

PLANUL DE COMUNICARE
pentru
Programul Operațional Regional
2007-2013



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	23
8. RESPONSABILITĂȚI	24
9. RAPORTARE ȘI EVALUARE	26
9.1. INDICATORI DE EVALUARE	26



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 POR și despre contribuția Uniunii Europene la dezvoltarea României.

Se impune o abordare strategică a comunicării pentru POR 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 POR și trebuie să garanteze un grad înalt de transparență în utilizarea fondurilor.

Planul de comunicare pentru POR 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.

Reprezentanta Comisiei Europene la București este instituația 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 (POR) a fost conceput în conformitate cu prevederile următoarelor regulamente și documente:

- Regulamentul CE Nr. 1083/2006 stabilind prevederile generale privind Fondul European de 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 de Dezvoltare Regională.
- Programul Operațional Regional 2007-2013

- Acordurile Cadru de Implementare a POR 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, Lucrărilor Publice și Locuințelor¹, care deține responsabilitatea gestionării activităților de informare și publicitate cuprinse în Planul de comunicare.

Rolul Organismelor Intermediare (cele 8 Agenții de Dezvoltare Regională și Ministerul Comerțului, IMM-urilor, Turismului și Profesiilor Liberale) 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 POR 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 activităților 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 instrumentelor structurale. 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

Obiectivul strategic al POR, stabilit prin documentele de programare, constă în sprijinirea unei dezvoltări economice, sociale, echilibrate teritorial și durabile a Regiunilor României,

¹ Conform HG nr. 128/2006 și HG 24/2007

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.

Obiective 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
- 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 POR 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, Lucrărilor Publice și Locuințelor, 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 POR 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 (approx. 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, stimulat
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 POR 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: televiziunea, radioul și presa locală, cu precădere.

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 unei rețele de multiplicatori, care să dezvolte 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 POR
- o imagine pozitivă în rândul publicului larg asupra modului de utilizare a fondurilor europene alocate prin POR
- (re)cunoașterea beneficiilor implementării politicii de dezvoltare regională în România cu sprijinul Uniunii Europene

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



3. OBIECTIVE

Planul de comunicare pentru POR 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 POR în contextul politicii de dezvoltare regională; axe prioritare; impactul estimat

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

II.3 Promovarea unor cazuri de succes prin care comunitățile au reușit să se dezvolte în urma investițiilor prin POR

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 POR;

Obiectiv specific IV

Să stabilească un sistem eficient pentru comunicarea internă (rețea și instrumente eficiente) între toate părțile interesate implicate în implementarea măsurilor POR

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

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 importantă 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 POR în contextul politicii de dezvoltare regională; axe prioritare; impactul estimat

☛ II.1 Promovarea egalității de șanse /dezvoltarea durabilă ca teme orizontale ale POR;

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

☛ II.3 Promovarea unor cazuri de succes prin care comunitățile au reușit să se dezvolte în urma investițiilor prin POR

☛ III.1 Explicarea mecanismului de acordare a 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 :

- 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 POR, helpdeskuri, conferințe regionale și naționale, sesiuni de informare, publicații, rețeaua de informare, mass-media

II. Beneficiarii POR

- orice entitate care beneficiază de finanțare prin Programul Operațional Regional (in urma procesului de evaluare și selecție a cererilor de finanțare)

☛ **Nevoi de comunicare:** drepturile și obligațiile beneficiarilor, contribuția asistenței comunitare

☛ **Mijloace de informare:** secțiune dedicată pe pagina web a POR, e-mail, telefon, fax, sesiuni de informare

III. Publicul general:

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

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

☛ **Mijloace de informare:** campanie media, pliante, afișe, plăci permanente, publicație periodică tip „ziar”

IV. Publicul intern

- angajații MDLPL, respectiv AMPOR
- angajații ADR, respectiv OI, angajații MIMMCTPL, respectiv OI
- angajații celorlalte instituții publice cu rol de AM și ai ACIS
- Comitetul de Monitorizare POR
- Comitetul Regional de Evaluare Strategica și Corelare

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

☛ **Mijloace de informare:** sesiuni de instruire

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 sesiunilor de informare, sesiunilor de pregătire și asupra vizitelor pe teren astfel încât jurnaliștii să aibă atât informația necesară, cât și să cunoască și să înțeleagă aceste informații.

☛ **Teme de comunicare:** POR sprijină dezvoltarea regiunilor și reducerea disparităților de dezvoltare, importanța asistenței comunitare pentru dezvoltarea României, rezultatele proiectelor finanțate prin POR, transparența alocării fondurilor, criteriile de evaluare și selecție, proiecte de succes.

☛ **Mijloace de informare:** conferințe de presă, sesiuni de informare, sesiuni de pregătire, comunicate de presă, secțiune dedicată pe site, vizite la proiecte.

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

- **grupuri de sprijin**

- Reprezentanța Comisiei Europene la București
- Punctele locale de informare europeană
- Birouri de Consultanță pentru Cetățeni
- Instituții academice/de cercetare academică

- **părți interesate**

- Comisia Europeană
- Parlamentul European
- Guvernul României
- Comitetul de monitorizare
- Comitetele Regionale pentru Evaluare Strategică și Corelare



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 informați asupra posibilității de depunere a proiectelor și de a obține toate informațiile de care au nevoie pentru aceasta. La lansare 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 POR.

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 POR 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 2009, 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 POR și încurajarea depunerii de noi proiecte.

Perioada 2012-2013 prezintă o importanță deosebită din punct de vedere al măsurilor de informare și publicitate, întrucât este perioada în care rolul acestor măsuri este stimularea depunerii de proiecte, fiind ultimii ani de contractare pentru exercițiul bugetar 2007-2013. În același timp, în anii 2013-2015, 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 noilor priorități și oportunități de finanțare pentru viitoarea perioadă de implementare financiară.

6.2. Activități

Ațiunile 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 POR, cum poți obține finanțare prin POR, care sunt rezultatele etc. Cele mai importante grupuri țintă pentru aceste activități sunt potențialii beneficiari și beneficiarii.
- B. Promovarea. ➤ Activitățile din această categorie sunt menite să prezinte doar cele mai importante informații despre POR și rezultatele sale care să arate impactul economic și social al asistenței financiare oferite de UE. Principalul grup țintă pentru aceste activități este publicul general.
- C. Evaluarea ➤ Va fi un proces continuu, pe toată durata implementării acestui plan. Atât publicul intern cât și actorii implicați vor fi beneficiarii acestor rezultate.

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:

- I.1 Conferința Națională de lansare a POR, pentru a sublinia prioritățile POR și disponibilitatea fondurilor, care a avut loc pe data de 13 iulie 2007, la Sibiu.
- I.2 Conferința Națională de prezentare a Raportului Anual asupra implementării POR, un eveniment anual în care Raportul Anual asupra POR va fi prezentat grupurilor tinta relevante.
- I.3 Conferința Națională pentru închiderea POR 2007 - 2013, care va prezenta rezultatele POR în această perioadă de programare.

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

- I.4 Sesiuni de informare și pregătire 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, AM POR va participa la fiecare sesiune, atât la nivel central, cât și local, prin intermediul prezentărilor susținute de experți din cadrul AM. I.5 Sesiunile de informare și pregătire pentru potențialii beneficiari sunt concepute să le dea acestora toate informațiile necesare pentru a dezvolta și implementa proiecte finanțate prin POR. Începând cu anul 2008, vor fi furnizate sesiuni de informare și instruire pentru potențialii beneficiari și beneficiari, având la bază analiza nevoilor de informare identificate prin intermediul aplicației on-line instalate pe site-ul web dedicat POR www.inforegio.ro. În cadrul acestor sesiuni se va pune accentul pe promovarea surselor din finanțare prin POR și întocmirea cererii de finanțare, achizițiile publice și implementarea proiectelor precum și procedurile de implementarea proiectelor finanțate prin POR.

1.6 Sesiuni de informare pentru publicul intern, care trebuie să dețină cât mai multe informații despre POR, 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 și pentru membrii Comitetului de Monitorizare și ai Comitetelor Regionale de Evaluare Strategică și Corelare.

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

II. Site-ul POR, www.inforegio.ro

Acesta este deja funcțional și va fi 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 POR);
- Lista beneficiarilor, denumirea proiectelor și suma finanțării publice acordate acestor proiecte;
- Activitatea Comitetului de Monitorizare POR, Comitetelor Regional de Evaluare Strategică și Corelare (minute, decizii, rapoarte, etc.)
- Arhive documentare și exemple de bună practică, precum și informații despre modul de accesare și utilizare a fondurilor.

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

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

III. Birouri de informare

Opt birouri de informare, câte unul în fiecare regiune de dezvoltare, vor fi principalele puncte de informare în regiune, prin oferirea informației în diferite forme: materiale tipărite (fluturași, broșuri, ghiduri), acces la internet, evenimente. Birourile de informare ale OI vor facilita accesul potențialilor beneficiari și a beneficiarilor la sursele de informare despre accesarea finanțării prin POR, vor acorda îndrumare și consiliere potențialilor beneficiari pentru pregătirea cererii de finanțare și vor monitoriza domeniile de interes ale potențialilor beneficiari, cu privire la acordarea finanțării prin POR. OI vor raporta AMPOR trimestrial sinteza solicitărilor de informații primite, necesarii structurării acțiunilor de comunicare ulterioare, pentru a veni în întâmpinarea nevoilor de informare identificate prin acest instrument.

Un birou de informare la nivel de AMPOR va fi principalul punct de informare pentru toate OI-urile. Acesta va îndeplini funcțiile de informare a potențialilor beneficiari și de monitorizare a domeniilor de interes ale acestora, dar nu va asigura funcția de îndrumare și consiliere pentru pregătirea cererii de finanțare, aceasta revenind doar OI.

IV. Publicațiile

AMPOR va produce diverse tipuri de publicații pentru diferite grupuri țintă. Astfel, pentru beneficiarii și potențialii beneficiari vor fi realizate ghidurile aplicantului, glosare de termeni, broșuri pe diferite teme de interes. 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 Broșura „Proiecte de succes Regio” - publicație anuală⁴

IV.2. Broșura „Raportul anual Regio” - publicație anuală

IV.3. Broșura „Greșeli frecvente în scrierea proiectelor”- publicație anuală⁵

IV.4. Broșura „Regio - întrebări și răspunsuri” - publicație anuală

IV.5. Buletinul POR va fi o publicație trimestrială în format de ziar, ca urmare a proiectului de succes realizat de MDLPL, ziarul euROpeanul.

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

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. Relații 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 ținuti la curent prin intermediul comunicatelor de presă.

Website-ul POR va conține o secțiune dedicată jurnaliștilor, unde vor fi disponibile fapte și evenimente sintetizate într-o formă publicabilă. Această „Cameră de Presă” va 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 ori de câte ori este necesar.

VI. Rețeaua de informare REGIO

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, înființate în perioada pre-aderare de către Delegația Comisiei Europene la București, Autoritatea de Management și Organismele Intermediare ale POR își vor uni eforturile pentru dezvoltarea unui organism similar, axat pe promovarea conceptului de dezvoltare regională și, în particular, pe diseminarea informațiilor despre Programul Operațional Regional. În acest scop, va fi valorificată experiența acumulată de Reprezentanța Comisiei Europene din gestionarea activităților rețelei naționale de comunicatori.

Rețeaua de Informare pentru Dezvoltare Regională va include instituții publice (regionale și locale), organizații non-guvernamentale, instituții academice, asociații profesionale și mass-media. OI vor invita aceste instituții/organizații să se alăture rețelei și le vor sprijini, împreună

⁴ Publicație editată începând cu anul 2009

⁵ Publicație editată începând cu anul 2009

cu AM, în activitățile lor de comunicare. Acest sprijin se va materializa în întâlniri naționale și regionale, traininguri, publicații, intranet, experți care să participe la activitățile multiplicatorilor. În acest fel, vor fi sprijiniți membrii rețelei să dezvolte activități de comunicare în comunitățile lor locale și regionale.

Lansarea oficială a rețelei va avea loc în 2008.

B. Promovarea

VII. Campanie publicitară radio și TV

AMPOR și OI vor realiza anual campanii media pentru creșterea gradului de conștientizare asupra oportunităților de finanțare prin POR și asupra rezultatelor produse de proiectele finanțate prin acest program.

Spoturile TV și radio vor avea ca scop conștientizarea audienței generale cu privire la existența și rolul POR, și ulterior, după implementarea proiectelor, mediatizarea celor mai de succes dintre acestea.

Mai mult OI, în particular, vor avea posibilitatea să încheie acorduri cu televiziunile locale și stațiile de radio pentru emisiuni dedicate dezvoltării regionale și POR.

Spoturile produse, împreună cu filmele 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. De asemenea, toate materialele multimedia vor fi postate pe site-ul www.inforegio.ro.

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

Deoarece gradul de interes la nivel local în comunicarea cu potențialii beneficiari este mai ridicat, majoritatea materialelor în presa scrisă vor fi realizate și publicate în ziarurile locale. AMPOR va colabora cu publicații de specialitate (cu profil de economic) cu acoperire națională pentru inserarea de informații în vederea promovării POR. OI vor derula această activitate la nivelul fiecărei regiuni de dezvoltare.

Un serviciu specializat de monitorizare a presei pe teme de interes, contractat de AMPOR, va urmări prezența știrilor legate de POR în mass-media.

IX. Campanii stradale

Acestea includ afișe, panouri, bannere și vor scoate în evidență, la nivel regional și local, rezultatele atinse prin implementarea POR.

AMPOR va elabora și posta panouri de promovare a POR în orașele reședință de județ, pentru a crește nivelul de conștientizare a populației în privința acestei surse de finanțare. OI vor derula campanii similare în orașele care nu sunt incluse în campania AMPOR, dar care constituie potențiali beneficiari de finanțare prin POR.

X. Materiale promoționale

O gamă largă de materiale promoționale vor fi produse și/sau inscripționate, pentru a veni în sprijinul acțiunilor menționate (ex. Obiecte cu sigla POR).

Notă: Toate materialele produse în cadrul acestor măsuri și acțiuni vor purta elementele de identitate vizuală / brand pentru POR (logo, slogan) și sigla Instrumentelor structurale în România cu respectarea prevederilor Regulamentului CE Nr.1828/2006 privind regulile de implementare a Regulamentului CE Nr.1083/2006 și Regulamentul Nr.1080/2006 al Parlamentului și al Consiliului privind Fondul European de Dezvoltare Regională și în conformitate cu prevederile aceluiași Regulament menționat.

Instrucțiunile de utilizare sunt specificate în Manualul de identitate vizuală pentru POR.

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 conferințe/sesiuni de informare	<ul style="list-style-type: none"> - I.1. Conferința națională de lansare POR - I.2. Conferința națională de prezentare a Raportului anual al implementării POR - I.3. Conferința Națională pentru închiderea Programului Operațional Regional 2007-2013 - I.4. Sesiuni de informare și instruire pentru jurnaliști - I.5. Sesiuni de informare la nivel local pentru potențiali beneficiari (Caravane de informare) - I.6. Sesiuni de informare pentru publicul intern 	<ul style="list-style-type: none"> AM AM AM AM - nivel central OI - nivel local AM și OI AM și OI 	<ul style="list-style-type: none"> - Potențialii beneficiari - Mass media - Publicul general - Publicul general - Public intern - Mass media - Mass media - Publicul general - Beneficiari - Organisme Intermediare - Mass media - Potențialii beneficiari - Publicul intern 	<ul style="list-style-type: none"> - Iulie 2007 - Al doilea semestru al fiecărui an, începând cu 2008 până în 2015 - Iunie 2015 Iarnă/ vară 2007-2015 Primăvară/toamnă 2010-2013 Primul semestru al fiecărui an
II.	II. Creare, întreținere actualizare web site	<p>Site-ul POR va conține, printre altele,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lista beneficiarilor, titlul operațiunilor și totalul fondurilor publice alocate 	<p>AM creare, întreținere, actualizare</p> <p>OI: transmitere informații</p>	<p>Toate grupurile țintă menționate:</p> <ul style="list-style-type: none"> - potențialii beneficiari - beneficiarii POR - publicul general 	2007-2015

Nr. crt	MĂSURI/ ACTIVITĂȚI	PRODUSE / REZULTATE	RESPONSABIL	GRUPURI ȚINTĂ VIZATE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE
		operațiunilor	solicitate	- mass-media - publicul intern	
III.	III. Birouri de informare	8 birouri de informare, câte unul în fiecare regiune de dezvoltare	OI AM	- Potențialii beneficiari - Publicul general	- 2008-2015
IV.	IV. Publicații	<ul style="list-style-type: none"> ○ IV.1. Proiecte de succes Regio (publicație anuală) ○ IV.2. Raportul Anual (publicație anuală) ○ IV.3. Greșeli frecvente în scrierea proiectelor (publicație anuală) ○ IV.4. Regio - Întrebări și răspunsuri (publicație anuală) • Fluturași • Broșuri 	AM	- Publicul general - Potențialii beneficiari	- 2007-2015
		<ul style="list-style-type: none"> • Ghiduri • Glosar de termeni 	AM	- Potențialii beneficiari	
		<ul style="list-style-type: none"> • IV.5. Buletin informativ 	AM	- Publicul general - Potențialii beneficiari - Beneficiari	
V.	V. Relații cu mass-media	Conferințe de presă Evenimente pentru presă (vizită la diverse proiecte de succes), comunicate de presă, apariții TV ale purtătorilor de imagine ai POR, realizarea de parteneriate	AM ⁶ / OI	- Mass media	2007-2015

⁶ Prin serviciul specializat al MDLPL

Nr. crt	MĂSURI/ ACTIVITĂȚI	PRODUSE / REZULTATE	RESPONSABIL	GRUPURI ȚINTĂ VIZATE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE
		cu presa scrisă, audio sau TV in vederea promovării POR			
VI.	VI. Rețeaua de informare	- Baza de date cu reprezentanți ai organizațiilor publice și private	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.	VII. Campanie media: TV și radio	Spoturi TV și radio Emisiuni	AM / OI	- Publicul general - Potențialii beneficiari	- 2007-2015
VIII.	VIII. Campanie în presă scrisă	Articole Secțiune dedicată jurnaliștilor pe Website-ul	AM / OI	- Publicul general - Potențialii beneficiari	- 2007-2015
IX.	IX. Campanie outdoor	Afișe	AM	- Publicul general - Potențialii beneficiari	- 2007-2015
		Panouri	AM OI	- Publicul general - Potențialii beneficiari	- 2008-2015
		Bannere	AM OI	- Publicul general - Potențialii beneficiari	- 2007-2015
X.	X. Producere/Inscripționare obiecte promoționale	Materiale, obiecte promoționale (e.g. obiecte ce poartă logo-ul POR)	AM OI	- Potențialii beneficiari - Beneficiarii - Mass media	- 2007-2015

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

Măsura și activitatea	2007				2008				2009				2010				2011				2012				2013				2014				2015			
	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	I	II	III	IV
Conferința Națională pentru lansarea POR			■																																	
Conferința Națională de Prezentare a Raportului Anual							■				■				■				■				■				■				■				■	
Conferința Națională pentru finalizarea POR 2007-2013																																				
Sesiuni de informare și pregătire pentru jurnaliști							■				■				■				■				■				■				■				■	
Sesiuni de informare pentru potențialii beneficiari			■				■				■				■				■				■				■				■				■	
Sesiuni de informare pentru publicul intern			■				■				■				■				■				■				■				■				■	
Website		■				■				■				■				■				■				■				■				■		
Birouri de informare																																				
Publicații																																				
Buletin POR (euROpeanul)																																				
Relații mass-media		■				■				■				■				■				■				■				■				■		
Rețeaua de informare																																				
Campanie media: TV și radio			■				■				■				■				■				■				■				■				■	
Campanie în presa scrisă																																				
Campanie stradală																																				
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 Euro, din care:
 14,984,500.00 Euro pentru activitățile prevăzute în Planul de Comunicare al AMPOR
 6,367,200.00 Euro pentru acțiuni de informare și publicitate derulate la nivel regional de către OI.

Măsura		2007* ⁷	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								
1	Informare, promovare	680,000	880,000	912,000	951,232	960,000	984,000	1,000,000
Total buget:		21,351,700						

⁷Activitățile de informare și publicitate pentru POR derulate de către AM POR în 2007 sunt susținute prin proiectul "Campanie de informare pentru POR", finanțat prin PHARE 2004

8. RESPONSABILITĂȚI

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

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

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, evaluare și încheiere a POR
 - dezvoltarea și diseminarea materialelor publicitare (e.g. fluturași, broșuri)
 - actualizarea website-ului dedicat POR
 - 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 POR 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** are un rol crucial în implementarea Planului de comunicare la nivel regional și local. Atribuțiile OI includ:
 - pregătirea, implementarea și monitorizarea planurilor proprii de comunicare
 - 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
 - organizarea sesiunilor de informare, seminariilor, conferințelor la nivel regional
 - funcționarea birourilor de informare regionale din cadrul OI

La nivel local:

- **Beneficiarii POR** vor fi responsabili de informarea publicului asupra asistenței obținute prin POR, în conformitate cu legislația europeană în vigoare:
 - Îndeplinirea activităților de informare și publicitate conform prevederilor Regulamentului CE nr. 1828/2006
 - Realizarea raportului asupra măsurilor de informare și publicitate
 - Realizarea de produse de informare și publicitate în acord cu Manualul de Identitate Vizuală pentru POR, pentru proiectele finanțate în 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
- Respectarea tuturor cerințelor prevăzute în Regulamentul CE 1828/2006



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 POR, utilizarea fondurilor alocate prin POR.

O asemenea evaluare va contribui la definirea mai precisă a viitoarelor activități de comunicare, realizându-se, în principal, prin:

- sondaje
- interviuri 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 de mai sus au ca scop aflarea răspunsurilor la următoarele întrebări:

- Care este nivelul de informare cu privire la POR al diferitelor grupuri-țintă?
- Prin ce canal/canale media au primit publicurile țintă informațiile?
- Prin ce canal media ar prefera publicul țintă să primească informațiile?

Raportul anual asupra măsurilor de informare și publicitate va fi prezentat Comitetului de monitorizare POR. Raportul anual asupra implementării POR va avea o secțiune specială pentru implementarea Planului de comunicare.

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

9.1. Indicatori de evaluare

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 POR, 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 helpdesk-uri, 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 focus grupuri.

A. INFORMARE						
Nr.	Acțiuni	Grupuri țintă	Evaluare			
			Indicatori	2007	2010	2015
I.	Conferințe naționale	-potențiali beneficiari -mass-media -publicul general	indicatori de rezultat			
			-număr de participanți (la 1 eveniment)	100	100	100
			-număr de articole de presă publicate (urmare a unui eveniment)	10	10	10
			-număr de materiale distribuite (la un eveniment)	100	100	100
II.	Sesiuni de informare	-mass media -potențiali beneficiari -beneficiari -public intern	indicatori de rezultat			
			-număr de participanți	400	6000	12.000
			-număr de sesiuni	140	600	1200
			indicatori de impact			
			-rezultatele evaluării chestionarelor aplicate	-	-	-
			-creșterea gradului de conștientizare privind oportunitățile de finanțare prin POR	3%	10%	20%
III.	Site-ul POR	- mass media - publicul general -potențiali beneficiari -organismele intermediare -publicul intern	indicatori de rezultat			
			-număr de vizitatori	-	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	-potențiali beneficiari -publicul general	indicatori de rezultat			
			-număr de vizitatori	2.018	7.000	14.000
			-număr de publicații distribuite		87.500	175.000

V.	Publicații	-potențiali beneficiari -publicul general -beneficiari	indicatori de rezultat			
			-număr de publicații distribuite	27.776	250.000	500.000
VI.	Campanii mass-media	-mass-media	indicatori de rezultat			
			-număr de participanți	160	560	1.120
			-numar de spoturi radio-tv produse	1(tv) 2(radio)	2(tv) 2(radio)	2(tv) 2(radio)
			-numărul de materiale de presă publicate	77	420	840
VII.	Rețeaua de informare	-potențiali beneficiari -publicul general	indicatori de rezultat			
			-număr de membri	0	200	400
			-evenimente organizate	0	28	56
B. PROMOVARE						
VIII.	Campania outdoor: afișe, panouri, bannere	-potențiali beneficiari -publicul general	indicatori de rezultat			
			-număr de materiale produse	8.000 afișe	600.000 afișe, 123 panouri, 20 bannere	1.200.000 afișe, 246 panouri, 27 bannere
IX.	Materiale promoționale	-potențiali beneficiari -beneficiari -mass-media	indicatori de rezultat			
			-număr de materiale utilizate	18.300 (afișe, stickere, CD)	114.000	228.000 (memory stick, mouse pad, pix, bloc -notes, mape, set pix+stilou, geantă material textil, calendare birou, ceasuri birou inscriptionate, breloc inscripționat

Anexa 1 - Lista persoanelor de contact

Nr. crt.	Instituția	Nume	Funcția	Tel/Fax	Adresă e-mail
1.	AM POR-MDLPL	Maria-Ionela CAPRIAN Daniela TARANU	Cooronator de comunicare Supleant Coordonator Comunicare	(+4037) 2111545	ionela.caprian@mdlpl.ro daniela.taranu@mdlpl.ro
2.	OI-ADR NE	Gabriela MACOVEIU	Șef Departament	(+40) 233 218071 (+40) 233 224168	gmacoveiu@adrnordest.ro
3.	OI-ADR SE	Gabriela POPESCU	Șef Departament	(+40) 339 401018 (+40) 339 401017	gabriela.popescu@adrse.ro
4.	OI-ADR SM	Daniela TRAIAN	Șef Birou	(+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	Șef Departament	(+40) 256 491923 (+40) 256 491981	Office@adrvest.ro
7.	OI-ADR V	Andreea Atanasiu	Expert promovare	(+40) 264 431550 (+40) 264 439222	adrnv@mail.dntcj.ro
8.	OI-ADR Centru	Nicolae Mărginean	Șef 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

