.000 afișe	600.000 afișe, 193 panouri, 20 bannere	1.200.000 afișe, 400 panouri, 50 bannere
XI.	Materiale promoționale	-potențiali beneficiari	indicatori de rezultat			

Nr.	Acțiuni	Grupuri țintă	Evaluare			
			Indicatori	2007	2010	2015
		-beneficiari -mass-media	-număr de materiale utilizate	18.300 (afișe, stickere, CD)	114.000	1.000.000 (memory stick, mouse pad, pix, bloc -notes, mape, set pix+stilou, geantă material textil, calendare birou, ceasuri birou inscripționate, breloc inscripționat

Anexa 1 - Lista persoanelor de contact

Nr. crt.	Instituția	Nume	Funcția	Tel/Fax	Adresă e-mail
1.	AM POR-MDRT	Maria-Ionela CAPRIAN Andreea MIHALCIOIU	Coordonator comunicare Supleant Coordonator Comunicare	(+4037) 2111243 (+4037) 2111630	ionela.caprian@mdrt.ro andreea.mihalcioiu@mdrt.ro
2.	OI-ADR NE	Gabriela MACOVEIU	Director Comunicare și Promovare Regională	(+40) 233 218071 (+40) 233 224168	gmacoveiu@adrnordest.ro
3.	OI-ADR SE	Laurențiu ARAMĂ Marin MORARU	specialist relații publice Specialist relații publice	(+40) 339 401018 (+40) 339 401017	laurentiu.arama@adrse.ro marin.moraru@adrse.ro
4.	OI-ADR SM	Daniela TRAIAN	Șef Serviciu	(+40) 242 331769 (+40) 242 313167	comunicare@adrmuntenia.ro
5.	OI-ADR SV Oltenia	Simona COVRESCU	Agent de dezvoltare	(+40) 251 419496 (+40) 251 418240 (+40) 251 414904	office@adroltenia.ro
6.	OI-ADR V	Miruna VITCU	Director, Direcția Resurse Umane și Comunicare	(+40) 256 491923 (+40) 256 491981	Office@adrvest.ro
7.	OI-ADR V	Andreea ATANASIU	Expert promovare	(+40) 264 431550 (+40) 264 439222	adrvn@mail.dntcj.ro

8.	OI-ADR Centru	Nicolae MĂRGINEAN	Şef serviciu	(+40) 258 818616/ int 283 (+40) 258 815622	relatii_publice@adrcentru.ro
9.	OI-ADR BI	Claudia IONESCU	Manager	(+4021) 3159 659 (+4021) 3159665	adrbinvest@yahoo.com