

PLANUL DE COMUNICARE

AL PROGRAMULUI OPERATIONAL REGIONAL

(REGIO)

2007-2013

Ediția a II-a martie 2011

Cuprins

I. INTRODUCERE	3
II. CONTEXT ACTUAL SI FUNDAMENTARE	5
II.1. Considerații generale	5
II.2. Cadrul legal și instituțional.....	5
II.3 Programul Operațional Regional.....	6
II. 4 Context actual și fundamentare	7
III. OBIECTIVE.....	9
III.1 Obiective specifice	10
IV. TEME DE COMUNICARE ȘI MESAJE.....	11
V. PUBLIC ȚINTĂ.....	12
VI. MĂSURI ȘI ACȚIUNI.....	14
VI.1 Programarea activităților.....	14
VI.2. Activități	15
VII. BUGET	25
VIII. RESPONSABILITĂȚI ȘI RESURSE	26
IX. RAPORTARE ȘI EVALUARE.....	27
IX.1. Indicatori de evaluare.....	27

I. INTRODUCERE

Agenția pentru Dezvoltare Regională (ADR) Sud Muntenia este o instituție neguvernamentală, non profit, de utilitate publică, cu personalitate juridică, care funcționează în domeniul dezvoltării regionale.

Viziunea ADR Sud Muntenia „*Vom fi vârful de lance al Regiunii Sud Muntenia, o zonă prosperă, cu o puternică identitate în România și în Europa, în care vor trai demn cei peste 3,5 milioane de locuitori ai săi* „

Misiunea noastră constă în stimularea dezvoltării sociale și economice, echilibrate și durabile a Regiunii, prin elaborarea și implementarea de strategii și programe, atragerea de investiții și promovarea Regiunii pe plan intern și extern.

Cheia reușitei noastre este acțiunea în parteneriat cu administrațiile publice locale, societatea civilă și mediul de afaceri.

Agenția oferă comunității posibilitatea de a-și construi și afirma identitatea europeană, beneficiarilor servicii de cea mai bună calitate și personalului un mediu de lucru care să îi aducă satisfacții personale.

Capitalul nostru cel mai important îl reprezintă angajații Agenției, tineri, entuziaști, competenți, loiali, capabili să asimileze noul. Ei vor face posibilă punerea în aplicare a misiunii declarate.

VALORILE ADR Sud Muntenia

Dorim să atingem **exelență** în tot ceea ce facem.

Credem că mereu avem ceva de învățat și că **învățarea** este un proces continuu.

Împărtășim aceleași scopuri și valori și lucrăm ca o **echipă**.

Ne **respectăm** unul pe celălalt.

Ne dedicăm cu **entuziasm** misiunii noastre.

Ne comportăm întotdeauna cu **integritate, verticalitate și cinste**.

ADR Sud Muntenia a început să funcționeze din anul 1999, și a luat ființă ca urmare a apariției primei legi a dezvoltării regionale, Legea 151/1998. Ulterior aceasta a fost înlocuită cu Legea 315./2004, care, în prezent, guvernează domeniul politicilor de dezvoltare regională.

ADR Sud Muntenia are 83 de angajați și își desfășoară activitatea în toate cele șapte județe componente ale Regiunii (**Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova și Teleorman**). Sediul central al Agenției se află în Municipiul Călărași, iar în celelalte șase județe, Agenția este reprezentantă de câte un birou județean unde își desfășoară activitatea câte trei sau patru angajați .

Domeniul de activitate al ADR Sud Muntenia:

- Organism Intermediar pentru Programul Operațional Regional 2007-2013;
- Elaborarea de studii pentru eliminarea disparităților din cadrul regiunii Sud Muntenia;
- Administrare portofoliu de programe și proiecte ;
- Asigurarea secretariatului Consiliului pentru Dezvoltare Regională Sud Muntenia;
- Dezvoltare instituțională ;
- Promovarea regiunii și a agenției ;
- Dezvoltarea parteneriatelor locale ;
- Administrare zone defavorizate.

Servicii oferite de ADR Sud Muntenia:



- ❑ Consultanță pentru solicitarea de finanțări alocate din Programul Operațional Regional 2007-2013.
- ❑ Sprijin în managementul proiectelor finanțate de Programul Operațional Regional.
- ❑ Sprijin în managementul proiectelor PHARE și de la bugetul de stat.
- ❑ Consiliere pentru ONG-uri.
- ❑ Identificarea oportunităților de finanțare.
- ❑ Consiliere și sprijin în investiții.
- ❑ Intermedierea de parteneriate.
- ❑ Reprezentare regională.
- ❑ Punct de contact pentru donatori.

Contact ADR Sud Muntenia:

Adresa : Str. General Constantin Pantazi, nr. 7A, Călărași, cod 910164, județul Călărași
 Telefon : : 0242-331-769;
 Fax : 0242-313167
 Email : office@adrmuntenia.ro
 Web-site: www.adrmuntenia.ro
<http://regio.adrmuntenia.ro>

Viziunea ADR Sud Muntenia/OI în domeniul comunicării:

Vom comunica transparent, echidistant și profesionist cu toate categoriile de publicuri țintă astfel încât să asigurăm o rata cât mai mare de absorbție a fondurilor din Programul Operațional Regional în Regiunea Sud Muntenia.

Mandatul nostru de comunicare constă în:

- implementarea măsurilor de informare și publicitate, la nivelul regiunii Sud Muntenia, care pot asigura o bună cunoaștere, în rândul grupurilor țintă, a sprijinului oferit de POR precum și despre contribuția Uniunii Europene la dezvoltarea regiunii noastre,
- asigurarea transparenței utilizării fondurilor alocate din Programul Operațional Regional,
- creșterea nivelului de accesibilitate a serviciilor ADR SM/OI în Regiunea Sud Muntenia.

Principiile potrivit cărora ne desfășurăm activitatea de comunicare sunt:

Transparență - capacitatea de a furniza, în timp optim, informația corectă și obiectivă privind activitățile noastre.

Flexibilitate - capacitatea de a ne adapta rapid la semnalele venite din mediul extern.

Eficiență - utilizarea optimă a resurselor în vederea atingerii impactului maxim.

II. CONTEXT ACTUAL SI FUNDAMENTARE

II.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.

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.

II.2. Cadrul legal și instituțional

Planul de comunicare a fost conceput în conformitate cu următoarele regulamente si 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.
- ✓ Regulamentul CE Nr. 846/2009 pentru modificarea Regulamentului CE Nr. 1828/2006
- ✓ Programul Operațional Regional 2007-2013.
- ✓ Acordul Cadru de Implementare a POR 2007- 2013 semnat de ADR Sud Muntenia in calitate de Organism Intermediar cu Ministerul Integrării Europene (actualul Minister al Dezvoltării Regionale și Turismului) în calitate de Autoritate de Management.
- ✓ Legislația națională în vigoare (Legea 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public și Legea 52/2005 privind transparența decizională în administrația publică).

În conformitate cu Hotărârea Guvernului României nr. 631, au fost desemnate următoarele organisme în scopul gestionării Programului Operațional Regional:

- 1) Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului ca Autoritate de management (AM POR).
- 2) Cele 8 Agenții de Dezvoltare Regională ca Organisme intermediare (OI POR) și OI Turism din cadrul Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului.

AMPOR este responsabilă de gestionarea activităților de informare și publicitate cuprinse în Planul de comunicare pentru POR 2007- 2013.

Rolul Agenției pentru Dezvoltare Regională Sud Muntenia, ca Organism Intermediar, este esențial în comunicarea mesajelor cheie la nivel regional, județean și local. În acest scop AM a delegat o parte din atribuțiile sale legate de informare și publicitate către OI.

În vederea atingerii obiectivelor înscrise în Planul de comunicare pentru POR 2007-2013, în cadrul ADR Sud Muntenia a fost înființat un Serviciu de comunicare ce va gestiona toate activitățile de comunicare. Acest serviciu va coordona și implementa activitățile privind informarea și publicitatea pentru POR .

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.

II.3 Programul Operațional Regional

Pentru perioada de programare 2007-2013, regiunii Sud Muntenia i-au fost alocate aproximativ 630 milioane de Euro, pentru a finanța următoarele priorități incluse în program:

Axa prioritară 1: Sprijinirea dezvoltării urbane durabile a polilor urbani de creștere

1.1. Planuri integrate de dezvoltare urbană

Axa prioritară 2: Îmbunătățirea infrastructurii de transport regionale și locale

2.1. Reabilitarea și modernizarea rețelei de drumuri județene și străzi urbane, inclusiv construcția și reabilitarea șoselelor de centură

Axa prioritară 3: Îmbunătățirea infrastructurii sociale:

- 3.1. Reabilitarea, modernizarea, echiparea infrastructurii serviciilor de sănătate;
- 3.2. Reabilitarea, modernizarea, dezvoltarea și echiparea infrastructurii serviciilor sociale;
- 3.3. Îmbunătățirea dotării cu echipamente a bazelor operaționale pentru intervenții în situații de urgență;
- 3.4. Reabilitarea, modernizarea, dezvoltarea și echiparea infrastructurii educaționale preuniversitare, universitare și a infrastructurii pentru formare profesională continuă.

Axa prioritară 4: Consolidarea mediului de afaceri regional și local

- 4.1. Dezvoltarea durabilă a structurilor de sprijinire a afacerilor;
- 4.2. Reabilitarea siturilor industriale poluate și neutilizate și pregătirea lor pentru noi activități;
- 4.3. Sprijinirea dezvoltării microîntreprinderilor.

Axa prioritară 5: Dezvoltarea durabilă a turismului regional și local

- 5.1. Restaurarea și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural, crearea și modernizarea infrastructurilor conexe;
- 5.2. Crearea, dezvoltarea, modernizarea infrastructurii turistice necesare valorificării durabile a resurselor naturale și creșterii calității serviciilor ;
- 5.3. Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare creșterii atractivității României ca destinație turistică.

Axa prioritară 6: Asistență tehnică pentru managementul, implementarea și evaluarea POR.



6.1. Sprijin pentru implementarea, managementul general și evaluarea POR

6.2. Sprijin pentru activitățile de informare și publicitate a POR.

Obiectivul strategic al POR, 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.

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 locație 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 măsurile 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.

II. 4 Context actual și fundamentare

Alocarea de fonduri, prin Programul Operațional Regional, pentru acțiuni care vor duce la creșterea competitivității regiunilor, modernizarea serviciilor sociale, dezvoltarea infrastructurii economice și sociale la nivel regional și local, reabilitarea centrelor urbane și crearea premiselor mobilității forței de muncă, vor avea o influență determinantă asupra dezvoltării echilibrate a României și, implicit, a regiunii Sud Muntenia în următorii ani.

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 ani¹.

¹ Aceste cercetări au fost realizate în cadrul a două sondaje de opinie comandate de Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului: unul pentru evaluarea impactului campaniei media desfășurată între 15 aprilie – 23 iulie 2010 pentru promovarea REGIO și cel de-al doilea sondaj privind gradul de conștientizare al Programului Operațional Regional realizat în perioada ianuarie-februarie 2009.

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 locale²
- 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.

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

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

De aici, nevoia de a:

- a) explica regulile conform cărora se acordă finanțarea din fondurile structurale. Trebuie realizate materiale, dar și evenimente în cadrul cărora să se explice care sunt criteriile de eligibilitate, pentru ce activități se acordă finanțarea și care sunt 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) facilita o mai bună comunicare între cei implicați în gestionarea fondurilor europene, să se asigure că informația circulă rapid, că deciziile sunt luate prompt și că publicul țintă primește imediat informația corectă.

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

- ◆ Care sunt fondurile disponibile? Sunt fondurile rambursabile sau nu?

² 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).

- ◆ 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, stimulantiv,
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 <http://regio.adrmuntenia.ro>, și comunicarea directă: conferințe, regionale, județene, 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.

Pe lângă măsurile de informare și publicitate care vor fi implementate direct de AMPOR și ADRSM/OI, una dintre prioritățile Planului este înființarea unei rețele de multiplicatori, care să dezvolte activități proprii de comunicare, cu sprijinul ADRSM/OI și AMPOR.

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.

III. OBIECTIVE

Activitățile de informare și publicitate asupra asistenței financiare oferite prin Programul Operational Regional au ca scop fundamental: **creșterea nivelului de informare, conștientizare și transparență** în ceea ce privește activitățile Uniunii Europene și **crearea unei imagini**

coerente a asistenței financiare oferite în regiunea Sud Muntenia .

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.

Obiective generale

- 1) Asigurarea transparenței utilizării fondurilor alocate din Programul Operațional Regional
- 2) Creșterea nivelului de conștientizare a grupurilor țintă din regiunea Sud Muntenia asupra oportunităților de finanțare de care pot să beneficieze prin Programul Operațional Regional;
- 3) Sprijinirea absorbției fondurilor alocate prin POR în regiunea Sud Muntenia;
- 4) Crearea și menținerea unei relații strânse cu mass-media în ceea ce privește transparența implementării POR în regiunea Sud Muntenia;
- 5) Informarea comunității regionale asupra contribuției Uniunii Europene și a rolului avut în dezvoltarea regională din regiunea Sud Muntenia ;
- 6) Promovarea informării, conștientizării și conformității cu temele orizontale: egalitatea de șanse și dezvoltarea durabilă.

III.1 Obiective specifice

- I. Furnizarea de informații relevante, în legătură cu cerințele, condițiile de eligibilitate, procedurile și bunele practici pe care un potențial beneficiar de fonduri alocate prin POR ar trebui să le cunoască.
- II. Creșterea nivelului de conștientizare privind disponibilitatea asistenței financiare alocate prin POR in regiunea Sud Muntenia.
- III. Difuzarea planificata și continuă de informații privind implementarea POR și aplicarea principiului transparenței în rândul potențialilor beneficiari si a publicului larg din regiunea Sud Muntenia.
- IV. Promovarea proiectelor de succes din regiunea Sud Muntneia în vederea diseminării bunelor practici.
- V. Promovarea impactului social și economic al asistentei financiare in regiunea Sud Muntenia.
- VI. Dezvoltarea unui sistem intern de comunicare eficient .

IV. TEME DE COMUNICARE ȘI MESAJE

Mesaje

I. Uniunea Europeană și Guvernul României sprijină dezvoltarea regiunilor în scopul reducerii decalajelor de dezvoltare. Prin Programul Operațional Regional regiunea noastră va 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 unor cazuri 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 Informare asupra modului de alocare a fondurilor prin regio și a modalităților de control exercitate de AM POR/OI ADR SM în gestionarea fondurilor de către beneficiari

V. PUBLIC 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.:

Grupurile țintă ale Planului de comunicare pentru POR 2007-2013 sunt:

◆ **potențialii beneficiari :**

- ◇ consiliile județene din regiunea Sud Muntenia: Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova și Teleorman;
- ◇ consiliile locale ale municipiilor și orașelor din regiunea Sud Muntenia;
- ◇ consiliile locale ale comunelor din regiunea Sud Muntenia;
- ◇ ONG-uri din regiunea Sud Muntenia;
- ◇ instituții academice/de învățământ din regiunea Sud Muntenia;
- ◇ IMM-uri din regiunea Sud Muntenia.

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 <http://regio.adrmuntenia.ro> și pagina web a programului, www.inforegio.ro, help-desk la nivel regional și județean, conferințe regionale și locale, sesiuni de informare, publicații, rețeaua de informare, mass-media.

◆ **beneficiarii de fonduri Regio**

- ◇ orice entitate din regiunea Sud Muntenia care beneficiază de finanțare ca urmare a selectării cererii de finanțare prin Programul Operațional Regional din regiunea Sud Muntenia.

Nevoi de comunicare: drepturile și obligațiile beneficiarilor, contribuția asistenței comunitare, sistemul de achiziții publice, implementarea măsurilor de informare și publicitate ale programului.

Mijloace de informare: secțiune dedicată pe pagina <http://regio.adrmuntenia.ro> și pagina oficială a programului, e-mail, telefon, fax, sesiuni de informare, ghiduri de achiziții publice, ghiduri ale beneficiarilor, publicații tematice, mass-media.

◆ **publicul general:**

- ◇ Populația adultă din mediul urban din regiunea Sud Muntenia.
- ◇ Populația adultă din mediul rural din regiunea Sud Muntenia.
- ◇ Tineri (elevi, studenți) din regiunea Sud Muntenia.

Nevoi de comunicare: Regio sprijină dezvoltarea regiunii și reducerea inegalităților, importanța asistenței financiare comunitare pentru dezvoltarea regiunii noastre, rezultatele obținute prin proiecte finanțate de Regio, transparența alocării fondurilor.

Mijloace de informare: site-ul <http://regio.adrmuntenia.ro>, campanie în mass-media și new media, out-door, editarea și transmiterea de publicații periodice tip newsletter

◆ **mass media:**

- ◇ de la nivel local;
- ◇ de la nivel județean;
- ◇ de la nivel regional și național;

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 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: Regio sprijină dezvoltarea regiunii noastre și reducerea disparităților de dezvoltare, importanța asistenței comunitare pentru dezvoltarea regiunii, rezultatele proiectelor finanțate prin Regio, transparența alocării fondurilor, criteriile de evaluare și selecție, implementarea proiectelor este un proces laborios, exemple proiecte de succes.

Mijloace de informare: conferințe de presă, sesiuni de informare, sesiuni de pregătire, comunicate de presă, știri transmise prin email, secțiune dedicată pe site, vizite la proiecte.

◆ **publicul intern**

- ◇ angajații ADR Sud Muntenia, respectiv OI;
- ◇ membrii Consiliului pentru Dezvoltare Regională Sud Muntenia;
- ◇ membrii Comitetul Regional de Evaluare Strategică 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 informare, mailing list, transmitere publicații.

Pe lângă grupurile țintă menționate, mai sunt identificate două categorii:

◆ **grupuri de sprijin**

- ◇ Reprezentanța Comisiei Europene în România;
- ◇ Punctele locale de informare europeană;
- ◇ Birouri de Consultanță pentru Cetățeni;
- ◇ Instituții academice/de cercetare academică, altele decât cele din regiunea Sud Muntenia;
- ◇ Parlamentarii din regiunea Sud Muntenia;
- ◇ Rețeaua comunicatorilor Regio Sud Muntenia;
- ◇ Prefecturi.

◆ **părți interesate**

- ◇ AM pentru POR și Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului;
- ◇ Celelalte ADR/OI-uri pentru POR;
- ◇ Comisia Europeană;
- ◇ Parlamentul European;
- ◇ Guvernul României;
- ◇ Celelalte Autorități de Management pentru PO;
- ◇ Celelalte OI-uri pentru PO;
- ◇ Instituții regionale din regiunea Sud Muntenia.

VI. MĂSURI ȘI ACȚIUNI

VI.1 Programarea activităților

Dezvoltarea unei strategii de comunicare eficiente este o oportunitate în promovarea Programului Operațional Regional la nivelul regiunii Sud Muntenia.

Consolidarea unei comunicări sistematice între ADR Sud Muntenia/OI și grupurile țintă de la nivel regional în scopul stimulării unei contribuții conștiente la implementarea angajamentelor privind aderarea la UE.

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, anii 2007 și 2008 sunt dedicați familiarizării tuturor grupurilor țintă cu existența Programului Operațional Regional și a priorităților de finanțare susținute prin program. Acțiunile de informare și publicitate au fost susținute, în anul 2007, prin proiectul "Campanie de conștientizare pentru Programul Operațional Regional", finanțat prin programul PHARE 2004.

Programul Operațional Regional a fost lansat pe data de 13 iulie 2007, la Sibiu, printr-o conferință națională la care au fost invitați reprezentanții mass-media pentru informarea publicului general de existența programului, precum și despre obiectivele acestuia, și 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. Lansarea la nivel regional a programului a avut loc la Călărași pe data de 31 octombrie 2007. La aceste evenimente au participat aproximativ 80 de persoane.

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 Sud Muntenia în perioada următoare și suportul asistenței comunitare în atingerea acestor obiective. Conferințele regionale 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. 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.

VI.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, etapele unei cereri de finanțare de la o idee la contract de finanțare aflat în implementare, care sunt rezultatele programului etc. Cele mai importante grupuri țintă pentru aceste activități sunt potențialii beneficiari, beneficiarii și jurnaliștii.
- B. Promovarea.
 - ☛ Activitățile din această categorie sunt menite să prezinte informații generale despre Regio și rezultatele sale, informații care să arate impactul economic și social al asistenței financiare oferite de UE. 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 ADRSM/OI și care se implementează la nivel regional :

I.1 Conferința regională de lansare a POR, pentru a sublinia prioritățile POR și disponibilitatea fondurilor, care a avut loc pe data de 31 octombrie 2007 , la Calarasi.

I.2 Conferința regionala de prezentare a raportului anual de implementare a POR în regiunea Sud Muntenia.

I.3 Conferința regionala 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 ADRSM/OI:

I.4 Sesiuni de informare și pregătire pentru potențialii beneficiari având la bază analiza nevoilor de informare. 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. În anul 2010, acestea se vor pe domeniile care mai dispun de buget pentru noi proiecte iar după aceea, evenimentele acestea se vor axa și pe teme specifice pregătirii

viitoare perioade de programare, precum și stabilirea unui portofoliu de proiecte la nivel regional.

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

1.6. Sesiuni de informare pentru publicul intern, care trebuie să dețină cât mai multe informații despre Regio, fiind direct implicat în gestionarea programelor cu finanțare europeană. Aceste sesiuni vor fi organizate de ADRSM/OI și AMPOR și se vor adresa angajaților ADRSM/OI. ADRSM/OI va organiza sesiuni de informare pentru angajații din cadrul OI, pentru reprezentanții în Comitetului de Monitorizare și pentru membrii Comitetelor Regionale de Evaluare Strategică și Corelare.

1.7. Conferință regională pentru Rețeaua de informare Regio organizate la nivel regional în scopul diseminării rezultatelor Regio, multiplicării efectelor acțiunilor de promovare.

1.8 Sesiuni de informare cu celelalte OI-uri din regiunea Sud Muntenia care au rolul de a asigura diseminarea informațiilor legate de implementarea Regio precum și a celorlalte programe cu finanțare europeană în regiunea Sud Muntenia.

1.9. 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.

1.10. Sesiuni de informare destinate publicului general sau grupurilor de sprijin cu rolul de a disemina informații referitoare la stadiul programului, rezultatele lui și beneficiile pe care proiectele finanțate din regio le aduce comunităților locale și regionale.

În implementarea activităților de mai sus, ADRSM/OI va corela Planul de Acțiuni anual pentru implementarea Planului de Comunicare pentru POR 2007-2013 cu planul de acțiuni al AMPOR.

II. Site-ul regio Sud Muntenia <http://regio.adrmuntenia.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 Regio);
- Lista beneficiarilor, denumirea proiectelor și suma finanțării publice acordate acestor proiecte;
- Activitatea Comitetului de Monitorizare POR, Comitetului 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.
- Informații pentru reprezentanții mass media (anunțuri, comunicate de presă, galerie foto, evenimente etc.)
- Newsletter

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

De asemenea, informațiile privind implementarea programului conținute de site-ul web dedicat

Regio se vor reflecta, în mod corespunzător, pe pagina web dedicată implementării programului în regiunea Sud Muntenia.

III. Asistență acordată potențialilor beneficiari - help -desk

La nivelul ADRSM/OI a fost constituit Serviciul Comunicare, structura ce reprezintă principala sursă de informare în Regiune, prin oferirea informației în diferite forme: materiale tipărite (fluturași, broșuri, ghiduri), acces la internet, evenimente. Acest Serviciu facilitează accesul potențialilor beneficiari și a beneficiarilor la sursele de informare despre accesarea finanțării prin POR, acorda îndrumare și consiliere potențialilor beneficiari pentru pregătirea cererii de finanțare și monitorizează domeniile de interes ale potențialilor beneficiari, cu privire la acordarea finanțării prin POR. Serviciul Comunicare va 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 ADRSM/OI. 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 ADRSM/OI.

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, ADRSM/OI va 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. Info Sud Muntenia - publicație lunară
- IV.3 Info regional- publicație electronică săptămânală
- IV.4. Raport anual de implementare a programului în regiunea Sud Muntenia

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 ADRSM/ 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 <http://regio.adrmuntenia.ro> va conține o secțiune dedicată jurnaliștilor, unde vor fi disponibile fapte și evenimente sintetizate într-o formă publicabilă. Această secțiune va dispune de o bază de date de știri, cele mai recente evenimente desfășurate, un calendar al evenimentelor pentru perioada următoare precum și date de contact pentru jurnaliști. Comunicatele de presă vor fi emise de ADRSM/OI ori de câte ori este există informații ce

respectă caracteristicile unei știri.

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 cât și de ADRSM/OI, 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 ADRSM/OI 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 Regio Sud Muntenia include instituții publice (regionale și locale), organizații non-guvernamentale, instituții academice, asociații profesionale și mass-media. ADRSM/OI va invita aceste instituții/organizații să se alăture rețelei și le vor sprijini, împreună cu AM, în activitățile lor de comunicare. Acest sprijin se va materializa în întâlniri naționale și regionale, 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 a avut loc în prima jumătate a anului 2009.

B. Promovarea

Campanie publicitară radio și TV

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 TV care 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.

De asemenea, toate materialele multimedia vor fi postate pe site-ul <http://regio.adrmuntenia.ro> dacă și condițiile tehnice o permit.

AMPOR va avea responsabilitatea organizării campaniilor în mass-media centrale, în timp ce ADRSM/OI se va adresa mass-media reprezentative pentru regiunea Sud Muntenia.

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 mai 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 POR iar ADRSM/OI va derula această activitate la nivelul regiunii de dezvoltare.

IX Campanii stradale

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

ADRSM/OI 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.

X Campanii indoor instituții publice

Începând cu anul 2009, 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, s-au achiziționat 7 de infochioșcuri care au fost amplasate la sediul unor instituții publice (de ex. la sediul consiliilor județene) astfel încât informația să fie accesibilă și prezentată într-o formă atractivă.

XI Campanii 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.

XII Materiale promoționale

O gamă largă de materiale promoționale vor fi produse și/sau inscripționate, pentru a veni în 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:

Tabel 1

Nr. crt	Măsura/ Acțiunea	Produse realizate	Responsabil	Publicul țintă	Termen de realizare
A.	INFORMARE				
1.1	Organizare conferințe/ sesiuni de informare	I.1. Conferința regională de lansare Regio	ADR SM /OI	- Potențialii beneficiari - Mass media - Publicul general	- 31 Octombrie 2007
		I.2. Conferința anuală de prezentare a raportului anual de implementare al POR în regiunea Sud Muntenia	ADR SM /OI	- Potențialii beneficiari - Mass media - Publicul general	- Al doilea semestru al fiecărui an, începând cu 2008 până în 2015
		I.3. Conferința regională pentru închiderea Programului Operațional Regional 2007-2013	ADR SM /OI	- Mass media - Publicul general - Beneficiari - Reprezentanții celorlalte OI-uri din regiune	- Iunie 2015
		I.4. Sesiuni de informare și pregătire pentru potențialii beneficiari	ADRSM/OI	- - Potențialii beneficiari	- 2007-2010 (și ulterior dacă mai este cazul)
		I.5. Sesiuni de informare pentru beneficiari	ADRSM/OI	- Beneficiarii de fonduri Regio	- 2008-2015
		I.6. Sesiuni de informare pentru publicul intern	ADRSM/OI	- Publicul intern	- Trimestrial, începând cu anul 2008
		I.7. Conferință regională pentru Rețeaua de informare Regio	ADRSM/OI	- Membrii rețelei de informare Regio - Mass-media	- Anual, începând cu 2008

		I.8. Sesiuni de informare pentru celelalte OI-uri	ADRSM/OI	<ul style="list-style-type: none"> - Reprezentanții celorlalte OI-uri din regiunea Sud Muntenia - Mass-media 	- Anual, începând cu 2008
		I.9. Sesiuni de informare pentru jurnaliști	ADR SM/OI	<ul style="list-style-type: none"> - Mass-media 	- Anual, începând cu 2008
		I.10. Sesiuni de informare destinate publicului larg	ADR SM/OI	<ul style="list-style-type: none"> - Publicul larg - Grupuri de sprijin - Mass-media 	- Cel puțin 3 evenimente anual, începând cu 2009
II.	II. Creare, întreținere, actualizare web site destinat implementării programului în regiunea Sud Muntenia	<p>Site-ul dedicat Regio va conține, printre altele:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lista beneficiarilor, titlul operațiunilor și totalul fondurilor publice alocate operațiunilor - Secțiune dedicată jurnaliștilor pe pagina de internet a Regio - Newsletter electronic 	ADRSM/OI	<p>Toate grupurile țintă menționate:</p> <ul style="list-style-type: none"> - potențialii beneficiari - beneficiarii Regio - publicul general - mass-media - publicul intern 	- 2008-2015
III	III. Asistență acordată potențialilor beneficiari.	Un help-desk organizat la nivelul regiunii (la sediul ADR SM si in fiecare birou judetean) va constitui principalul punct de informare din regiune,	ADRSM/OI	<ul style="list-style-type: none"> - Potențialii beneficiari - Publicul larg 	- 2007-2015

IV.	IV. Publicații	<ul style="list-style-type: none"> - „Proiecte de succes REGIO - publicație periodică - Info Sud Muntenia - publicație lunară - Info regional- publicație electronică săptămânală - Raport anual de implementare a programului în regiunea Sud Muntenia 	ADRSM/OI	<ul style="list-style-type: none"> - Publicul general - Potențialii beneficiari - Beneficiari 	- 2008-2015
V.	V. Relații cu mass-media	Evenimente pentru presă (conferințe/briefing-uri de presă, vizite la proiecte de succes), apariții TV ale purtătorilor de imagine ai 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. Realizarea de emisiuni dedicate REGIO	ADRSM/OI	- Mass-media	- 2007-2015
VI.	VI. Rețeaua de informare Regio Sud Muntenia	O rețea regională	ADRSM/OI	<ul style="list-style-type: none"> - Membrii rețelei de informare - Mass media - Publicul general 	- 2008-2015
B	PROMOVARE				

VII.	VII. Campanie publicitară TV și radio	Spoturi TV și radio Fillere Emisiuni / Interviuri / Reportaje Știri	- ADRSM/OI	- Publicul general - Potențialii beneficiari	- 2007-2015
VIII	VIII. Campanie în presa scrisă realizată la nivel regional/județean/local	Inserturi publicitare, anunțuri, articole, comunicate de presă	- ADRSM/OI	- Publicul general - Potențialii beneficiari	- 2007-2015
IX	IX Campanii stradale (out-door)	Afișe, panouri, bannere	- ADRSM/OI	- Publicul general	- 2009-2015
X	X Campanii indoor instituții	Infochioșcuri, roll-up	ADRSM/OI	- Publicul general -	2009-2015

XI.	XI Campanii online	Bannere electronice	ADSM/OI	<ul style="list-style-type: none"> - Publicul general - Potențialii beneficiari 	2011-2015
XII	Producere/achiziționare și inscripționare de obiecte promoționale	Materiale, obiecte promoționale (e.g. obiecte ce poartă sigla Regio)	ADRSM/OI	<ul style="list-style-type: none"> - Potențialii beneficiari - Beneficiarii - Mass media 	2008-2015

VII. BUGET

Măsura	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Informare	10.000	40.000	50.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Promovare	10.000	30.000	60.000	70.000	80.000	80.000	80.000
Evaluare	0	0	0	0	30.000	30.000	30.000
TOTAL (EURO)	20.000	70.000	110.000	110.000	150.000	150.000	150.000
TOTAL BUGET	760.000						

VIII. RESPONSABILITĂȚI ȘI RESURSE

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

- **Autoritatea de management pentru POR**
- **ADRSM/OI pentru POR**
- **Beneficiarii POR din regiunea Sud Muntenia**

Rolurile și responsabilitățile sunt împărțite pe 3 niveluri:

AM POR este responsabilă pentru implementarea măsurilor de informare și publicitate, conform planului de comunicare. AM POR implementează o gamă largă de acțiuni în colaborare cu OI, printre care:

- **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.

ADRSM/OI are rolul de a implementa Planul de comunicare la nivel regional și local. Atribuțiile ADRSM/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 presa 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 intervenție, prezentare stadiu anual de implementare Regio, conferința de închidere
- colectare de informații privind impactul măsurilor de informare și publicitate implementate la nivel regional pentru Regio.

Beneficiarii Regio din regiunea Sud Muntenia vor fi responsabili de informarea publicului asupra asistenței obținute prin Regio în conformitate cu legislația europeană în vigoare:

- Îndeplinirea activităților de informare și publicitate prevăzute în Anexa II la Contractul de finanțare
- 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 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

IX. 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.

IX.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 ră (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)	13% din populația României a auzit de Regio ³	49% din populația regiunii Sud Muntenia a auzit de Programul Operațional Regional ⁴	55% din populația regiunii Sud Muntenia a auzit de Programul Operațional Regional
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)	70% din cei care au auzit de Regio știu că fondurile alocate prin acest program provin de la UE	90% din populația regiunii știa că sursa de finanțare pentru POR este de la UE	95% din populația regiunii știa că sursa de finanțare pentru POR este de la UE
3.	Impact	Gradul de informare cu privire la rezultatele și beneficiile REGIO	% din populație cunoaște care sunt tipurile de investiții susținute de REGIO	52% din cei care au auzit de Regio știu că prin acest program se pot aloca fonduri pentru dezvoltarea infrastructurii	56,4% din populația regiunii aflate de investiții în orașul lor făcute din fonduri europene	65% din populația regiunii a aflat de investiții în orașul lor făcute din fonduri europene

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

³ Studiu Romnibus efectuat de IMAS, decembrie 2007

⁴ Sondaj de opinie pentru evaluarea impactului campaniei media desfășurată între 15 aprilie – 23 iulie 2010 pentru promovarea REGIO – Programul Operațional Regional unde beneficiar a fost Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului

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 regionale	-potențiali beneficiari -mass-media -publicul general	indicatori de rezultat			
			-număr mediu de participanți (la 1 eveniment)	80	100	100
			-număr de articole de presă publicate (urmare a unui eveniment)	10	15	15
			-număr de materiale distribuite (la un eveniment)	80	500	500
II.	Sesiuni de informare	-potențiali beneficiari -beneficiari -mass media -public intern	indicatori de rezultat			
			-număr total de participanți	0	3.700	6.000
			-număr cumulativ de sesiuni	0	120	400
			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 dedicat implementării Regio în Sud Muntenia http://regio.adrmunteni.a.ro	- publicul general - potențiali beneficiari - mass media - publicul intern	indicatori de rezultat			
			- număr vizitatori site regional	0	49.000	110.000
			- număr de abonați newsletter	0	125	250
			indicatori de calitate			
			- accesibilitate, ușurința în utilizare, documentare, claritatea informației	-	-	-
IV.	Birouri de informare	- potențiali beneficiari - publicul general	indicatori de rezultat			
			- număr de clarificări soluționate (vizite, mail-uri, fax-uri, etc)	240	7.500	9.000
			- număr de publicații distribuite	550	11.800	15.000
V.	Publicații	- potențiali beneficiari - publicul general - beneficiari	indicatori de rezultat			
			- număr de publicații editate și distribuite	0	5.400	15.000
VI.	Rețeaua comunicatorilor Regio	- potențiali beneficiari - publicul general	indicatori de rezultat			
			- număr de membri la nivel regional	0	87	100

Nr.	Acțiuni	Grupuri țintă	Evaluare			
			Indicatori	2007	2010	2015
			- evenimente organizate	0	2	7
B. PROMOVARE						
-VII.	Campanii mass-media (TV, radio, presa scrisa)	-mass-media	indicatori de rezultat			
			-numar de spoturi radio-tv produse	0	1 radio	2 radio 2 tv
			- fillere TV	-	0	2
			-emisiuni TV și radio	-	100	200 (100 radio și 100 tv)
			-numărul de materiale de presă publicate	12	900	1.400
VIII.	Campanie online	publicul general potențiali beneficiari	indicatori de rezultat			
			- nr de bannere realizate	0	0	5
			- nr de impresii	0	0	10.000
IX.	Campanie indoor institutii publice	publicul general potențiali beneficiari	indicatori de rezultat			
			- nr. de infochioscuri livrate	0	7	15
X.	Campania outdoor: afișe, panouri, bannere	-potențiali beneficiari -publicul general	indicatori de rezultat			
			-număr de materiale produse	0	14 panouri	40 panouri si 10 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	3.000 distribuite	16.000 produse și distribuite	30.000 (memory stick, mouse pad, pix, bloc -notes, mape, set pix+stilou, geantă material textil, calendare birou, ceasuri birou inscriptionate, breloc inscripționat

