

# RAPORT SINTETIC

## ETAPA A III-A - EVALUAREA EFICIENȚEI MĂSURILOR DE INFORMARE ȘI COMUNICARE REALIZATE ÎN RÂNDUL POTENȚIALILOR BENEFICIARI

NOIEMBRIE 2019



*POR 2014-2020 - Călătoria continuă!*



***Contract: Servicii pentru realizarea studiilor sociologice prin care se vor evalua nevoile de informare si eficienta acțiunilor de informare si comunicare realizate în conformitate cu Planul de comunicare pentru POR 2014-2020;***

***Etapa a III-a - Evaluarea eficienței măsurilor de informare și comunicare realizate în rândul potențialilor beneficiari***

***Raport sintetic***

**Autoritate contractantă: Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice**

**Manager de proiect: Maria-Ionela Caprian**

***Prestator: Asocieria SMART Integration & AB European Research GROUP***

## Cuprins

<b>METODOLOGIE</b> .....	3
Context .....	3
Metode utilizate .....	3
<b>ANALIZA DATELOR</b> .....	6
Administrația publică .....	6
Alți beneficiari decât administrația publică.....	9
Reprezentanți mass media.....	11
<b>Recomandări</b> .....	13
Comunicarea cu administrația locală .....	13
Comunicarea cu alți potențiali beneficiari .....	13
Comunicarea cu mass- media .....	14

## METODOLOGIE

### Context

Studiul s-a desfășurat în cadrul contractului 183/2017, care a avut ca scop evaluarea acțiunilor de informare și publicitate realizate conform Planului de comunicare pentru POR 2014-2020 și propunerea unui set de recomandări care să orienteze măsurile de informare și comunicare pentru intervalul 2020 – 2023, până la finalizarea programului. Studiul prezintă rezultatele celei de a treia etape de cercetare și analiză. Scopul studiului a fost evaluarea eficienței măsurilor de informare și comunicare realizate în rândul potențialilor beneficiari.

### Metode utilizate

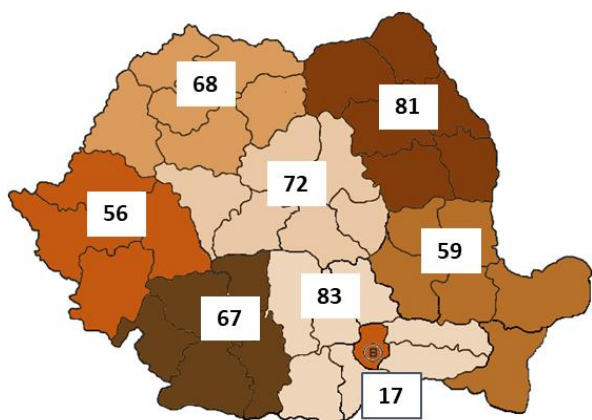
Studiul a vizat trei grupuri țintă: administrația publică locală, potențiali beneficiari, alții decât cei din administrația publică locală. Instrumentele de selecția a grupurilor țintă, de eșantionare a respondenților și de colectare a datelor au urmărit compararea rezultatelor între cele două momente de cercetare socială: 2017-2019

Grup țintă	Instrumente de colectare
Administrație locală și centrală	Anchetă de tip cantitativ, bazată pe chestionar aplicat reprezentanților autorităților publice municipale, orașenești și comunale din toată țara. Volum 502 respondenți.
Alți beneficiari potențiali	Anchetă de tip calitativ, bazată pe interviu structurat aplicat la nivelul categoriilor de beneficiari eligibili: furnizori de servicii sociale acreditați, instituții de învățământ superior de stat, întreprinderi mici și mijlocii din mediul urban și întreprinderi mijlocii din mediul rural, microîntreprinderi din mediul urban, unități de cult, infrastructuri de inovare și transfer tehnologic, parcuri științifice și tehnologice, incubatoare și acceleratoare de afaceri, organizații non-guvernamentale. 201 respondenți la nivel național, din toate județele
Reprezențați mass media	Ancheta de tip calitativ, bazată pe interviu structurat aplicat la nivelul reprezentanților mass media. 80 respondenți, câte 10 în fiecare regiune de dezvoltare.

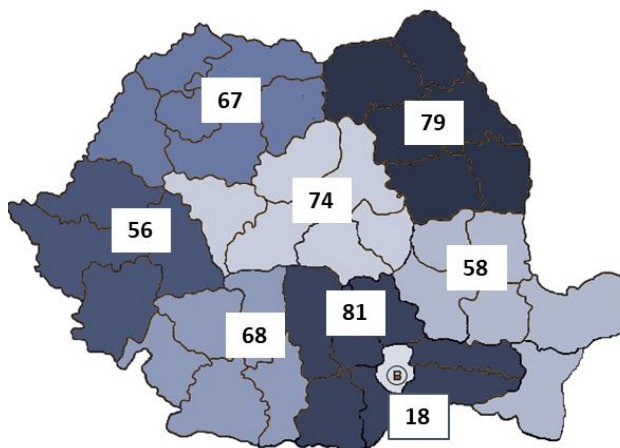
Grup țintă	Tematică
Administrație locală și centrală	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluarea experienței în proiecte finanțate prin REGIO în perioada 2014-2019;</li> <li>- Identificarea atitudinii generale față de REGIO și a argumentelor care susține această atitudine;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluarea stadiului actual al informării și identificarea nevoilor de informare la nivelul administrației publice;</li> <li>- Evaluarea relației de comunicare inter-instituțională;</li> <li>- Identificarea mijloacelor optime de informare și a instrumentelor de comunicare utilizate.</li> </ul>
Alți beneficiari potențiali	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluarea notorietății REGIO;</li> <li>- Evaluarea experienței și a relației de comunicare în proiectele finanțate prin REGIO;</li> <li>- Identificarea aprecierii generale în raport cu REGIO;</li> <li>- Identificarea nevoilor de informare în rândul potențialilor beneficiari;</li> <li>- Identificarea mijloacelor optime de informare;</li> <li>- Evaluarea instrumentelor de comunicare;</li> <li>- Identificarea modelelor de bună practică propuse de potențialii beneficiari</li> </ul>
Reprezenți mass media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluarea notorietății REGIO;</li> <li>- Aprecierea relației de comunicare cu reprezentanții Agențiilor de Dezvoltare Regională, cu Ministerul Dezvoltării Regionale, Administrației Publice și Fondurilor Europene și cu Autoritatea de Management a Programului Operațional Regional;</li> <li>- Identificarea așteptărilor pe care partenerii media le au în privința informațiilor furnizate de către comunicatorii POR;</li> <li>- Identificarea mijloacelor optime de relaționare cu mass media, din perspectiva jurnaliștilor intervievați;</li> <li>- Identificarea așteptărilor reprezentanților mass media privind desfășurarea procesului de comunicare în perioada actuală de programare.</li> </ul>

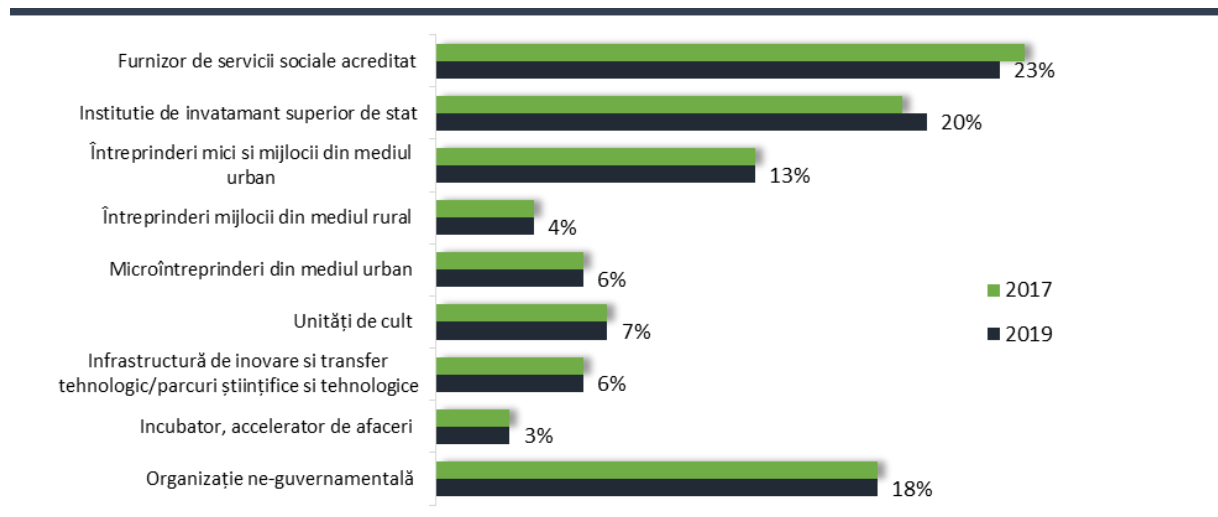
Figură 1- Eșantion administrație publică 2017



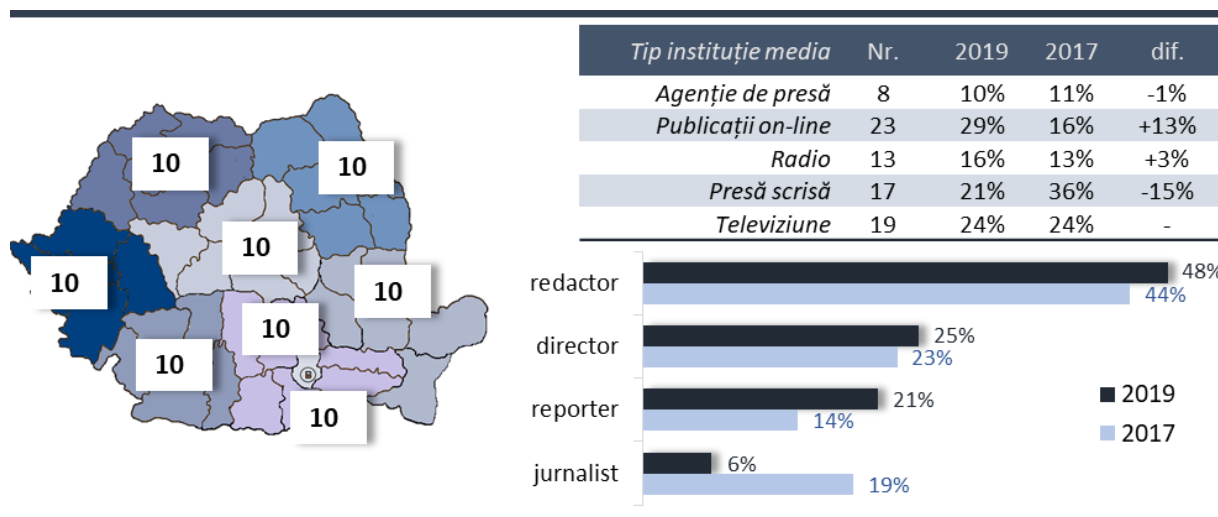
Figură 2- Eșantion administrație publică 2019



Figură 3- Eșantion alți beneficiari. Comparație.



Figură 4- Eșantion reprezentanți mass media



## ANALIZA DATELOR

### Administrația publică

6

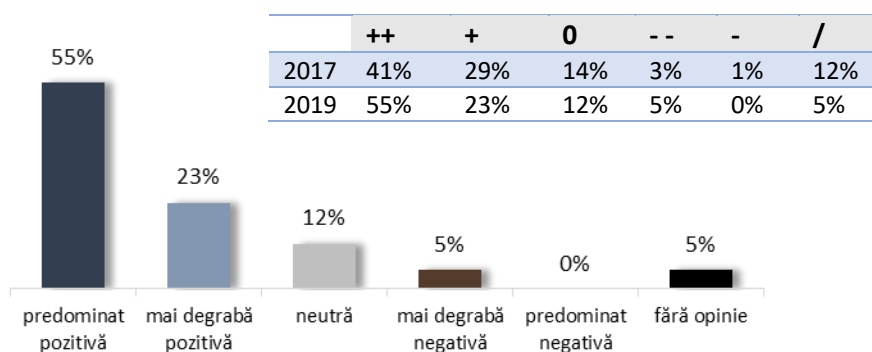
Peste jumătate 54% dintre administrațiile urbane, altele decât cele municipale au accesat fonduri REGIO atât în perioada de programare anterioară, cât și în cea prezentă, 27% dintre aceste administrații locale au accesat fonduri fie în acest exercițiu financiar, fie în cel anterior.

Nivelul de apreciere a utilității REGIO pentru dezvoltare urbană depășește nivelul de accesare cu 7%.

Una din cinci administrații locale și-ar dori să poată accesa REGIO pentru dezvoltarea comunității pe care o reprezintă. Din acest punct de vedere identificarea sinergiilor în vederea creșterii caracterului integrat al PNDR și POR se constituie ca un punct de interes pentru următoarea perioadă de programare.

Figură 5-Dinamica opiniei generale referitoare la REGIO

Care este opinia Dvs. când auziți de REGIO-Programul Operațional Regional? Vă rog poziționați această opinie pe scala următoare!



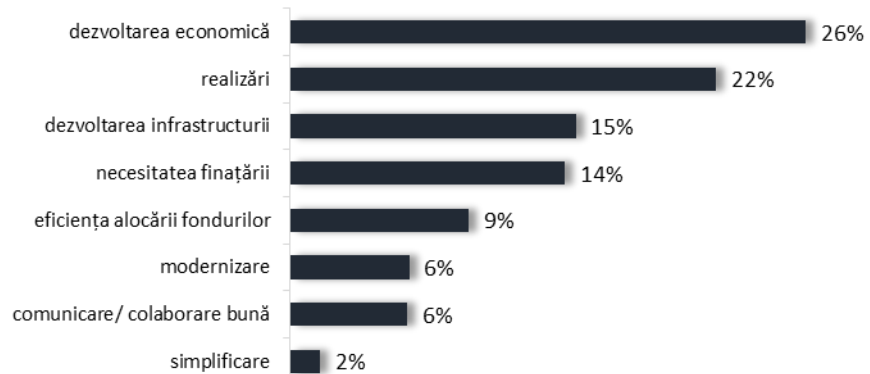
La nivel atitudinal, perioada 2017-2019 a marcat o pozitivare semnificativă a imaginii REGIO, cu o creștere de 14% a opiniei predominant pozitive și o creștere medie a opiniei pozitive în general, de 8%. Această creștere de favorabilitate a avut loc deopotrivă în mediul urban (+13%) cât și în mediul rural (+8%). Suplimentar, ponderea vizibilității realizărilor este în creștere în raport cu 2017 de la 14% la 22%.

47% din imaginea pozitivă a Programului Operațional Regional la nivelul administrației locale are ca principal argument contribuția semnificativă a programului la dezvoltarea reală a localităților și la modernizarea acestora.

Principalele argumente ale opiniei negative au în vedere, ca și în 2017, documentația greoaie și birocrăția excesivă care însoțește proiectele finanțate prin POR.

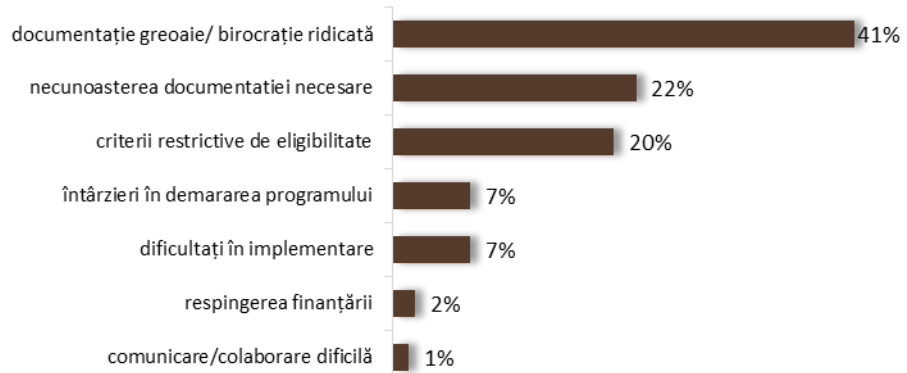
Figură 6 - Argumentele opiniei pozitive față de POR

Care este principalul argument pentru opinia pozitivă exprimată?



Figură 7- Argumentele pentru opinia negativă față de POR

Care este principalul argument pentru opinia negativă exprimată?



La nivelul administrațiilor publice locale din România media nivelului perceput de informare referitoare la oportunitățile de finanțare prin Programul Operațional Regional a crescut cu 10% de la o valoare de 6,6 puncte din 10 în 2017 la 7,2 puncte din 10 în 2019.

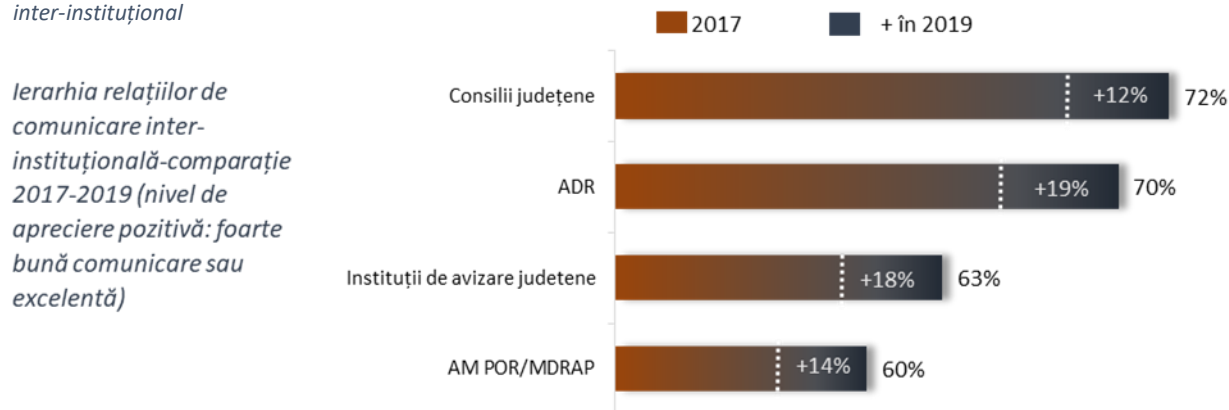
Prin comparație cu studiul efectuat la nivelul anului 2017, dinamica nevoilor de informare la nivelul administrației publice se caracterizează, în general printr-o creștere a interesului pentru noutăți cu caracter general referitoare la modul în care se desfășoară Programul Operațional Regional, prin creșterea interesului pentru răspunsuri punctuale referitoare la modul în care se fac realocările între axele prioritare, calendarul pentru diferite axe, modul în care funcționează integrarea cu alte programe operaționale și prin creșterea interesului pentru exemple de proiecte/ activități/ intervenții care se finanțează prin Programul Operațional Regional precum și de exemple de bună practică.

Relațiile de comunicare inter-instituțională la nivelul tuturor actorilor instituțional implicați în derularea Programului Operațional Regional s-au îmbunătățit semnificativ prin comparație cu anul 2017. Cel mai ridicat nivel de apreciere este înregistrat de Consiliile județene (72%). Cea mai importantă cotă de creștere a aprecierii este înregistrată de Agențiile de Dezvoltare Regională (+19%). Aproximativ un sfert din administrațiile publice de la nivel local se află în deficit moderat sau acut de comunicare inter-instituțională necesară dezvoltării.

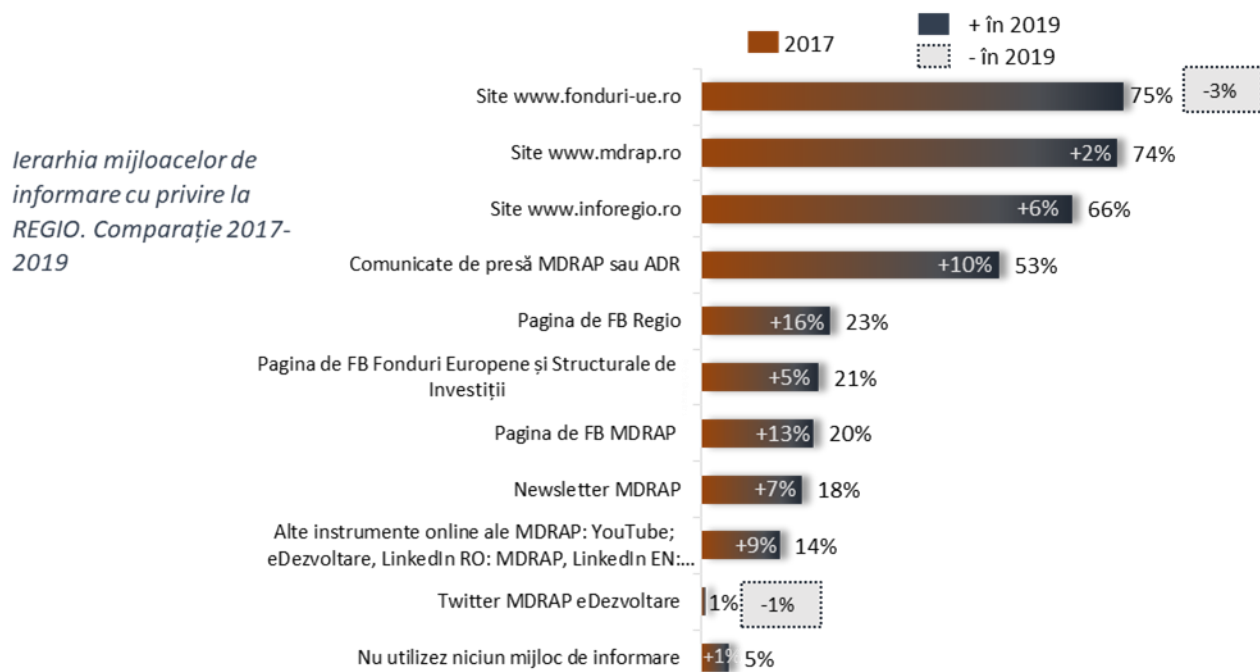


Ierarhia mijloacelor de informare este condusă de cele trei site-uri principale: cel destinat fondurilor europene, în general, cel al Ministerului Dezvoltării Regionale și Administrației Publice și site-ul Programului Operațional Regional (inforegio.ro).

Figură 8-Creșterea calității relațiilor de comunicare la nivel inter-instituțional



Figură 9- Ierarhia mijloacelor de informare utilizate



Ca și în 2017, site-ul REGIO se poziționează în ierarhia ca principal mijloc de informare, cu un plus de apreciere de 0,7 puncte prin comparație cu valul anterior de sondaj. O apreciere similară s-a înregistrat la nivelul celui de-al doilea instrument ca importanță, respectiv informațiile directe primite prin rețeaua comunicatorilor REGIO

Analiza comparativă pe medii de rezidență La nivelul fiecărui instrument de comunicare testat arată o creștere semnificativ mai ridicată a utilității în spațiul urban pentru: site-ul REGIO (+0,7 puncte în urban în comparație cu

mediul rural), informațiile directe primite prin Rețeaua comunicatorilor REGIO (+0,6 puncte) și pentru evenimentele organizate la nivel local și regional.

Campania de comunicare "Măine se construiește acum" (spoturi radio, audio, presă scrisă, on-line și panotaj outdoor) a fost apreciată similar în mediul urban și rural. Campania "Măine se construiește acum", derulată în prima parte a anului 2019 a primit un coeficient mediu de apreciere cu 0,4 puncte mai ridicat prin comparație modul în care la nivelul anului 2017 a fost evaluată campania anterioară "Din zori și până în seară...Călătoria continuă". Sub aspect calitativ, pentru mai mult de o treime dintre administrațiile locale (35%) această campanie a fost percepută ca fiind foarte utilă din punct de vedere informațional (note de 9 și 10) cu un plus de 12% peste nivelul aprecierii generice a utilității unei astfel de campanii, măsurat în 2017.

Site-ul [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro) este unul dintre cele mai utile instrumente de informare pentru admirația publică locală. Prin comparație cu anul 2017 nivelul de apreciere a utilității a crescut, așa cum am arătat anterior, atât ca valoare medie, cât și ca pondere a celor care apreciază site-ul ca fiind instrument de utilitate foarte mare (+10%, de la 40% note de 9 și 10 în 2017 la 50% note maxime în 2019).

Prin comparație cu anul 2017 site-ul [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro) și-a menținut în prima poziție în ierarhia site-urilor informative referitoare la Programul Operațional Regional, cu o creștere ușoară de +3%, în condițiile unei creșteri a pieței de informație on-line dedicată acestui subiect cu peste 30%.

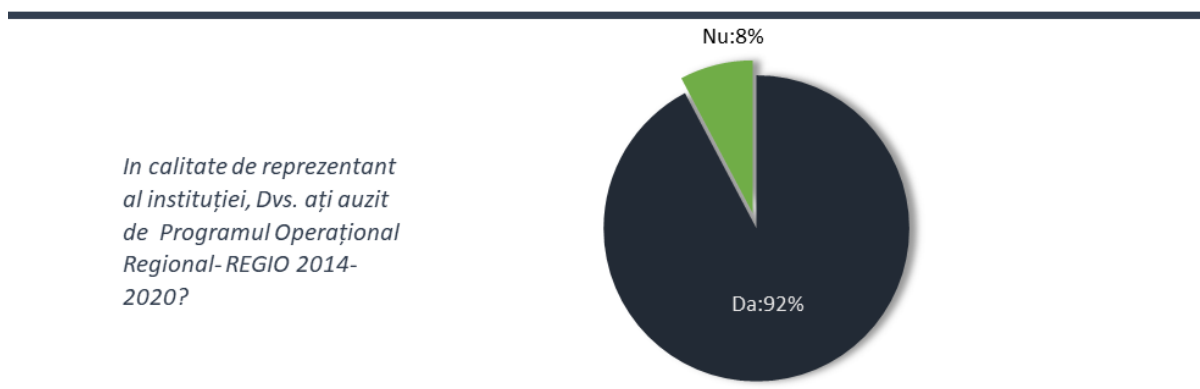
REGIO.ro se evidențiază ca fiind cel mai bun comunicator în on line în ceea ce privește programul Operațional Regional și un model de succes în comunicare pentru administrația publică locală.

Rețeaua comunicatorilor REGIO rămâne un instrument cu importanță majoră în strategia de comunicare a Programului Operațional Regional. 44% dintre administrațiile locale consideră că informațiile primite prin intermediul acestei rețele sunt foarte utile sau extrem de utile (note maxime).

### Alți beneficiari decât administrația publică

Gradul de notorietate a Programului Operațional Regional a rămas foarte ridicat la nivelul potențialilor beneficiari, cota de cunoaștere a programului fiind de peste 92%, în stagnare prin raportare la rezultatele obținute în 2017.

Figură 10-Notorietatea REGIO la nivelul potențialilor beneficiari

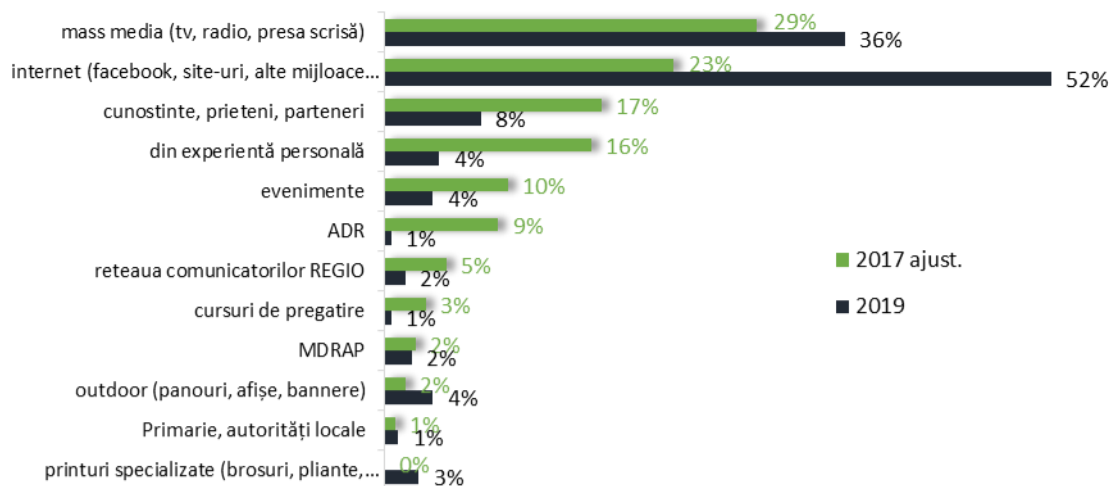


În privința categoriilor de beneficiari remarcăm faptul că la nivelul a 7 din cele 9 categorii vizate de efortul de comunicare s-a atins sau depășit pragul de 90% notorietate.

Analiza mijloacelor de informare arată că la nivelul anului 2019 principalul mijloc de informare este internetul, majoritatea celor intervievați (52%) afirmând că acesta este principalul mijloc prin care informația despre REGIO ajunge la ei.

Comparația între datelor obținute în 2017 și cele din anul curent arată o creștere semnificativă a comunicării on-line (+30%) și prin mass media (+7%) și o scădere a prevalenței celorlalte mijloace de comunicare. Dinamica acestor date arată că incidența internetului și comunicării on line este din ce în ce mai mare iar următoarele campanii de comunicare vor trebui să uzeze de tehnicile specifice acestui tip de mediu, inclusiv în ceea ce privește persuadarea, monitorizarea cuvintelor sau sintagmelor cele mai des căutate, utilizarea imaginilor și a mesajelor de tip pop-up.

Figură 11- Mijloace de informare despre REGIO. Comparație



La nivelul eșantionului ponderea instituțiilor care au derulat cel puțin un program finanțat prin REGIO a fost de 47%, în ușoară creștere în raport cu valoarea înregistrată la nivelul anului 2017 (+5%).

Trendul ascendent la nivelul eșantionului general arată că participarea la Programul Operațional Regional produce dezvoltare a capacității administrative, derularea unui proiect prin POR creând competențe pentru continuarea accesării fondurilor REGIO.

Figură 12- Incidența experienței REGIO. Comparație



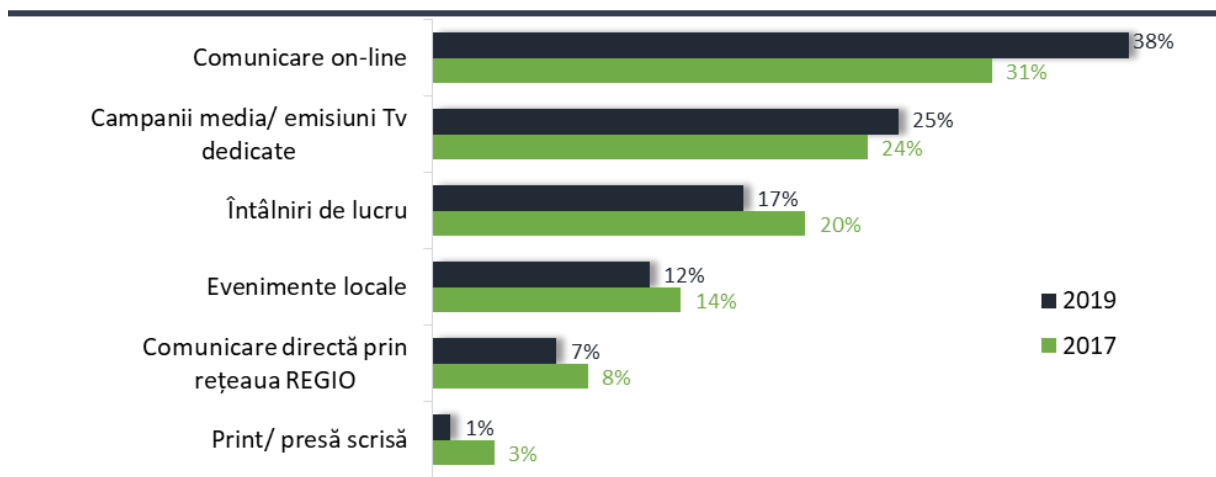
În comparație cu datele obținute la nivelul anului 2017 în studiul efectuat în 2019 se remarcă o creștere a aprecierilor pozitive cu 7% față de REGIO, corelată cu creșterea numărului de potențiali beneficiari care au aplicat pentru finanțare prin Programul Operațional Regional.

Opinia pozitivă față de Programul Operațional Regional este generată de rezultatele, realizările pe care Programul le-a înregistrat de-al lungul timpului și corelația între POR și Dezvoltare, REGIO fiind perceput public ca principal generator al dezvoltării. Opinia negativă față de POR este generată majoritar de percepția birocrăției ridicate din cadrul Programului și de așteptările privind acoperirea mai multor nevoi la nivel național.

Măsurarea nivelului de informare a potențialilor beneficiari pe baza itemilor informaționali care vizează toate aspectele relevante ale cunoașterii Programului Operațional Regional reliefează faptul că majoritatea potențialilor beneficiari cunosc toate aspectele relevante ale programului.

Comunicarea on-line reprezintă principala modalitate de informare solicitată. În comparație cu 2017 acest tip de comunicare înregistrează o dinamică pozitivă semnificativă, cu o creștere de 7%. Un interes similar ca pondere cu cel al comunicării on-line îl reprezintă comunicarea directă prin întâlniri de lucru, evenimente locale sau sesiuni de informare organizate prin rețeaua comunicatorilor REGIO.

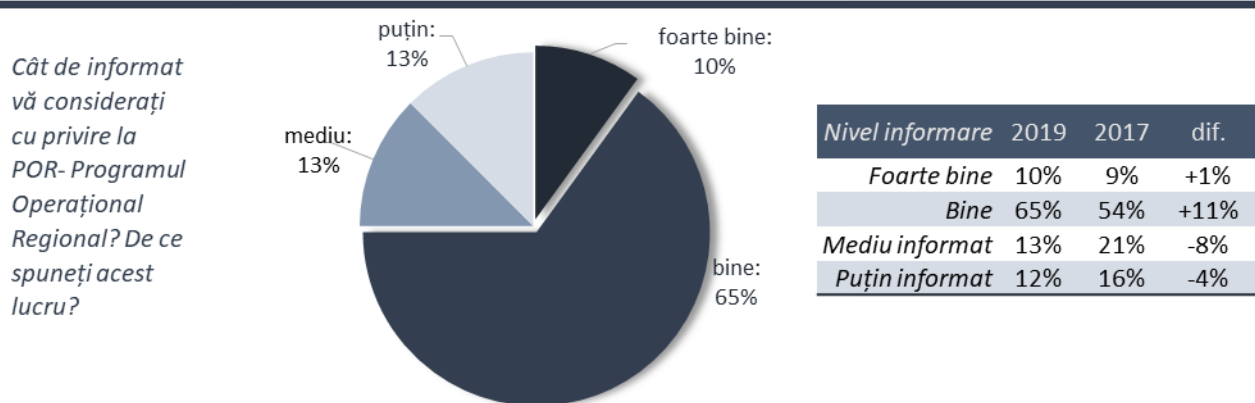
Figură 13- Mijloace optime de informare. Comparație



## Reprezentanți mass media

Nivelul general de informare a reprezentanților mass media a crescut cu 12% în intervalul 2017-2019 atingând o medie de 75% informare bună și foarte bună.

Figură 14- Nivel general de informare mass media



Relația de comunicare a mass mediei cu ADR s-a îmbunătățit cu aproximativ 8% în perioada 2017-2019. De asemenea relația de comunicare cu AM POR înregistrează un trend ascendent de apreciere.

Menținerea interesului presei pentru Programul Operațional Regional s-a realizat prin trei categorii de mijloace: comunicarea directă a ADR, site REGIO și MDRAP și campania de comunicare mediatică din 2019;

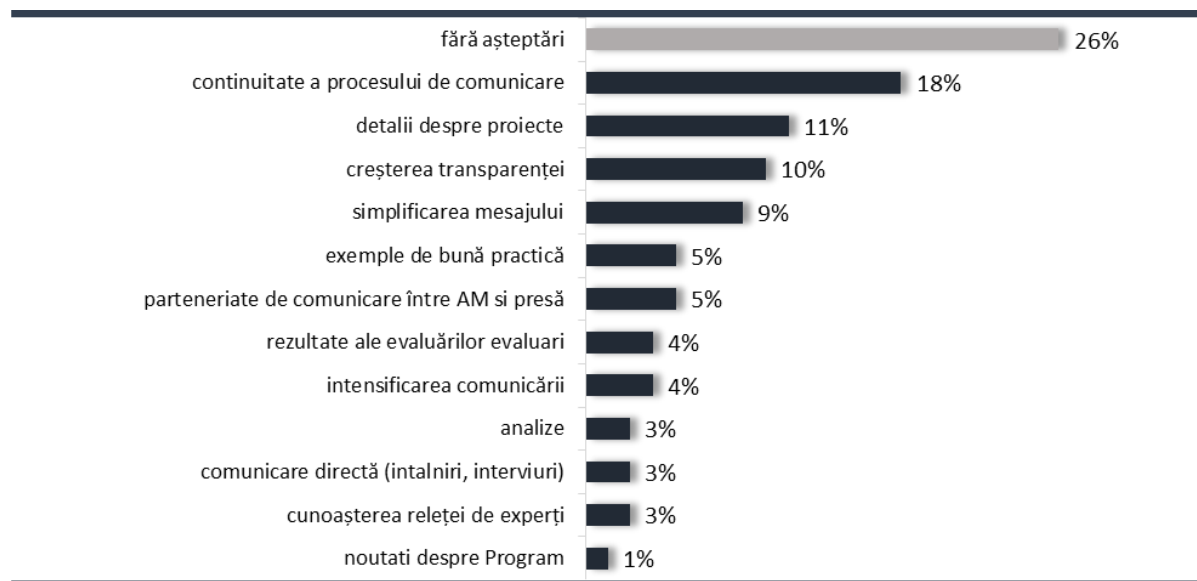
Relația de comunicare a mass media cu ADR s-a îmbunătățit cu aproximativ 8% în perioada 2017-2019 datorită creșterii calității informațiilor transmise și datorită profesionalismului personalului de comunicare din ADR. Relația de comunicare cu AM POR înregistrează un trend ascendent datorat îmbunătățirii site-ului REGIO și campaniei de comunicare desfășurate;

Principalele așteptări privind informarea în cadrul Programului Operațional Regional vizează punctarea elementelor caracteristice ale Programului și simplificarea limbajului;

O nevoie relativ constantă, prin comparație cu 2017 este cea de analize statistice, info-grafice, hărți interactive care să ofere suport informativ dezbaterilor, analizelor de presă, comentariilor pe diferite teme;

Așteptările vectorilor de comunicare mediatică privind evoluția procesului de comunicare în următoarea perioadă se concentrează în special pe continuitate. Respondenții la interviuri au menționat faptul că, prin comparație cu alte programe/ ministere POR beneficiază de o rețea de comunicatori cu expertiză și un nivel de profesionalizare înalte, cu legături mediatice consolidate prin care mesajul se transmite la nivel național. Suplimentar POR a comunicat în anul 2019 și prin mass media mult mai intens și concentrat, prin comparație cu alte tipuri de finanțări centrate în comunicare pe proiecte punctuale. Prin urmare continuitatea strategiei de comunicare utilizate până în prezent este principala așteptare. Suplimentar sunt așteptate detalii despre proiecte și creșterea transparenței decizionale, o tematică ce suscită interesul mediei indiferent de canal.

Figură 25- Așteptări privind relația de comunicare din următoarea perioadă



Simplificarea mesajului, exemplele de bună practică și rezultatele evaluărilor fac, de asemenea, parte din așteptările jurnaliștilor pentru perioada următoare. Una dintre temele interesante care a apărut semnificativ în interviuri a fost cea a dezvoltării de parteneriate (acorduri, contracte) cu media la nivel zonal/ regional în vederea comunicării în mod constant a evoluțiilor la nivelul Programului, a urmăririi și construirii mediatice a proiectelor de succes. Tangențial acestui aspect s-au evidențiat și așteptările

privind analizele performanței POR în plan teritorial, cunoașterea rețelei de experți și evaluatori de la nivel regional și informarea privind noutățile apărute în cadrul Programului.

## Recomandări

### Comunicarea cu administrația locală

- Menținerea ca principală linie de comunicare a realizărilor finanțate prin Programul operațional Regional. Încurajarea administrațiilor publice locale să participe cu testimoniale privind rezultatele, efectele și impactul POR la nivelul comunităților pe care le reprezintă pentru a apropia aceste realizări de cetățean și a crește vizibilitatea rolului finanțării asupra creșterii calității vieții cetățenilor;
- Păstrarea intensității activităților de comunicare la nivelul administrațiilor publice locale și transformarea acestora în parteneri comunicaționali la nivel local, către populație. Instituirea unei gale care să premieze "cel mai bun comunicator local".
- Realizarea de materiale de informare speciale, de "alfabetizare" cu REGIO dedicate administrațiilor locale urbane care nu au accesat Programul Operațional Regional până în prezent.
- Înființarea sau reeditarea unui instrument de comunicare de tipul "news alert". Acest instrument crește nu doar vizibilitatea, ci și percepția transparenței decizionale și încrederea în Program. REGIO news alert poate deveni un reper în comunicare instituțională și în dezvoltarea capacității administrative la nivel local.
- Premiera în fiecare regiune a celei mai reușite activități de comunicare derulate în fiecare an. Este o modalitate de întărire a Rețelei comunicatorilor, de schimb de bune practici, dar și o oportunitate de creștere a vizibilității la nivel regional a AM POR.
- Identificarea în fiecare regiune a comunităților locale cu deficit de relaționale și conceperea de activități speciale dedicate acestora în conformitate cu nevoile și capacitățile existente.
- Asigurarea permanentă a concordanței informațional a celor trei site-uri majore de informare: MDRAP, info regio, fonduri-ue.
- Up-gradarea permanentă a site-ului [www.info regio.ro](http://www.info regio.ro), monitorizarea acestuia și utilizarea site-ului pentru a colecta periodic opinii, evaluării, dinamici teritoriale (quiz-uri, mini-sondaje, jocuri de asociere etc.)
- Reluarea activităților menite să întărească și să promoveze Rețeaua comunicatorilor REGIO: Acordarea de premii, organizarea de gale, organizarea de schimburi de experiență. Întărirea la nivel public a ideii că succesul REGIO se datorează oamenilor implicați nu doar în implementarea de proiecte, ci și în gestiunea Programului la nivel central și regional.
- Derularea până la finalul lui 2020 a cel puțin încă unei sesiuni de "reminder" prin intermediul campaniei "Măine se construiește acum" (reluarea spoturilor, a panotajului stradal, a printurilor distribuite)

### Comunicarea cu alți potențiali beneficiari

- Cota de notorietate a Programului este la nivelul pragului maxim. Efortul de comunicare trebuie orientat spre menținerea unui nivel ridicat prin acțiuni de "reminder" periodice;
- Orientarea prioritară a eforturilor de comunicare spre categoriile de beneficiari care vor fi nou vizate în următoarea linie de programare, spre exemplu institutele de cercetare-dezvoltare, companiile cu departamente de cercetare inovare și păstrarea în plan secund a beneficiarilor a căror aport se diminuează: ONG, instituții de cult, întreprinderi din mediul rural;

- Orientarea din punct de vedere al limbajului (cuvinte uzuale) și al formei (animații, gif-uri, pop-up etc) către comunicarea on-line de tip rețea. Crearea de evenimente on-line, competiții on-line, chestionare adresate potențialilor beneficiari, sesiuni de comunicare, dezbateri multi-centre etc.
- Comunicarea dinamicilor pozitive înregistrate de Programul Operațional Regional. Transmiterea de statistici, date, rezultate. Crearea unui cadru public de transparență decizională și păstrarea în agenda publică a POR.
- Utilizarea în campaniile on-line a testimonialelor, a experiențelor individuale, a biografiilor individuale. Personificarea Programului Operațional Regional. Crearea unui cadru de comunicare de tipul "Eu și REGIO- cum ne-am cunoscut, cum am dezvoltat o relație, ce probleme am depășit împreună, care sunt rezultate noastre etc."
- O mai bună comunicare a proiectelor. Ex: concursuri de selfie cu panou/ obiectiv REGIO pentru tineri; concursuri de creație pentru tineri în scopul promovării unui obiectiv finanțat prin REGIO.

#### Comunicarea cu mass- media

- Menținerea strategiei de comunicare în următorii ani la cote similare ultimei perioade (2019) în vederea păstrării pe agenda publică a realizărilor POR la nivel național;
- Orientarea spre oferta de materiale care pot fi preluate on-line: articole scurte, imagini, clipuri video, jocuri video, micro-sondaje, mini-concursuri;
- Conceperea și crearea de materiale informative care să puncteze principalele elementele caracteristice POR, într-un limbaj simplificat, care să includă date, statistici, rezultate, analize. Crearea unui buletin informativ periodic în care să fie evidențiată evoluția programului;
- Acordarea de interviuri în exclusivitate pe teme de interes pentru POR de către decidenți din structura de management a Programului. Construirea unei imagini "umane", promovarea "echipei de specialiști" care construiește Programul Operațional Regional și cărora li se datorează succesul Programului.