

RAPORT DE CERCETARE

**ANCHETĂ PE BAZĂ DE INTERVIURI
LA NIVELUL POTENȚIALILOR BENEFICIARI, ALȚII DECÂT
AUTORITĂȚILE PUBLICE LOCALE**



Iulie 2017

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 I - *Stabilirea nevoilor de informare, a canalelor preferate, stadiul de informare în rândul potențialilor aplicanți;*

Anchetă pe bază de interviuri la nivelul categoriilor de potențiali beneficiari alții decât autorități publice locale și centrale

Autoritate contractantă: **Ministerul Dezvoltării Regionale, Administrației Publice și Fondurilor Europene**

Manager de proiect: Maria-Ionela Caprian

Prestator: **Asocierea SMART Integration & AB Research GROUP**

Echipea proiectului:

Ana Cornelia Bulai- *coordonator cercetare*

Alfred Bulai- *expert metodologie de cercetare*

Radu Mălureanu- *expert cercetare calitativă*

Ciprian Grădinaru- *expert culegere date*

Cristina Mădălina Ștefana- *expert prelucrare date*

Cătălin Niculae- *expert audit cercetare*

Roxana Cuciumeanu- *expert prelucrare date*



Cuprins

Metodologia cercetării.....	1
Context	1
Metoda utilizată	1
Instrumentul de culegere a datelor.....	2
Structura eșantionului	2
Probleme metodologice	4
Verificarea culegerii datelor	4
Rezultatele sondajului.....	5
Evaluarea notorietății Regio în rândul potențialilor beneficiari	5
Evaluarea experienței de comunicare in proiectele finanțate prin Regio	9
Identificarea tipurilor de aprecieri generale în raport cu Regio	14
Identificarea nevoilor de informare în rândul beneficiarilor potențiali	18
Identificarea mijloacelor optime de informare.....	32
Evaluarea instrumentelor de comunicare.....	33
Identificarea modelelor de bună practică propuse de către beneficiari	36
Concluzii și recomandări.....	38
Concluzii.....	38
Recomandări	39

Metodologia cercetării

Context

Prezentul raport de cercetare a fost elaborat în cadrul contractului 183/26.04.2017, contract care are ca scop realizarea evaluării 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.

Etapa I a acestui contract a avut ca obiectiv stabilirea nevoilor de informare, a canalelor preferate, a stadiului de informare în rândul potențialilor aplicanți. Acest raport vizează, din categoria potențialilor beneficiari, alți beneficiari decât autoritățile publice locale, respectiv:

- furnizori de servicii sociale acreditați (publici și privați);
- 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 neguvernamentale.

Metoda utilizată

Metoda utilizată pentru colectarea datelor a fost ancheta pe bază de interviu structurat, efectuat la nivelul beneficiarilor menționați, cu un volum de 202 respondenți, reprezentanți ai furnizorilor de servicii sociale, instituții de învățământ superior de stat, IMM-urilor, unităților de cult, infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic, parcurilor științifice și tehnologice, incubatoarelor și acceleratoarelor de afaceri, organizațiilor non-guvernamentale. Interviuurile s-au realizat față în față, cu o excepție: Universitatea Eftimie Murgu din Reșița, a cărei reprezentantă a dorit să transmită răspunsurile pe e-mail, după o perioadă de gândire. Răspunsurile au fost colectate ulterior, în scris și de către operatorul de teren.

Ancheta pe baza de interviu structurat la nivelul altor categorii de beneficiari decât administrația publică, cu un volum de 202 respondenți.

Instrumentul de culegere a datelor

Instrumentul de culegere a datelor a fost interviul structurat pe următoarele dimensiuni:

- Evaluarea notorietății Regio în rândul potențialilor beneficiari;
- Evaluarea experienței de comunicare în proiectele finanțate prin Regio;
- Identificarea tipurilor de aprecieri generale în raport cu Regio;
- Identificarea nevoilor de informare în rândul beneficiarilor potențiali;
- Identificarea mijloacelor optime de informare;
- Evaluarea instrumentelor de comunicare;
- Identificarea modelelor de bună practică propuse de beneficiari.

Prin operaționalizarea dimensiunilor menționate a rezultat o grilă de interviu cu un număr de 32 de itemi, din care 7 itemi de identificare și 25 de analiză.

Conform metodologiei propuse, interviul a fost realizat cu persoana desemnată ca având cea mai mare competență, în cadrul instituției selectate, de a răspunde la întrebări privitoare la finanțările prin Regio-Programul Operațional Regional. În cazul în care persoana decidentă a refuzat participarea la cercetare, instituția a fost înlocuită cu o alta din aceeași categorie.

Structura eșantionului

Eșantionul rezultat la nivel național a avut un volum de 202 respondenți, din totalitatea instituțiilor selectate. Structura eșantionului a fost următoarea:

Tip administrație publică	Nr	Pondere din total eșantion
<i>Furnizor de servicii sociale acreditat</i>	48	24%
<i>Instituție de învățământ superior de stat</i>	39	19%
<i>Întreprinderi mici și mijlocii din mediul urban</i>	27	13%
<i>Întreprinderi mijlocii din mediul rural</i>	8	4%
<i>Microîntreprinderi din mediul urban</i>	11	5%
<i>Unități de cult</i>	14	7%
<i>Infrastructură de inovare și transfer tehnologic/parcuri științifice și tehnologice</i>	13	6%
<i>Incubator, accelerator de afaceri</i>	7	3%
<i>Organizație ne-guvernamentală</i>	35	17%
TOTAL	202	100%

Figura 1-distribuția eșantionului pe tipuri de localități

Din punct de vedere al structuri pozițiilor ocupate, principalii respondenți la chestionare au fost conducătorii de instituții, urmași, ca pondere, de directori, decani sau șefi de serviciu. La aproximativ un sfert dintre interviuri au răspuns experți în diverse domenii, inclusiv în accesare de fonduri europene.

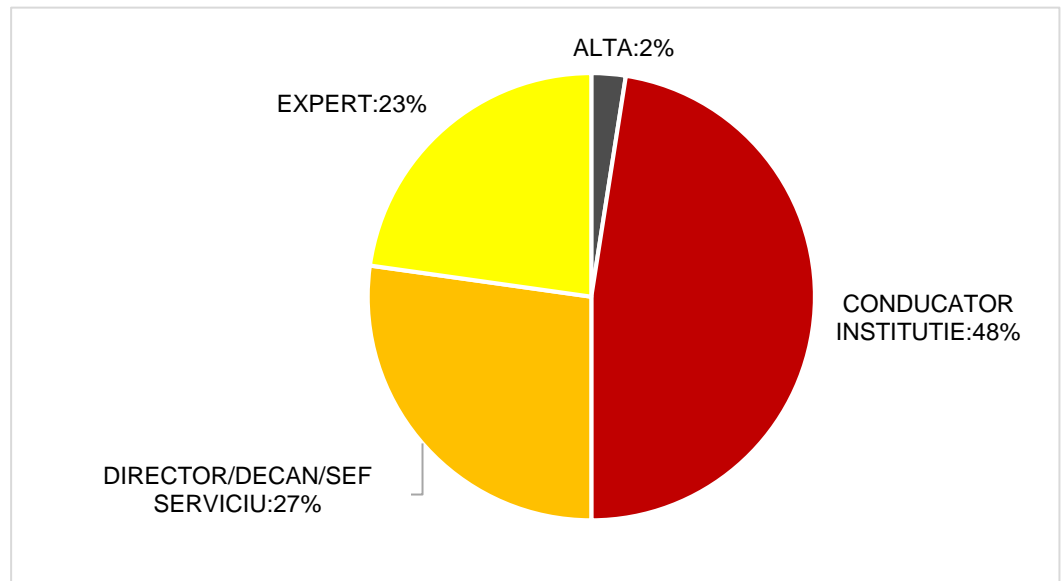


Figura 2-structura ocupațională a respondenților

Eșantionul a fost structurat în ponderi egale la nivel regional, astfel încât să se asigure o distribuție similară pe tipuri de beneficiari în fiecare regiune de dezvoltare.

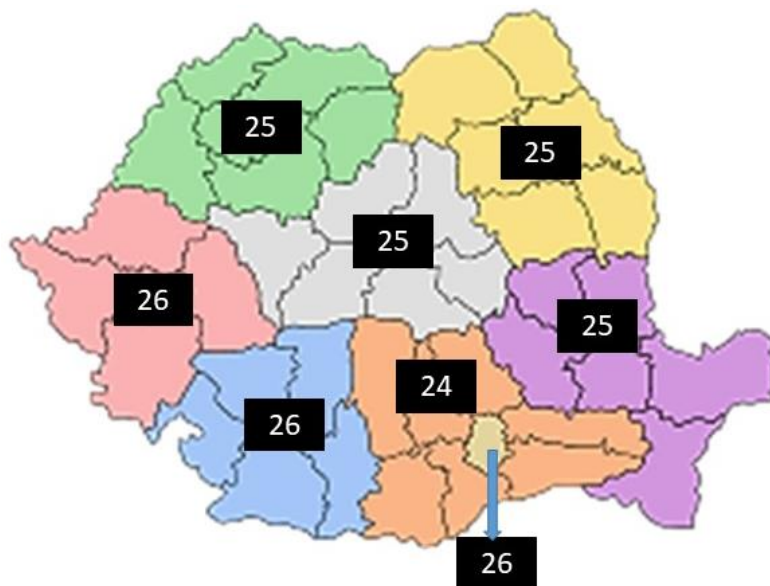


Figura 3- Distribuția eșantionului la nivel regional

Eșantionul a fost distribuit similar în cele 8 regiuni de dezvoltare. Principalii respondenți au fost conducătorii de instituție.

Structura pe criterii de gen a respondenților a fost următoarea: 50% femei și 50% bărbați. Menționăm faptul că selecția respondenților a urmărit criteriul maximizării expertizei în domeniul accesării de fonduri europene, structura de gen fiind un rezultat secundar al selecției, prin desemnarea a persoanelor care au răspuns la chestionar.

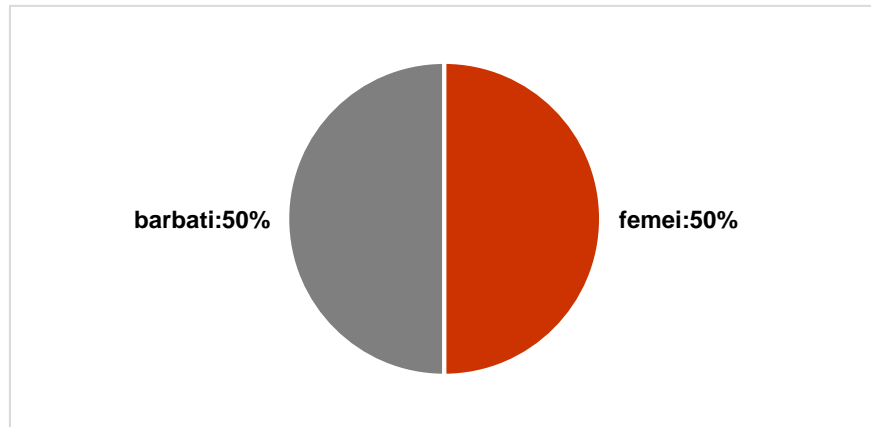


Figura 4- structura de gen

Probleme metodologice

Principala problemă înregistrată în procesul de culegere a datelor a fost desemnarea mai multor respondenți pentru a participa la realizarea interviului, sau participarea ad-hoc a mai multor respondenți la desfășurarea acestuia (persoane din același birou, persoane invitate de decident să participe la discuție). Dat fiind spațiul instituțional în care s-a desfășurat interviul operatorul nu a reușit, sau nu a avut oportunitatea de a purta discuția doar cu o singură persoană. În acest caz, în baza de date, a fost menționat ca respondent persoana cu funcția cea mai înaltă, respectiv persoana care a inițiat discuția. În 12 cazuri au fost menționate două persoane respondente la chestionar, pozițiile lor de autoritate fiind apreciate de către operator ca egale.

Verificarea culegerii datelor

Verificarea culegerii datelor s-a realizat pentru 10% din interviurile desfășurate, în conformitate cu prevederile Manualului de management al calității. Au fost verificate telefonic, următoarele elemente: efectuarea interviului cu persoana menționată în lista de respondenți, verificarea funcției respondentului în cadrul instituției pe care o reprezintă, reconfirmarea răspunsurilor la întrebările Q1 și Q4.

Rezultatele sondajului

Evaluarea notorietății Regio în rândul potențialilor beneficiari

Marea majoritate a potențialilor beneficiari au auzit de Regio, nivelul de awareness fiind foarte ridicat, în cadrul întregului eșantion (94%). Luând în considerare acest nivel de notorietate putem afirma că Regio are deja renume, la nivelul publicului țintă, fiind un brand reprezentativ pentru programele operaționale și pentru finanțările din fonduri europene în general.

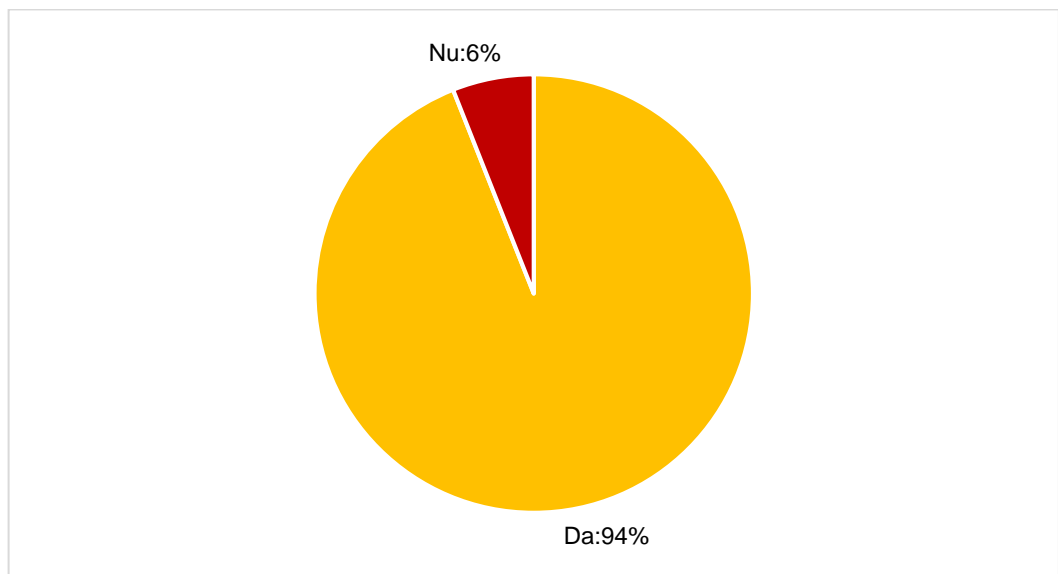


Figura 5- awareness REGIO in rândul potențialilor beneficiari alții decât APL-Q1

Analiza comparativă la nivelul categoriilor de potențiali beneficiari, prezentată în tabelul următor, arată că nivelul cel mai ridicat de awareness se înregistrează în rândul infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic/ parcurilor științifice și tehnologice și a incubatoarelor și acceleratoarelor de afaceri, cu o cvasi cunoaștere a Programului, urmate de instituțiile de învățământ superior de stat și furnizorii de servicii sociale acreditați. Un nivel mai scăzut de cunoaștere a fost înregistrat în rândul unităților de cult și al întreprinderilor mijlocii din mediul rural. Precizăm faptul că, din experiența anterioară de cercetare, rezultă că notorietatea Regio este foarte ridicată la nivel național, fiind Programul Operațional cel mai ușor de identificat prin elementele de identitate vizuală. Notorietatea însă nu presupune un nivel similar de informare.

POR-Regio are un nivel de awareness foarte ridicat, fiind un brand reprezentativ pentru programele operaționale.

Cel mai ridicat nivel de awareness se înregistrează în rândul infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic/ parcurilor științifice și tehnologice și a incubatoarelor și acceleratoarelor de afaceri.

Dvs. ați auzit de Regio- Programul Operațional Regional 2014-2020?

TIP BENEFICIARI	DA	NU
Furnizor de servicii sociale acreditat	88%	12%
Instituție de învățământ superior de stat	97%	3%
Întreprindere mică și mijlocie din mediul urban	92%	8%
Întreprindere mijlocie din mediul rural	88%	13%
Microîntreprindere din mediul urban	96%	4%
Unitate de cult	86%	14%
Infrastructură de inovare și transfer tehnologic/ parc științific și tehnologic	100%	0%
Incubator și accelerator de afaceri	100%	0%
Organizație neguvernamentală	91%	9%
TOTAL	94%	6%

Figura 6- Distribuție awareness pe categorii de potențiali beneficiari. Procente valide din total categorii

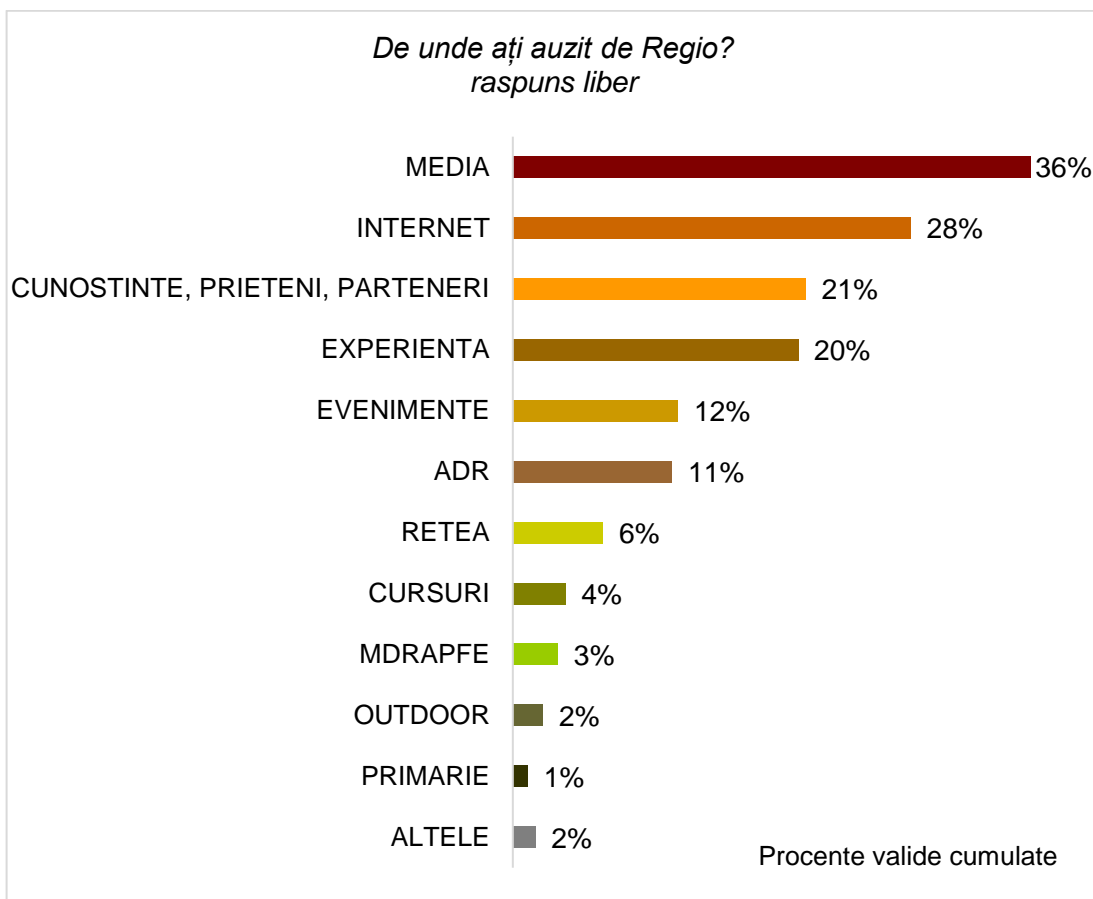


Figura 7-mijloace prin care s-a creat notorietatea Regio-Q2

Mass media este principalul instrument de creare a notorietății la nivelul acestor beneficiari, urmat de internet, relațiile de comunicare directă cu parteneri, consultanți, colegi, cunoștințe și de experiența de lucru efectivă în proiecte cu finanțare Regio a respondentului. Analiza răspunsurilor oferite la itemul privind sursele prin care s-a realizat awareness-ul general al Programului Operațional Regional evidențiază următoarele aspecte:

- ✓ Majoritatea respondenților (51%) menționează prioritar, sursa cea mai înalt specializată din cele utilizate (ex MDRAPFE) și secundar sursele alternative.
- ✓ Aproape jumătate (45%) dintre respondenți utilizează un mixt informațional, combinând în principal informațiile obținute din mass media cu cele de pe internet, sau cele din comunicarea directă;

Analiza dispersiei mijloacelor de informare evidențiază 3 categorii de astfel de instrumente:

- *Mijloace pentru informare generală* sunt în principal mijloacele de comunicare în masă (media, internet, outdoor) pe care majoritatea respondenților le combină fie între ele, fie cu alte mijloace de informare;
- *Mijloace pentru informare particulară* sunt în principal mijloace de comunicare directă (discuții cu parteneri, colegi, consultanți, cunoștințe, participarea la evenimente sau cursuri, comunicare directă cu ajutorul rețelei comunicatorilor Regio) menționate ca surse de informare de peste 40% dintre respondenți;
- *Mijloace pentru informare specializată* primite în cadrul activității efective într-un proiect de obicei prin intermediul unor instituții specializate ADR, MDRAPFE Primărie, rețeaua comunicatorilor Regio.

Rețeaua comunicatorilor Regio este prezentă ca mijloc de informare în două categorii de mijloace, deoarece, pentru potențialii beneficiari, s-au raportat la ea din cele două perspective definitorii: comunicarea directă (ce caracterizează informarea particulară) și comunicarea instituțională (ce caracterizează informarea specializată).

Cele trei categorii de instrumente, din perspectiva tipului de informații pe care le pot oferi se pot grupa în trei niveluri de comunicare structurate din perspectiva gradului de complexitate a mesajului transmis:



Figura 8-ierarhia mijloacelor de informare pentru crearea notorietății Regio

Nivelul 1- nivel de informare la care se utilizează, în special, mijloace de comunicare în masă (media, internet, outdoor) și sunt oferite informații cu caracter general;

Nivelul 2- nivel de informare la care se utilizează, în special, mijloace de comunicare directă și sunt oferite informații cu caracter particular;

Nivelul 3- nivel de informare la care se utilizează mijloace de comunicare instituțională (site-uri specializate, e-mail, rețele de comunicare etc) și care oferă informație specializată, punctuală în special celor implicați într-un proiect.

NIVELUL 1	NIVELUL 2	NIVELUL 3
<ul style="list-style-type: none"> • mijloace de comunicare în masă • informații cu caracter general 	<ul style="list-style-type: none"> • mijloace de comunicare directă • informații cu caracter particular 	<ul style="list-style-type: none"> • mijloace de comunicare instituțională • informații cu caracter specific

Figura 9- niveluri de comunicare în rândul potențialilor beneficiari

Analiza de corelație pe tipuri de beneficiari, între gradul de notorietate și tipul de mijloace de informare menționate arată o corelație directă între tipul de mijloace de informare utilizate și gradul de notorietate al Regio în rândul categoriei de beneficiari. Respectiv, în categoriile de beneficiari în care se menționează preponderent ca mijloc de informare un instrument de nivel 3, nivelul de notorietate al Regio este mult mai mare decât în categoriile de beneficiari în care se menționează preponderent, ca mijloc de informare un instrumente de nivel 1.



În cazul potențialilor beneficiari, parcursul comunicațional trece de la comunicarea prin mijloace de comunicare de masă, la comunicarea directă spre informarea instituțională specifică. În acest traseu, comunicarea directă reprezintă mijlocul prin care se realizează trecerea de la notorietate la informare efectivă.

Această corelație reliefează și un tip de traseu comunicațional: de la comunicarea prin mijloace de masă, prin comunicarea directă spre informarea instituțională specifică. În acest traseu, comunicarea directă reprezintă liantul important între cele două niveluri, mijlocul prin care se realizează trecerea de la notorietate la informare efectivă.

Tipuri de beneficiari	Niveluri de comunicare		
	1	2	3
Furnizor de servicii sociale acreditat	67%	9%	24%
Incubator și accelerator de afaceri	29%	29%	43%
Infrastructură de inovare și transfer tehnologic/ parc științific și tehnologic	31%	23%	46%
Instituție de învățământ superior de stat	16%	45%	39%
Întreprindere mică și mijlocie din mediul urban	46%	29%	25%
Întreprindere mijlocie din mediul rural	71%	14%	14%
Microîntreprindere din mediul urban	45%	18%	36%
Organizație neguvernamentală	56%	25%	19%
Unitate de cult	58%	25%	17%
Total general	47%	25%	28%

Figura 10- ponderea mijloacelor pe niveluri de comunicare în cadrul fiecărei categorii de beneficiari

După cum se poate observa în tabelul de mai sus, așa cum am menționat anterior, în analiza de corelație, categoriile de beneficiari în rândul cărora sunt utilizate în special mijloace de informare de nivel 3 sunt cele în rândul cărora înregistram awareness-ul cel mai ridicat: infrastructurile de inovare și transfer tehnologic/ parcurile științifice și tehnologice, incubatoarele și acceleratoarele de afaceri, instituțiile de învățământ superior.

Evaluarea experienței de comunicare în proiectele finanțate prin Regio

La nivelul întregului eșantion de potențiali beneficiari, aproximativ 42% dintre respondenți declară că au lucrat până acum în cadrul unui proiect Regio, criteriul experienței fiind un criteriu de selecție a instituției și a respondenților. Un element metodologic semnificativ este dat de diferența între experiența individuală, a respondentului în acest caz, și experiența instituțională, respectiv a instituției pe care o reprezintă, în sensul în care persoanele au, în multe cazuri, mai multă experiență

decât instituția pe care o reprezintă. De fiecare dată când, din teren, ne-a fost semnalată o astfel de diferență, operatorul a primit instrucțiuni să facă apel la experiența personală a respondentului.

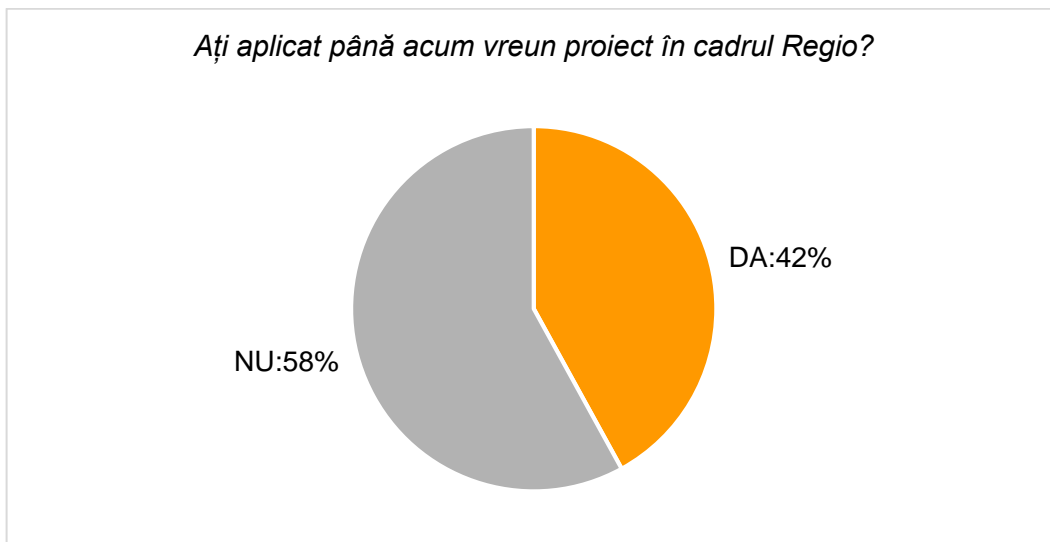


Figura 11- ponderea experienței cu proiecte finanțate prin Regio la nivelul eșantionului-Q3

Potențialii beneficiari la nivelul cărora înregistrăm cel mai ridicat nivel de notorietate a Programului Operațional Regional-Regio, cei care utilizează preponderent mijloace de informare de nivel 3, sunt și cei în rândul cărora se înregistrează cel mai ridicat nivel de experiență cu proiecte finanțate prin Regio, așa cum se poate vedea în tabelul următor:

Ați aplicat până acum vreun proiect în cadrul Regio?		
Potențialii beneficiari	da	nu
Furnizor de servicii sociale acreditat	46%	54%
Incubator și accelerator de afaceri	71%	29%
Infrastructură de inovare și transfer tehnologic/ parc științific și tehnologic	54%	46%
Instituție de învățământ superior de stat	56%	44%
Întreprindere mică și mijlocie din mediul urban	35%	65%
Întreprindere mijlocie din mediul rural	38%	63%
Microîntreprindere din mediul urban	42%	58%
Organizație neguvernamentală	26%	74%
Unitate de cult	14%	86%
Total	42%	58%

În cadrul procesului de intervievare, respondenților care au declarat că au avut cel puțin o experiență în cadrul vreunui proiect finanțat prin Programul Operațional



87% dintre respondenții care au avut experiențe în proiecte finanțate prin Regio au menționat cel puțin un aspect funcțional al programului.

Regional-Regio li s-a solicitat evaluarea aspectelor funcționale și disfuncționale din punct de vedere al comunicării. 87% dintre respondenții care au avut experiențe în proiecte finanțate prin Regio au menționat cel puțin un aspect funcțional al programului, din punct de vedere al comunicării. 40% dintre respondenții cu experiență Regio au semnalat cel puțin un aspect disfuncțional.

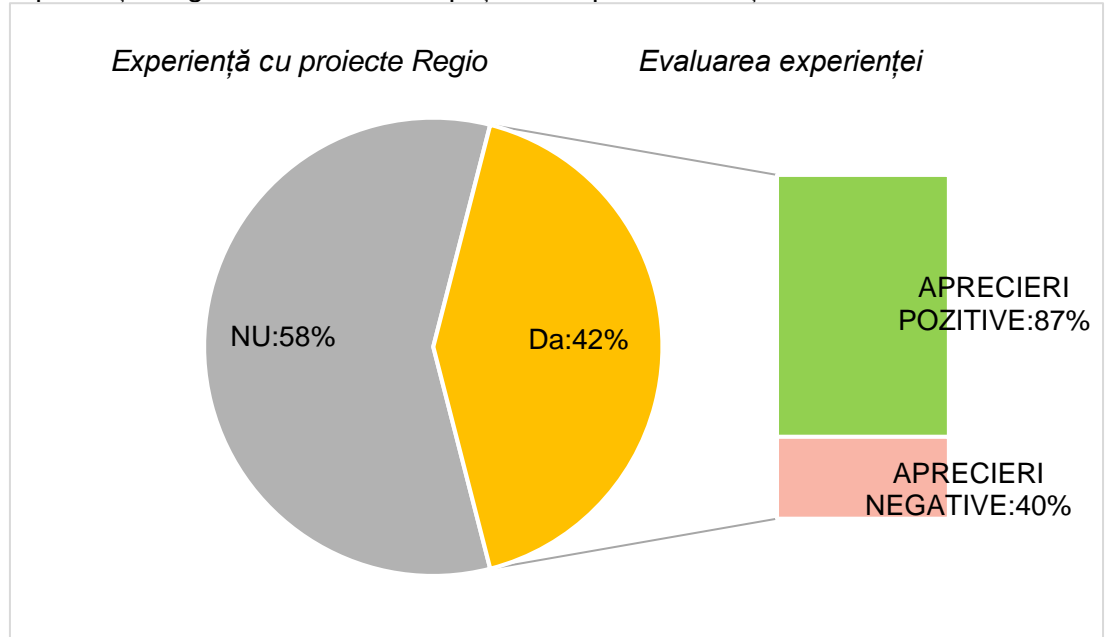


Figura 12- evaluarea experienței de comunicare în proiecte finanțate prin Regio

ASPECTE FUNCȚIONALE

Dintre respondenții care au evaluat pozitiv relația de comunicare pe care au avut-o pe parcursul experienței personale cu proiecte finanțate prin Regio, 19% au considerat că relația a fost "foarte bună", apreciind *profesionalismul în comunicare, promptitudinea* cu care s-a desfășurat schimbul de informații și *rapiditatea* cu care au fost oferite răspunsuri la problemele ridicate de către beneficiari. 77% din această categorie de respondenți au evaluat ca fiind "bună" relația de comunicare, apreciind *activitățile de comunicare* desfășurate de către OI și AM, *relația de comunicare cu ADR*, informațiile oferite de *site-ul www.inforegio.ro*, *eficiența* relației de comunicare, *caracterul suportiv* și complexitatea informațiilor primite. 4% dintre respondenții din această categorie au apreciat relația de comunicare ca fiind de nivel "mediu", apreciind pozitiv faptul că au existat mecanisme care să permită o *corespondență* între OI și beneficiari

și faptul că relația de comunicare a avut și o *componentă informală*, considerată utilă pentru buna implementare a proiectului.

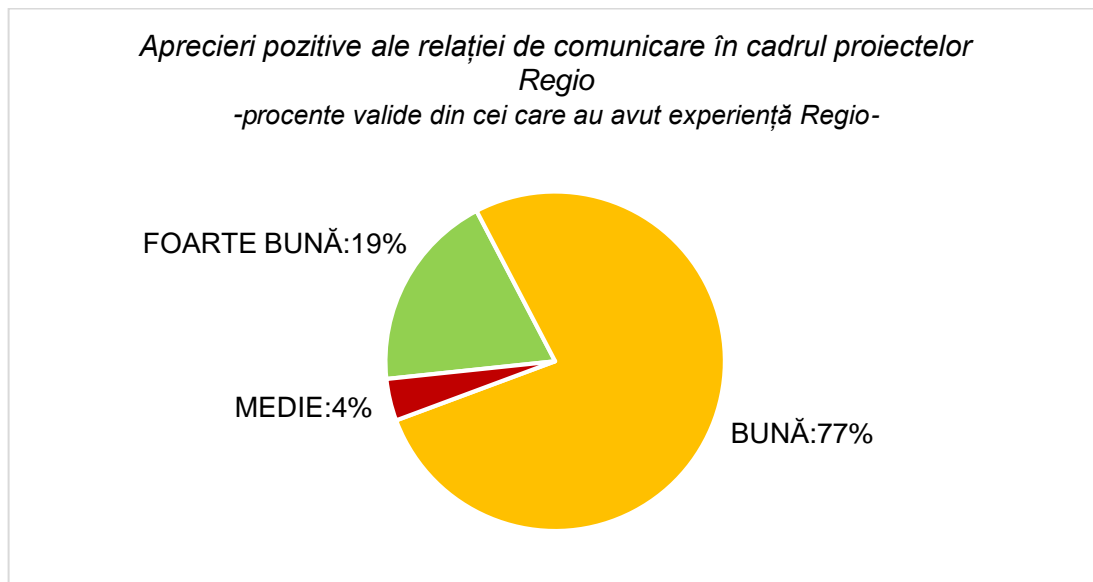


Figura 13- aprecieri pozitive ale relației de comunicare din proiecte Regio

Distribuția pe categorii de beneficiari a aprecierii pozitive a experienței de comunicare în proiecte cu finanțare Regio arată că, la nivelul întreprinderilor mijlocii în mediul rural care au beneficiat de finanțare, înregistrăm majoritar o apreciere superlativă, iar la nivelul unităților de cult, organizațiilor non-guvernamentale, infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic/ parcurilor științifice și tehnologice și incubatoarelor și accelerator de afaceri înregistrăm o apreciere predominant pozitivă.

Potențiali beneficiari	Aprecieri pozitive		
	foarte bună	bună	medie
Furnizor de servicii sociale acreditat	25%	75%	0%
Incubator și accelerator de afaceri	20%	80%	0%
Infrastructură de inovare și transfer tehnologic/ parc științific și tehnologic	0%	83%	17%
Instituție de învățământ superior de stat	24%	71%	6%
Întreprindere mică și mijlocie din mediul urban	11%	78%	11%
Întreprindere mijlocie din mediul rural	50%	50%	0%
Microîntreprindere din mediul urban	25%	75%	0%
Organizație neguvernamentală	13%	88%	0%
Unitate de cult	0%	100%	0%
Total	19%	77%	4%

Figura 14- distribuție apreciere pozitivă pe categorii de beneficiari

ASEPCTE DISFUNȚIONALE

40% dintre cei care au avut experiențe cu proiecte Regio au transmis și o serie de aprecieri negative. Majoritatea acestora (65%) au apreciat ca fiind greoi procesul de comunicare, transferând comunicării predominant dificultăți care au aparținut altor procese din implementarea programului: *volum mare al documentelor și informațiilor solicitate din partea beneficiarilor de către OI, ghiduri greoaie, birocrăție excesivă, ghiduri apărute cu întârziere care au suferit prea multe modificări pe parcursul implementării POR 2007-2013, grafice de timp nerealiste, care nu au putut fi negociate, încărcare dificilă a documentelor în platforma electronică și lipsa de suport tehnic pentru facilitarea acestor transferuri electronice, întârzieri în calendarul de implementare a proiectelor, dificultăți în comunicarea problemelor juridice și incoerența între cadrul legislativ și solicitările din ghiduri, lipsa proceselor de simplificare, reducerea birocrăției și diminuarea senzației de suspiciune de fraudă pe care o parte dintre respondenți au resimțit-o în relația de comunicare cu organismele de implementare.*

40% dintre cei care au avut experiențe cu proiecte Regio au transmis și o serie de aprecieri negative. Majoritatea acestora (65%) au apreciat procesul de comunicare ca fiind greoi, transferând comunicării dificultăți care au aparținut altor procese din implementarea programului: volum mare al documentelor și informațiilor solicitate din partea beneficiarilor de către OI, ghiduri greoaie, birocrăție excesivă.

Aprecieri negative ale relației de comunicare în cadrul proiectelor Regio
-procente valide din cei care au avut experiență Regio-

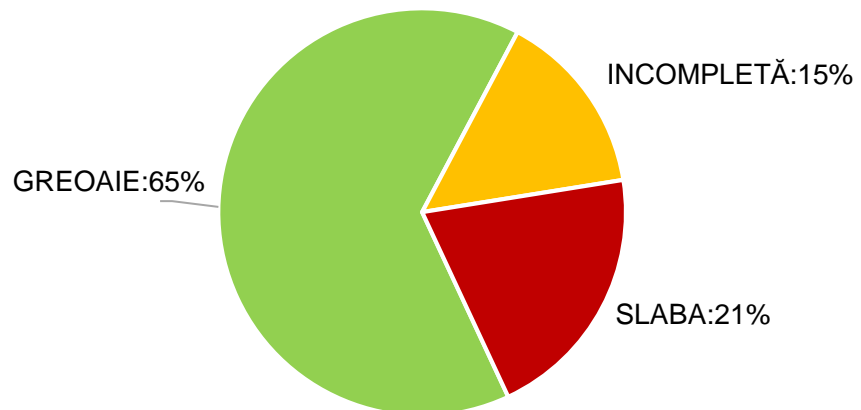


Figura 15- aprecieri negative ale relației de comunicare din proiecte Regio

21% dintre cei care au avut aprecieri negative la adresa procesului de comunicare au considerat că acesta a avut și părți slabe, luând în considerare în special *prea puținele întâlniri de lucru organizate de ADR cu beneficiarii de proiecte, răspunsuri redundante atunci când au fost solicitate clarificări, oferindu-*

se același text din ghid fără lămuririle cerute și *reticența* cu care unii dintre potențialii beneficiari s-au simțit tratați de către reprezentanții organismelor de implementare și control. Cei 15% dintre respondenții care au nominalizat aspecte disfuncționale ale procesului de comunicare au considerat că aceasta a fost incompletă deoarece nu au fost oferite *detalii cu privire la criteriile de evaluare, informații suficiente despre proceduri, informații privind perspectiva din care organismele de implementare privesc anumite modificări ce se pot aduce în cadrul proiectelor, informații privind corecțiile financiare care se pot face.*

Potențiali beneficiari	Aprecieri negative		
	Greoaie	Incompletă	slabă
<i>Furnizor de servicii sociale acreditat</i>	86%	0%	14%
<i>Infrastructură de inovare și transfer tehnologic/ parc științific și tehnologic</i>	67%	0%	33%
<i>Instituție de învățământ superior de stat</i>	62%	23%	15%
<i>Întreprindere mică și mijlocie din mediul urban</i>	60%	20%	20%
<i>Întreprindere mijlocie din mediul rural</i>	10%	10%	80%
<i>Microîntreprindere din mediul urban</i>	80%	10%	10%
<i>Organizație neguvernamentală</i>	50%	0%	50%
<i>Unitate de cult</i>	10%	80%	10%
Total	65%	15%	21%

Figura 16- distribuție apreciere negativă pe categorii de beneficiari

Comparația aprecierilor negative pe tipuri de potențiali beneficiari stă sub semnul numărului mic de cazuri, din punct de vedere statistic, al menționărilor de aspecte deficitare la nivelul întregului eșantion și sub semnul numărului mic de cazuri, per categorie de beneficiari, precizat în capitolul metodologic. În datele prezentate în tabelul de mai sus am evidențiat o serie de tendințe semnificative din punct de vedere al aglomerării de cazuri și nu al procentelor efective. Astfel, considerăm semnificativ faptul că furnizorii de servicii sociale acreditați și microîntreprinderile din mediul rural au avut predominant tendința de a menționa aspecte deficitare care țin de caracterul greoi al comunicării, unitățile de cult au tendința de a menționa caracterul incomplet al acestui proces, iar reprezentanții întreprinderilor mijlocii din mediul rural se concentrează pe aspectele deficitare care îi determină să punteze caracterul slab al comunicării.

Identificarea tipurilor de aprecieri generale în raport cu Regio

Chiar dacă în capitolele anterioare au fost identificate și aspecte disfuncționale, care, de altfel, se regăsesc în cazul tuturor categoriilor de public țintă și al tuturor tipurilor de cercetări desfășurate în această etapă, opinia generală majoritară a reprezentanților potențialilor beneficiari despre Programul Operațional Regional-



Opinia generală a reprezentanților potențialilor beneficiari despre Programul Operațional Regional- Regio este una pozitivă.

Regio este una pozitivă. Menționăm faptul că aprecierea generală a fost solicitată tuturor participanților la anchetă, nu doar celor care au avut experiențe cu proiecte finanțate prin Regio. 53% dintre cei care au dorit să exprime o opinie despre Regio au declarat că aceasta este mai degrabă pozitivă sau predominant pozitivă. O treime dintre respondenți au ales o poziție neutră, iar 14% au declarat o opinie mai degrabă negativă în raport cu Regio.

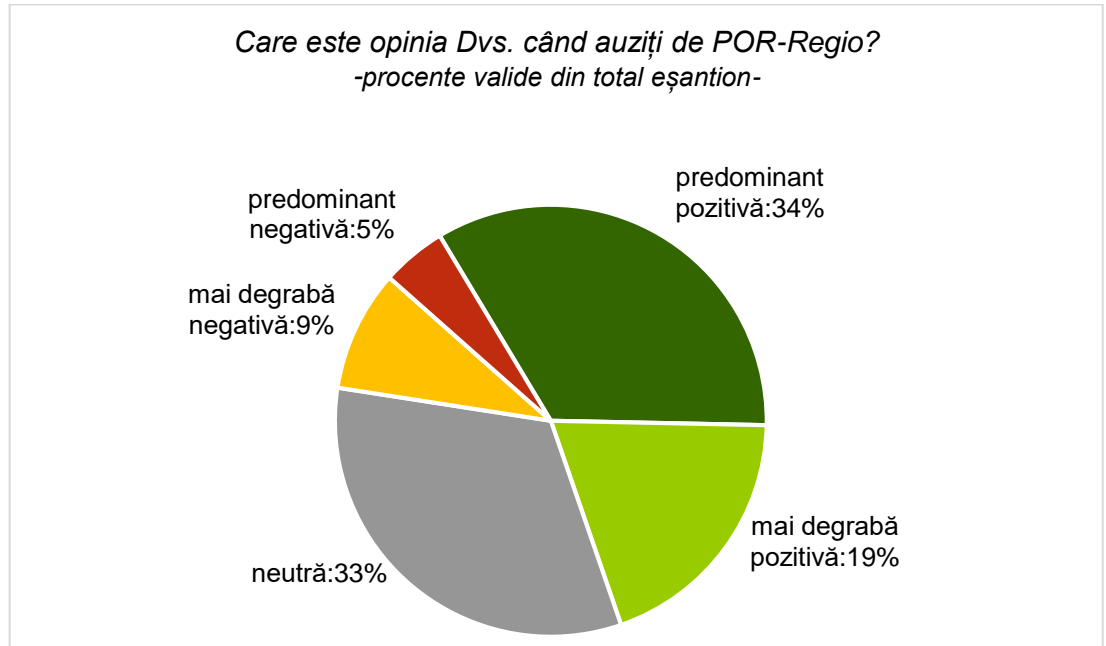


Figura 17- opinie generală privind POR-Regio-Q4

Comparația între categoriile de potențiali beneficiari arată că nicio categorie nu este caracterizată predominant de o opinie negativă.

Care este opinia Dvs. când auziți de Regio-Programul operațional Regional?			
Potențiali beneficiari	Pozitivă	Neutră	Negativă
Furnizor de servicii sociale acreditat	66%	23%	11%
Incubator și accelerator de afaceri	29%	57%	14%
Infrastructură de inovare și transfer tehnologic/ parc științific și tehnologic	8%	85%	8%
Instituție de învățământ superior de stat	45%	39%	15%
Întreprindere mică și mijlocie din mediul urban	62%	24%	14%
Întreprindere mijlocie din mediul rural	40%	20%	40%
Microîntreprindere din mediul urban	71%	29%	0%
Organizație neguvernamentală	59%	26%	15%
Unitate de cult	63%	13%	25%
total	53%	33%	14%

Figura 18- distribuția opiniei generale privind POR-Regio-Q4



Opinia pozitivă despre Regio se fundamentează pe impactul Regio la nivel național, în general și pe experiențele individuale reușite în implementare de proiecte finanțate prin Regio.

Înregistrăm însă o opinie majoritar pozitivă în rândul microîntreprinderilor din mediul urban, furnizorilor de servicii sociale acreditați, întreprinderilor mici și mijlocii din mediul urban și unităților de cult. O opinie mai degrabă neutră a fost înregistrată în rândul infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic.

Participanților la ancheta pe bază de interviu li s-au solicitat argumente care să justifice alegerea valorilor de scală făcute.

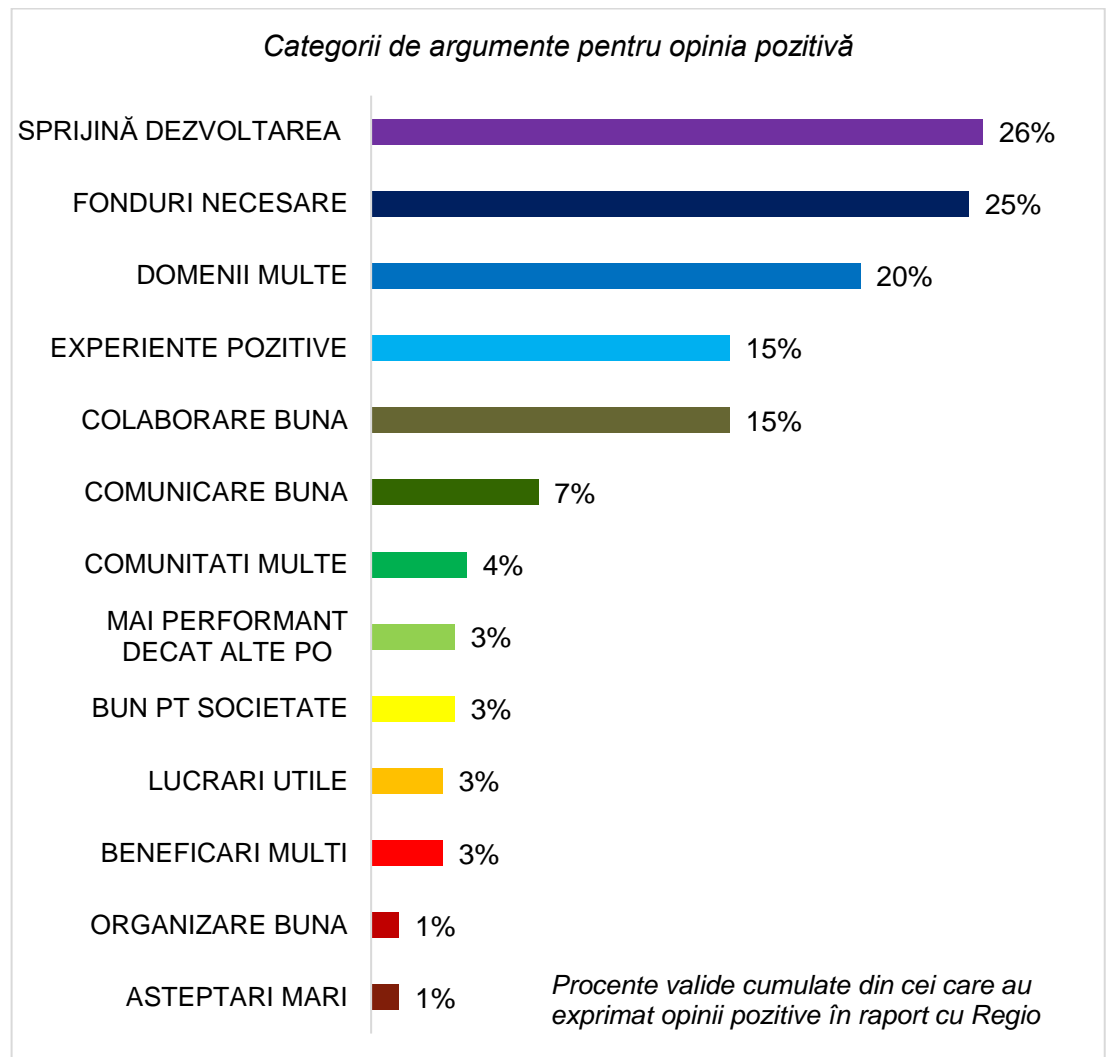


Figura 19- categorii de argumente pentru opinia pozitivă față de Regio-Q5

Categoriile de argumente care au justificat exprimarea unor opinii pozitive pot fi grupate în două clase majore: argumente referitoare la **impactul Regio** la nivel național: faptul că POR-Regio este un program care sprijină dezvoltarea la nivel național, regional și local (26%); oferă fondurile necesare unor proiecte de investiții pentru care altfel nu ar fi fost identificate soluții financiare (25%); vizează domenii



Lipsa de informații este principalul motiv al unei opinii neutre (nici pozitive, nici negative) despre Regio.

multiple de interes, de la proiecte de infrastructură locală la proiecte de reabilitare de școli și oferire de servicii sociale (20%), faptul că Regio a ajuns în multe comunități (4%) vizând categorii diverse de beneficiari (3%), fiind, în linii largi, un proiect bun pentru societate (3%). Cea de a doua clasă reunește argumentele generate de **experiența cu proiecte Regio**: experiențele reușite în implementarea unor proiecte finanțate prin Regio (15%), colaborarea bună cu organismele de implementare, cu ADR, cu MDRAPFE (15%), comunicare bună cu reprezentanții autorităților de management (7%), organizare bună în cadrul programului (1%) selecție corectă din punct de vedere al utilității proiectelor finanțate (3%), iar, pentru cei cu experiențe multiple, mai performant decât alte programe operaționale (3%).

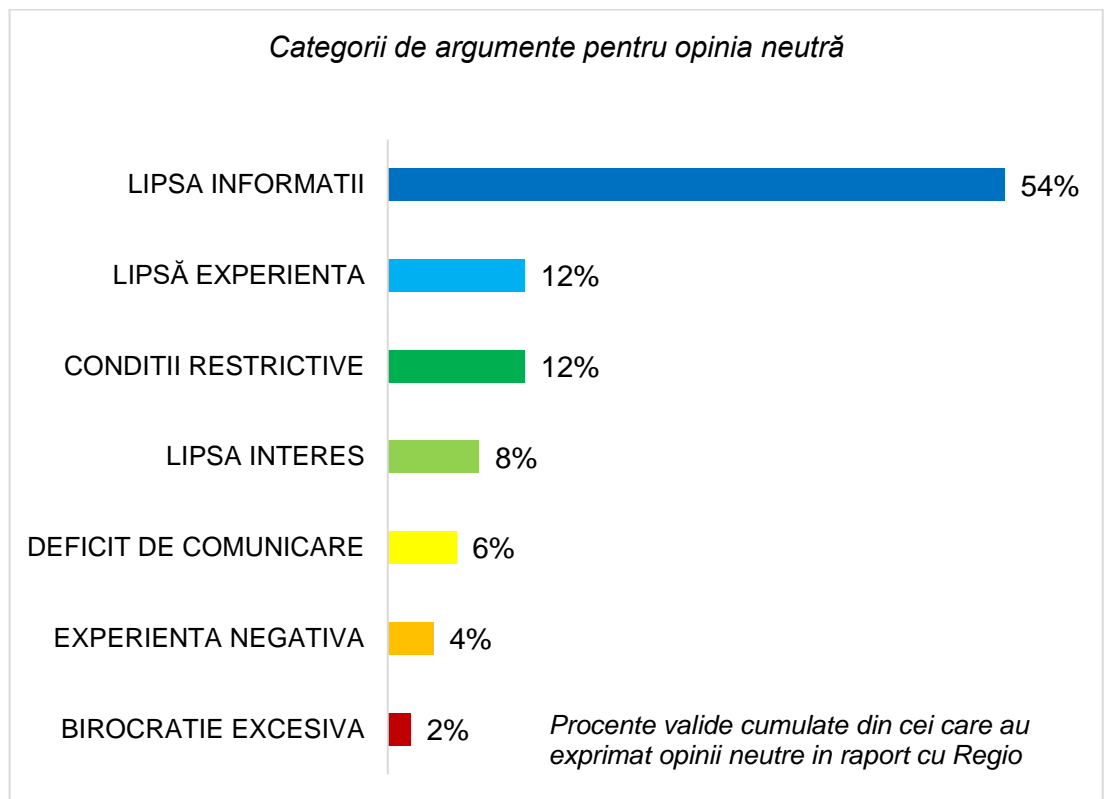


Figura 20- categorii de argumente pentru opinia neutră față de Regio-Q5

Principalele categorii de argumente pentru opinia neutră față de Regio sunt generate de lipsa de informații (54%), de lipsa experienței cu proiecte Regio (12%) și a interesului pentru astfel de proiecte (8%). O altă clasă de argumente vizează caracteristicile programului operațional: condiții restrictive (12%) și birocrație excesivă (2%). 10% dintre cei care au ales valoarea neutră a scalei au argumentat alegerea prin experiențe personale negative (4%) sau prin asperități de comunicare



Opinia negativă este generată de condițiile de eligibilitate restrictive, birocrația excesivă și experiențele negative în proiectele implementate.

înregistrate în timpul colaborării cu reprezentanți ai autorităților de management din cadrul programului.

Argumentele pentru exprimarea unei opinii mai degrabă negative în raport cu Regio, au pornit majoritar din experiența negativă a respondenților în încercarea de a accesa fonduri prin acest program. O treime dintre respondenții din această categorie (37%) acuză condițiile prea restrictive de eligibilitate, 32% consideră că birocrația din cadrul programului este excesivă, 23% argumentează prin experiențele personale negative în proiecte concrete, 6% acuză colaborarea interinstituțională deficitară (OI, ADR, MDRAPFE, CJ, instituții de avizare județene), iar 5% susțin că au o opinie negativă din cauza lipsei de informații despre POR-Regio.

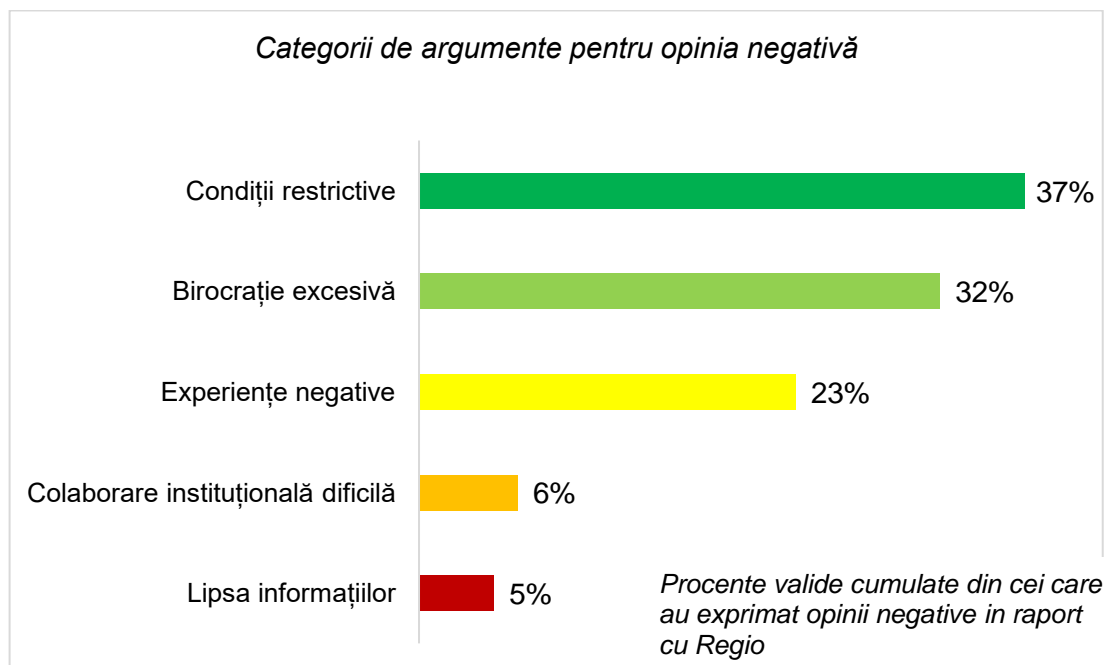


Figura 21- categorii de argumente pentru opinia negativă față de Regio-Q5

Identificarea nevoilor de informare în rândul beneficiarilor potențiali

Identificarea nevoilor de informare în rândul potențialilor beneficiari s-a realizat printr-o baterie de zece întrebări cu răspunsuri dihotomice (da/nu), a căror cumulare creează tabloul informării necesare pentru a putea depune un proiect eligibil prin Programul Operațional Regional 2014-2020. Răspunsul la aceste întrebări se bazează pe auto-evaluarea persoanelor intervievate.

La nivelul întregului eșantion ierarhia itemilor de informare este următoarea:

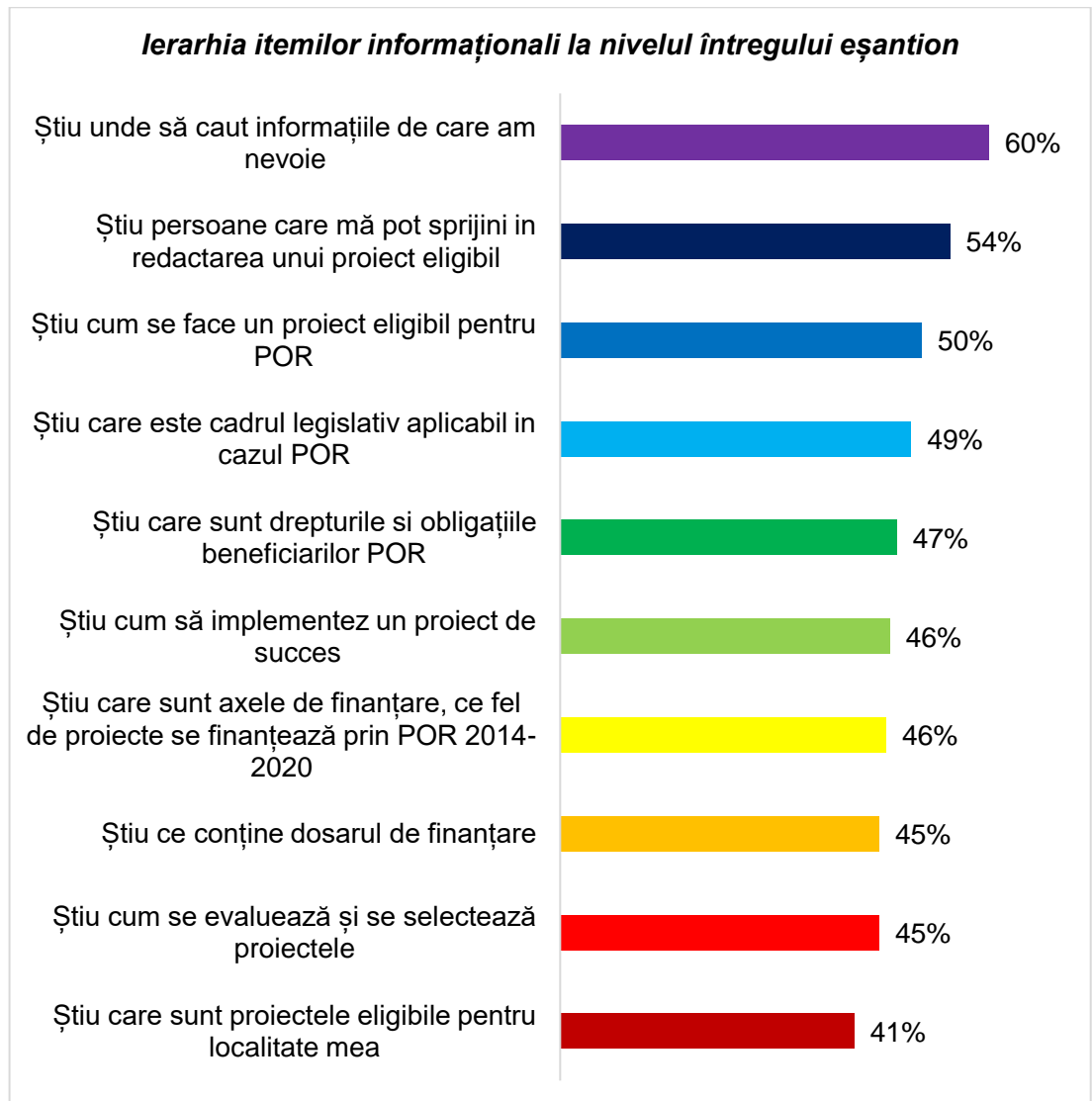


Figura 22- ierarhia itemilor de informare. Procente din total eșantion. Q6-Q15

Majoritatea respondenților declară că dețin informații despre sursele de informare privind Programul Operațional Regional 2014-2020 (60% din eșantion) și despre modalitatea în care pot primi sprijin în redactarea unui proiect eligibil (54% din eșantion). Zonele deficitare din punct de vedere informațional vizează: criteriile de eligibilitate, modalitățile de evaluare și selecție a proiectelor și conținutul dosarului de finanțare. Remarcăm faptul că, pentru fiecare item de informare, cel puțin o treime din eșantion nu consideră că deține informațiile necesare pentru a răspunde afirmativ la întrebare.

Cele mai bine cunoscute informații sunt cele care privesc sursele de informare și persoanele care pot sprijini în redactarea unui proiect eligibil.

Peste 60% dintre respondenți declară că dețin cel puțin una din cele zece informații necesare evaluării oportunității unui proiect Regio pentru organizația pe care o reprezintă.

La nivelul întregului eșantion, aproximativ o treime dintre respondenți (32%) au răspuns negativ la fiecare dintre itemii de informare cuprinși în bateria de întrebări de evaluare, respectiv 22% dintre respondenți au răspuns afirmativ la toți itemii de propuși. Media la nivelul întregului eșantion este de 4,83 puncte din 10 posibile, ceea ce denotă nevoia de intensificare a eforturilor de informare în rândul potențialilor beneficiari.

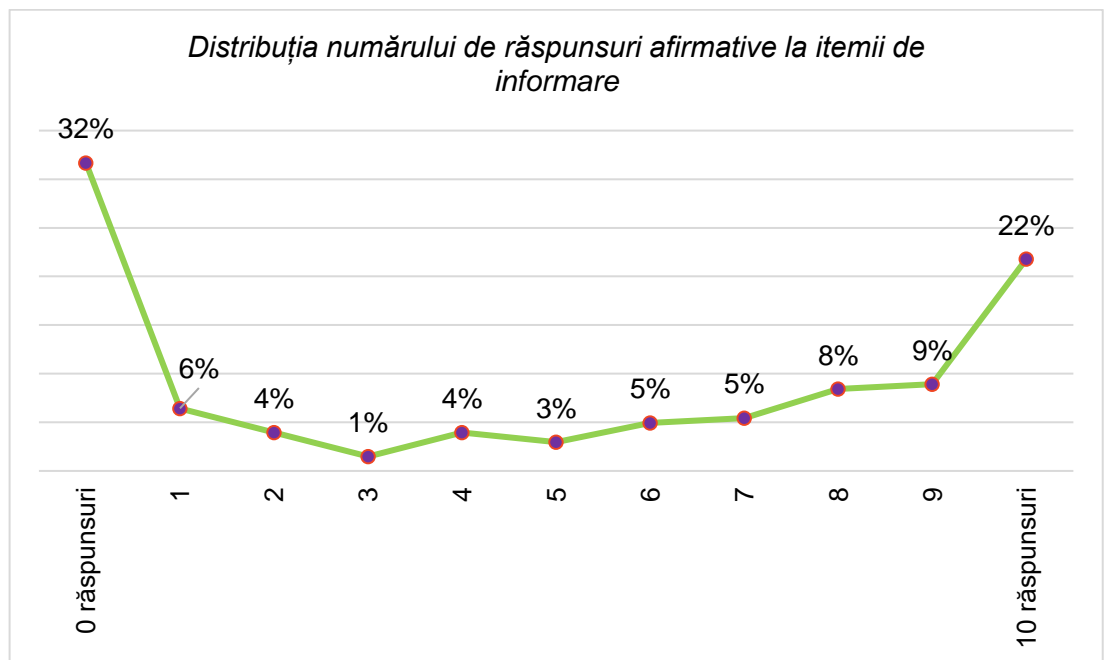


Figura 23- Distribuția numărului de răspunsuri afirmative la itemii de informare-procente din total eșantion

Comparația între tipurile de beneficiari incluse în eșantion, din punct de vedere al mediilor ponderate obținute la această baterie de itemi de informare, arată faptul că, la nivelul a patru din cele nouă categorii de potențiali beneficiari incluse în eșantion, s-a obținut o medie per categorie peste media generală (de 4,83 puncte): furnizorii de servicii sociale acreditați, incubatoarele și acceleratoarele de afaceri, instituțiile de învățământ superior de stat și organizațiile neguvernamentale. Cel mai slab nivel de informare s-a înregistrat în rândul unităților de cult, care au avut o medie mai mică de două puncte. Remarcăm, în cadrul acestei ierarhii, faptul că pe primele poziții din punct de vedere al nivelului de informare, mediile cele mai ridicate au fost înregistrate în rândul categoriilor de beneficiari care au fost eligibile și active și în exercițiul de programare anterior, respectiv 2007-2013.

Ierarhia categoriilor de potențiali beneficiari în funcție de mediile ponderate obținute la bateria de 10 itemi de informare

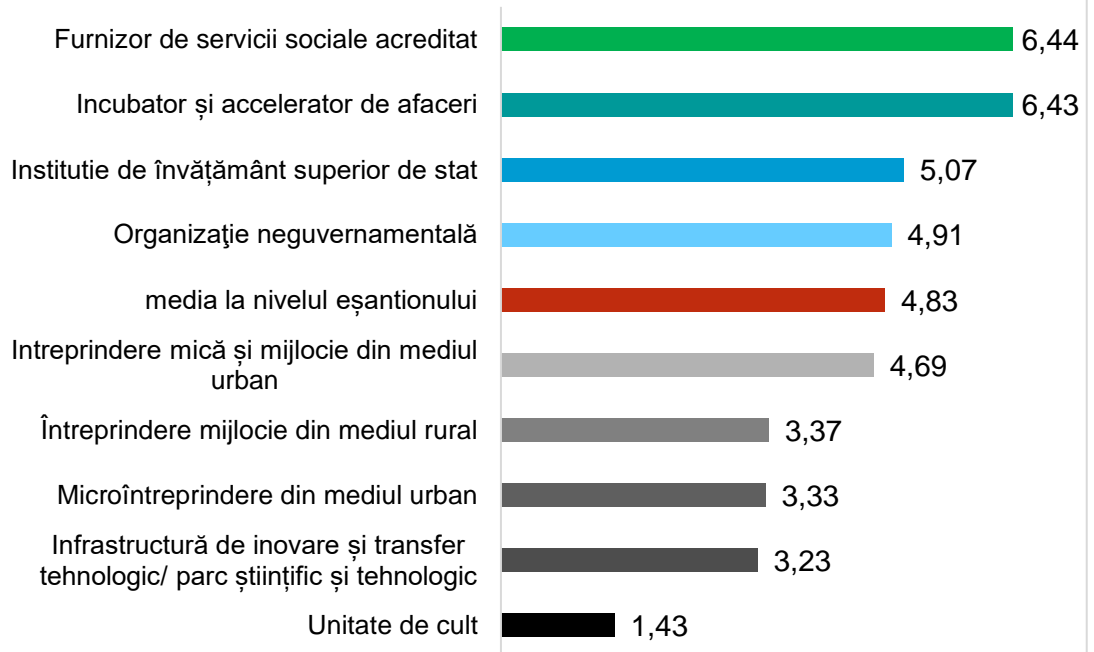


Figura 24- ierarhia potențialilor beneficiari în funcție de mediile ponderate la Q6_Q15

Deși o parte dintre beneficiari au înregistrat, la nivel de categorie, medii de informare peste media generală, deficitul de informare este semnificativ pentru toate categoriile incluse în eșantion, așa cum arată media mică (sub 5 puncte din 10) obținută la nivel general.

La nivelul fiecărei categorii de beneficiari înregistrăm însă o serie de particularități privind necesarul de informare. În paragrafele următoare, pentru fiecare dintre cele 9 categorii de potențiali beneficiari vom prezenta ierarhia necesarului de informare, construită pe baza itemilor la care, respondenții din categoria respectivă au afirmat că nu dețin informații (răspunsuri negative).

Furnizorii de servicii sociale, acreditați sunt categoria de potențiali beneficiari care a înregistrat cea mai ridicată medie a nivelului de informare, 48% dintre respondenții din această categorie afirmând că știu răspunsul la 9 sau chiar la toate din cele 10 întrebări de evaluare a nivelului de informare din bateria testată. Cu toate acestea un sfert din reprezentanții din această categorie au răspuns afirmativ la maxim 2 din întrebările de evaluare.

Furnizorii de servicii sociale acreditați, incubatoarele și acceleratoarele de afaceri sunt potențiali beneficiari cu cel mai ridicat nivel de informare. Cel mai slab nivel de informare s-a înregistrat în rândul unităților de cult.

Deficitul de informare la nivelul furnizorilor de servicii sociale acreditați

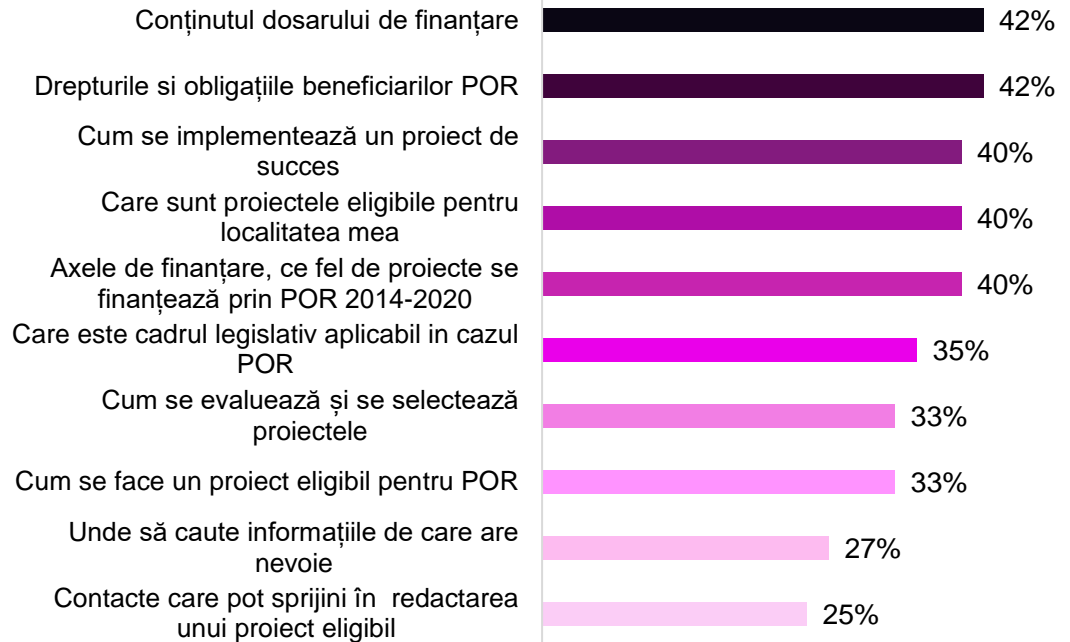


Figura 25- deficitul de informare la nivelul furnizorilor de servicii sociale acreditați. Procent din total categorie.

Deficitul semnificativ de informare, la nivelul acestei categorii constă în conținutul dosarului de finanțare și drepturile și obligațiile beneficiarilor POR. 42% dintre respondenții din această categorie declară că nu cunosc aceste informații. Cel mai bine se poziționează la capitolul informațional privind suportul extern necesar redactării unui proiect, respectiv contacte care pot sprijini organizația în redactarea unui proiect eligibil și surse de informare, ceea ce poate fi o dovadă a tendinței acestei categorii de beneficiari de a apela la terți (consultanți) pentru elaborarea unui proiect cu finanțare prin POR.

Incubatoarele și acceleratoarele de afaceri se află, de asemenea în topul potențialilor beneficiari, din punct de vedere al coeficientului de informare, respectiv al mediei obținute la cele 10 întrebări privind informarea. Majoritatea reprezentanților acestei categorii de beneficiari (57%) au răspuns afirmativ la 9 sau mai multe din cele 10 întrebări de evaluare. În rândul acestei categorii înregistrăm însă cel mai ridicat nivel de discrepanță internă, din punct de vedere al informării, 29% dintre respondenți răspunzând pozitiv la maxim una dintre întrebările de evaluare a volumului de informații deținute.

La nivelul furnizorilor de servicii sociale acreditați, deficitul semnificativ de informare constă în conținutul dosarului de finanțare și drepturile și obligațiile beneficiarilor POR.

Deficitul de informare la nivelul incubatoarelor și acceleratoarelor de afaceri

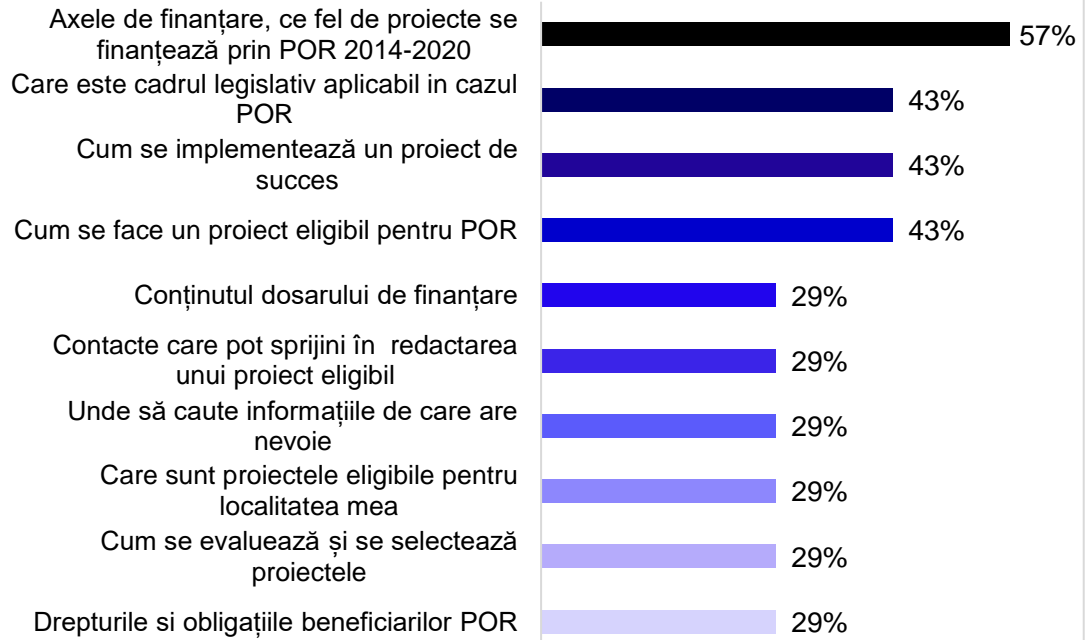


Figura 26- deficitul de informare la nivelul incubatoarelor și acceleratoarelor de afaceri. Procent din total categorie.

Deși volumul de respondenți din această categorie este mic din punct de vedere statistic, evidențiem în graficul anterior, ca tendință, o zonă deficitară din punct de vedere al informării ce vizează detalii privind axele de finanțare (majoritatea respondenților din această categorie declară că nu cunosc tipologia de proiecte care se finanțează prin POR 2014-2020), cadrul legislativ aplicabil în cazul POR, cum se redactează și cum se implementează un proiect de succes finanțat prin Regio pentru perioada de programare 2014-2020. Ca și în cazul categoriei furnizorilor de servicii sociale, incubatoarele de afaceri sunt instituții care tind să externalizeze serviciile de concepere și chiar de implementare a proiectelor cu finanțare europeană.

Instituțiile de învățământ superior de stat se poziționează din punct de vedere al mediei de informare în eșalonul superior al clasamentului, aproximativ o treime (31%) dintre respondenții din această categorie răspunzând afirmativ la mai mult de 9 din cele 10 întrebări de evaluare a nivelului de informare. Mai mult de un sfert însă (28%) din reprezentanții acestei categorii au declarat că nu știu nici una dintre cele 10 informații prezente în grila de evaluare.

La nivelul incubatoarelor și acceleratoarelor de afaceri, deficitul semnificativ de informare vizează detaliile privind axele de finanțare.

La nivelul unităților de învățământ superior, deficitul semnificativ de informare vizează categoriile de proiecte eligibile, conținutul dosarului de finanțare, modalitățile de evaluare și selecție a proiectelor și drepturile și obligațiile beneficiarilor POR.

Deficitul de informare la nivelul unităților de învățământ superior

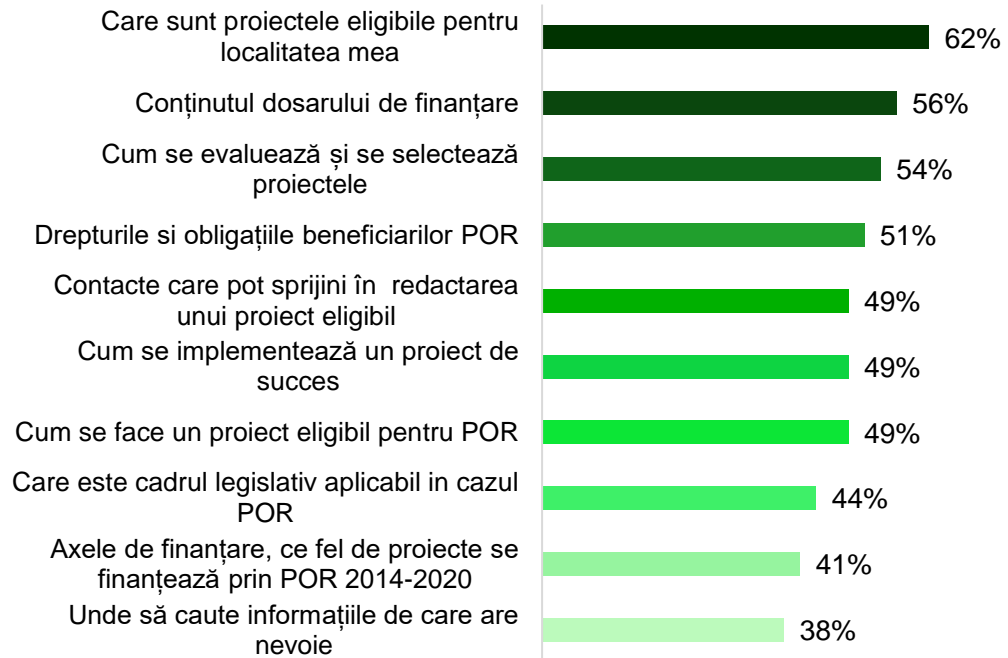


Figura 27- deficitul de informare la nivelul unităților de învățământ superior. Procent din total categorie.

Deficitul de informare la nivelul acestor potențiali beneficiari vizează categoriile de proiecte eligibile, conținutul dosarului de finanțare, modalitățile de evaluare și selecție a proiectelor și drepturile și obligațiile beneficiarilor POR, majoritatea respondenților din această categorie (peste 50%) declarând că nu dețin informații despre aceste aspecte. Unitățile de învățământ superior sunt însă instituții care au experiență semnificativă în accesarea de fonduri prin programele operaționale, o parte din ele având departamente dedicate acestei componente de dezvoltare universitară. Promovarea eligibilității acestor instituții în cadrul finanțărilor Regio și promovarea surselor de informare considerăm că sunt principalii pași pentru a crește implicarea acestor instituții în aplicarea de proiecte finanțate prin Regio.

Organizațiile non-guvernamentale înregistrează o medie de informare ușor mai ridicată decât media la nivelul întregului eșantion, peste o treime dintre acești respondenți (37%) afirmând că știu răspunsul la mai mult de 9 din întrebările de evaluare. Disparitățile interne sunt semnificative însă și în cazul acestei categorii de beneficiari, 31% dintre reprezentanți nefiind deloc familiarizați cu Regio (răspunsuri negative la toate cele 10 întrebări de evaluare a informațiilor despre program).

Deficitul de informare la nivelul organizațiilor non-guvernamentale

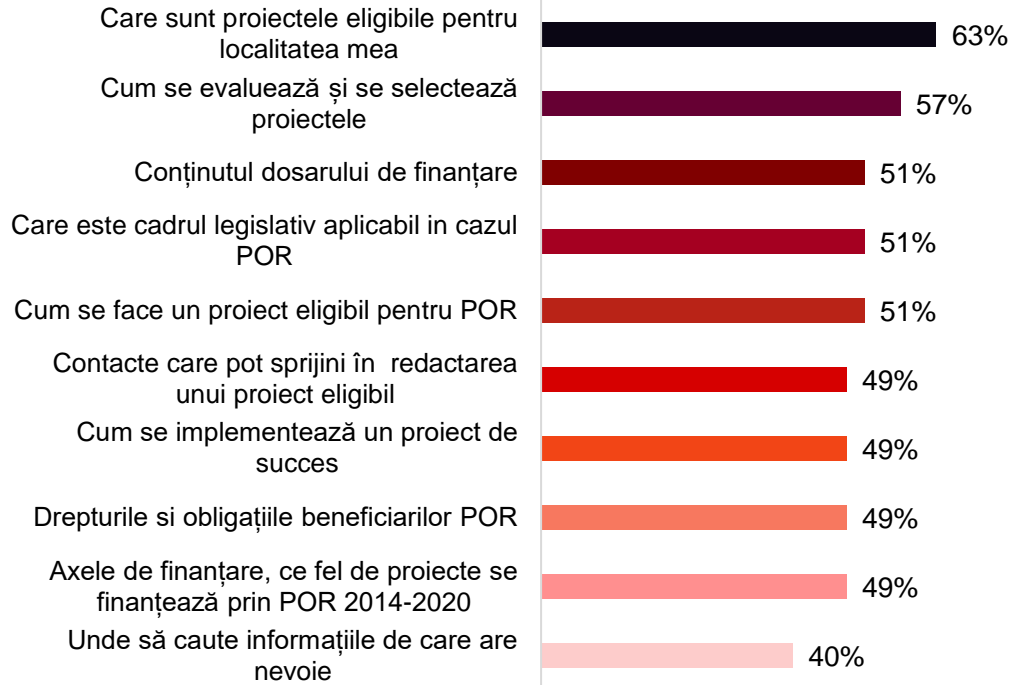


Figura 28- deficitul de informare la nivelul organizațiilor non-guvernamentale. Procent din total categorie.

Principalul deficit de informare, la nivelul reprezentanților organizațiilor non-guvernamentale vizează: tipul de proiecte eligibile pe care organizația le poate depune (63%), criteriile de evaluare și selecție a proiectelor (57%), conținutul dosarului de finanțare, cadrul legislativ aplicabil în cazul POR și criteriile de eligibilitate a proiectelor POR (51%). Itemul privind sursele de informare este cel la care s-au înregistrat cele mai multe răspunsuri pozitive, fiind domeniul cel mai bine cunoscut la nivelul acestui grup de potențiali beneficiari.

Întreprinderile mici și mijlocii din mediul urban se poziționează, ca nivel mediu de informare, sub pragul mediei la nivelul întregului eșantion. Deși ponderea celor care nu știu răspunsul la niciuna dintre cele 10 întrebări de evaluare a nivelului de informare despre Regio este mai mică decât în cazul altor categorii de beneficiari (27% dintre reprezentanții din această categorie nu au răspuns afirmativ la niciuna dintre întrebări), media scăzută este dată de ponderea mică a celor care răspund afirmativ la 9 sau mai multe din întrebările de evaluare (19%).

La nivelul organizațiilor non-guvernamentale, deficitul de informație este semnificativ și vizează majoritatea aspectelor informaționale.

Deficitul de informare al întreprinderilor mici și mijlocii din mediul urban este major, cei mai mulți din itemii de evaluare înregistrând răspunsuri negative din partea majorității respondenților din această categorie.

Deficitul de informare la nivelul întreprinderilor mici și mijlocii din mediul urban

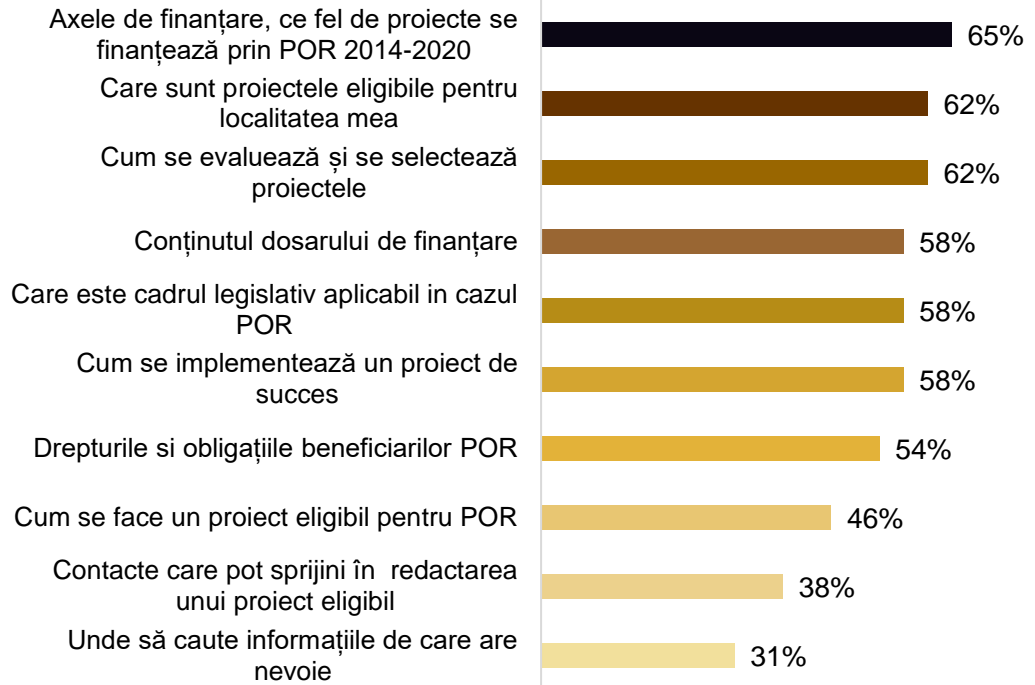


Figura 29- deficitul de informare la nivelul întreprinderilor mici și mijlocii din mediul urban. Procent din total categorie.

Deficitul de informații la nivelul acestei categorii este major, cei mai mulți din itemii de evaluare înregistrând răspunsuri negative din partea majorității respondenților din această categorie. Astfel 65% dintre respondenți nu cunosc axele de finanțare și ce fel de proiecte de finanțează pentru POR 2014-2020, 62% nu cunosc proiectele eligibile și criteriile de evaluare și selecție a proiectelor, 58% nu cunosc în ce consta conținutul dosarului de finanțare, cadrul legislativ aplicabil pentru POR, sau cum se implementează un proiect de succes, iar 54% nu cunosc drepturile și obligațiile beneficiarilor POR. Ca și în cazul altor categorii de beneficiari, aspectele la nivelul cărora înregistrăm un nivel mai ridicat de cunoaștere vizează sursele de informare (31% deficit) și contactele care pot sprijini în redactarea unui proiect eligibil (38% deficit).

Întreprinderile mijlocii din mediul rural deschid seria eșalonului cu deficit major de informații în ceea ce privește Programul Operațional Regional. Media generală obținută este mai mică de 4 puncte din cele 10 posibile. Jumătate din respondenții din această categorie nu cunosc răspunsul la niciunul dintre itemii de evaluare a

nivelului de informare, deficitul informațional vizând toate aspectele menționate în bateria de întrebări de evaluare.

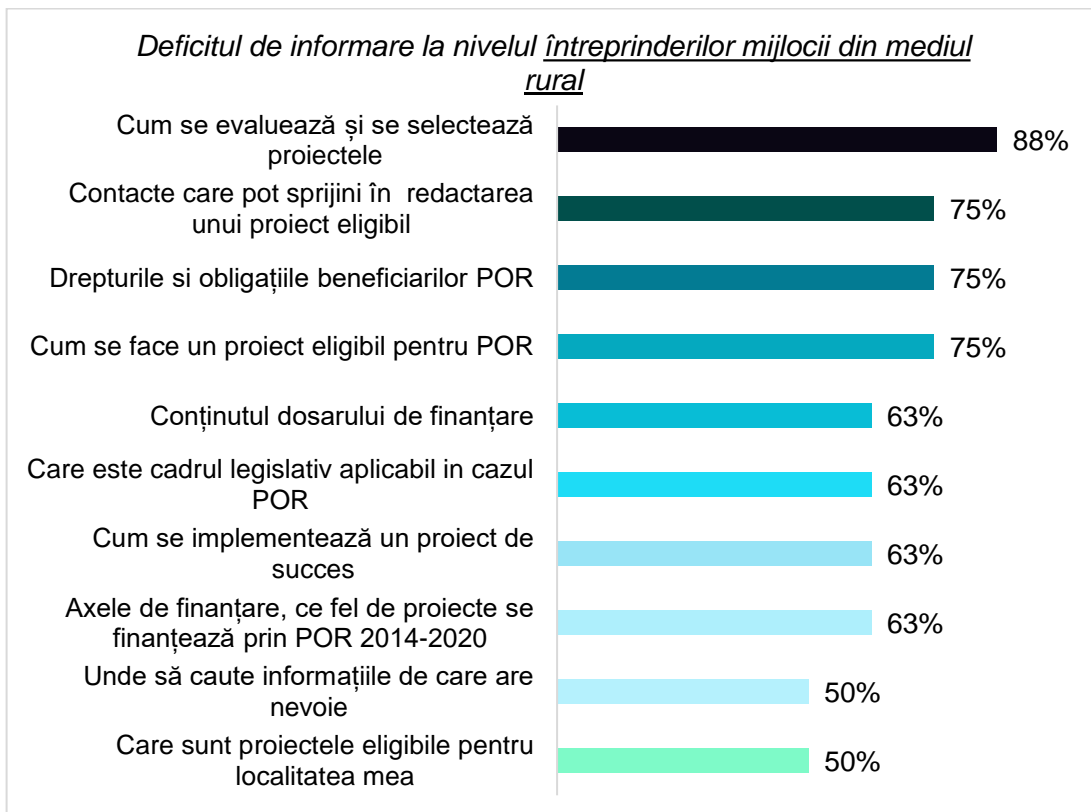


Figura 30- deficitul de informare la nivelul întreprinderilor mijlocii din mediul rural. Procent din total categorie.

Microîntreprinderile din mediul urban, ca și întreprinderile din categoria anterioară, se poziționează în eșalonul inferior al nivelului de informare, cu o medie de 3,33 puncte din cele 10 posibile. 58% dintre reprezentanții acestor întreprinderi au răspuns negativ la toți itemii de informare. Deficitul de informații în cazul potențialilor beneficiari formați din microîntreprinderile din mediul urban vizează toate categoriile de probleme evaluate prin pachetul de întrebări evidențiat în graficul de mai jos. Remarcăm faptul că 92% dintre respondenții din această categorie nu cunosc elementul de la care, logic se pornește în conceperea unui proiect eligibil, respectiv tipul de proiecte eligibile pentru localitatea în care firma își are sediul.

La nivelul întreprinderilor mijlocii din mediul rural jumătate din respondenții din această categorie nu cunosc răspunsul la niciunul dintre itemii de evaluare a nivelului de informare.

Microîntreprinderile din mediul urban, ca și întreprinderile din categoria anterioară se poziționează în eșalonul inferior al nivelului de informare.

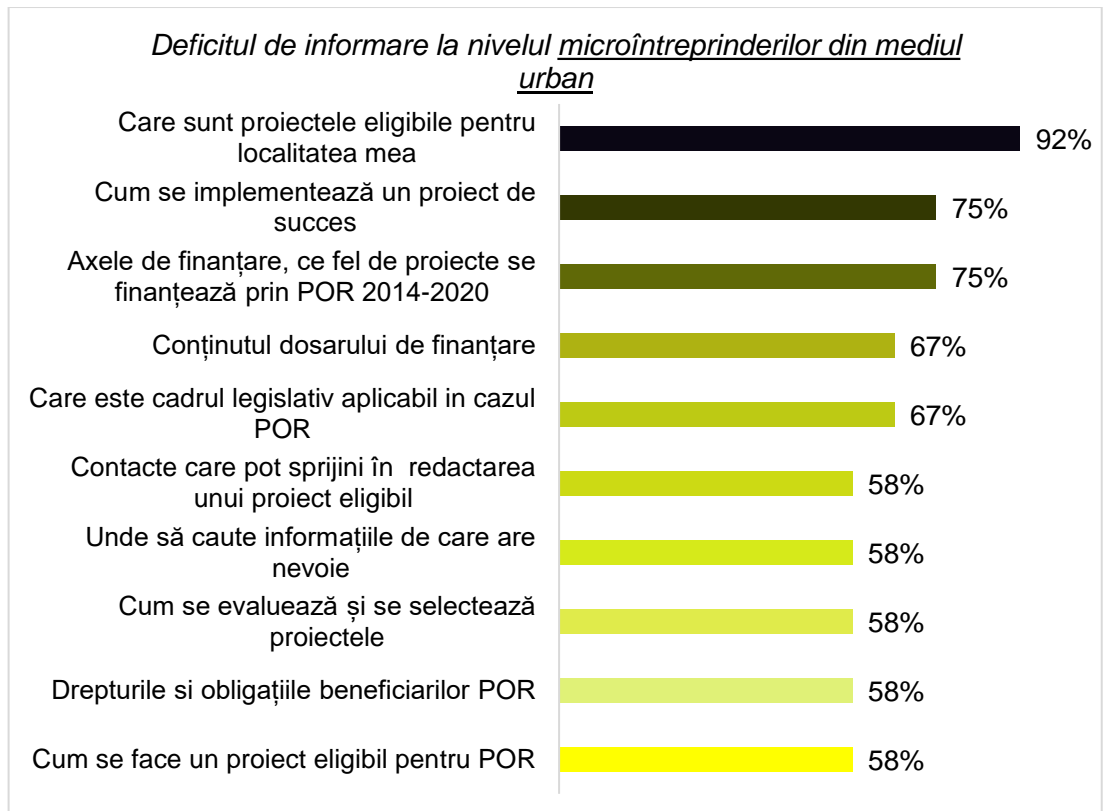


Figura 31- deficitul de informare la nivelul micro-întreprinderilor din mediul urban. Procent din total categorie

Infrastructurile de inovare și transfer tehnologic se află pe penultima poziție din punct de vedere al mediei generale obținută la setul de itemi de evaluare a nivelului de informare. 54% dintre respondenții din această categorie declară că nu cunosc răspunsul la niciuna dintre întrebările de evaluare a nivelului de informare. Deși în rândul acestei categorii de beneficiari expertiza în proiecte cu finanțări europene este mare, Regio nu a fost, iar pentru majoritatea nu este încă, un program familiar. Deficitul de informații vizează în aproape egală măsură toate cele 10 paliere informaționale evaluate, de la criteriile de evaluare și selecție a proiectelor finanțate prin Regio, la ce înseamnă un proiect Regio, cu toate componentele acestuia, inclusiv redactarea unui proiect eligibil. Itemul privind redactarea proiectelor eligibile este plasat pe ultima poziție a ierarhiei informațiilor deficitare datorită faptului că respondenții au considerat că acumularea în timp a unei terminologii specifice proiectelor cu finanțare europeană, din alte programe operaționale, va fi un punct câștigat în cazul în care se vor orienta către proiecte finanțate prin POR.

Deși Infrastructurile de inovare și transfer tehnologic au expertiză în proiecte cu finanțări europene, Regio nu a fost, iar pentru majoritatea nu este încă, un program familiar.

Deficitul de informare la nivelul infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic/ parcurilor științifice și tehnologice

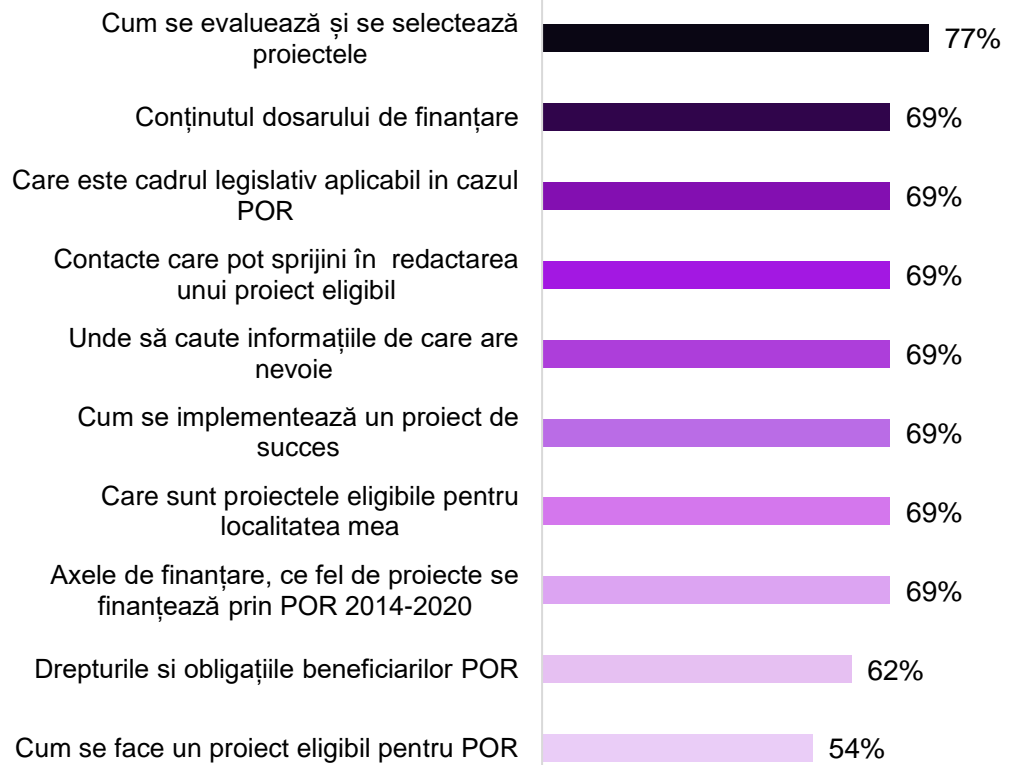


Figura 32- deficitul de informare la nivelul infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic/ parcurilor științifice și tehnologice. Procent din total categorie.

Unitățile de cult însă sunt instituțiile la nivelul cărora se înregistrează cel mai scăzut nivel de informare, prin comparație cu celelalte categorii de beneficiari, la nivel național. 57% dintre reprezentanții din această categorie au răspuns negativ la toți itemii de evaluare. Nici un reprezentat nu a răspuns afirmativ la mai mult de 8 dintre cele 10 întrebări privind aspecte ale informării despre Regio. Programul Operațional Regional 2014-2020 este foarte puțin cunoscut de către reprezentanții unităților de cult, deficitul de informare pornind de la nivelul cunoașterii axelor de finanțare și a tipologiei de proiecte eligibile, trecând prin conținutul dosarului și elementele care țin de redactarea și implementarea unui proiect de succes până la contactele care pot sprijini în redactarea unui proiecte eligibil și sursele de unde se pot obține informațiile necesare despre Programul Operațional Regional 2014-2020.



Unitățile de cult sunt instituțiile la nivelul cărora se înregistrează cel mai scăzut nivel de informare, prin comparație cu celelalte categorii de beneficiari.

Deficitul de informare la nivelul unităților de cult

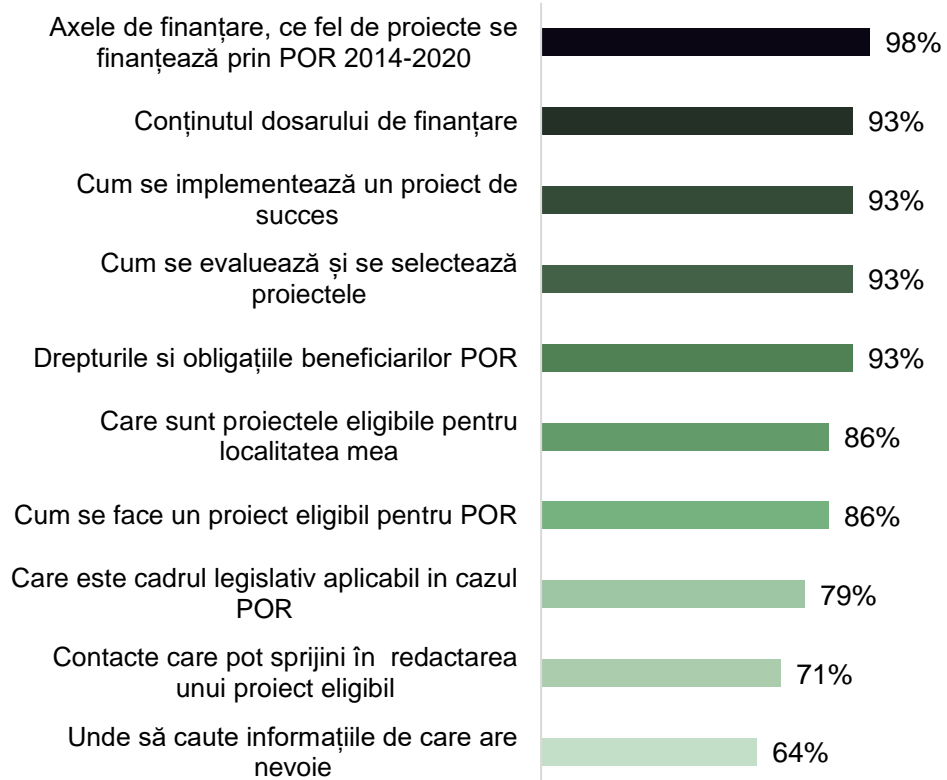


Figura 33- deficitul de informare la nivelul unităților de cult. Procent din total categorie

În afara itemilor de evaluare a nivelului de informare analizați anterior, respondenților li s-a solicitat, în cadrul interviului, nominalizarea și a altor informații de interes despre Regio, pe care ar dori să le afle în perioada următoare. La nivelul întregului eșantion, 28% dintre respondenți au declarat că prezentarea programului prin elementele descrise în itemii de evaluare le este suficientă. 41% dintre cei intervievați au menționat aspecte care pot fi asimilate celor 10 itemi descriși anterior: informare generală, axele de finanțare, cadrul legislativ, ghiduri complete, modalități de informare, condiții generale de eligibilitate, modalitatea de implementare a unui proiect de succes, elemente de noutate față de perioada anterioară de programare. 31% dintre persoanele intervievate au solicitat informații suplimentare privind următoarele aspecte:

Categoriile de informații suplimentare

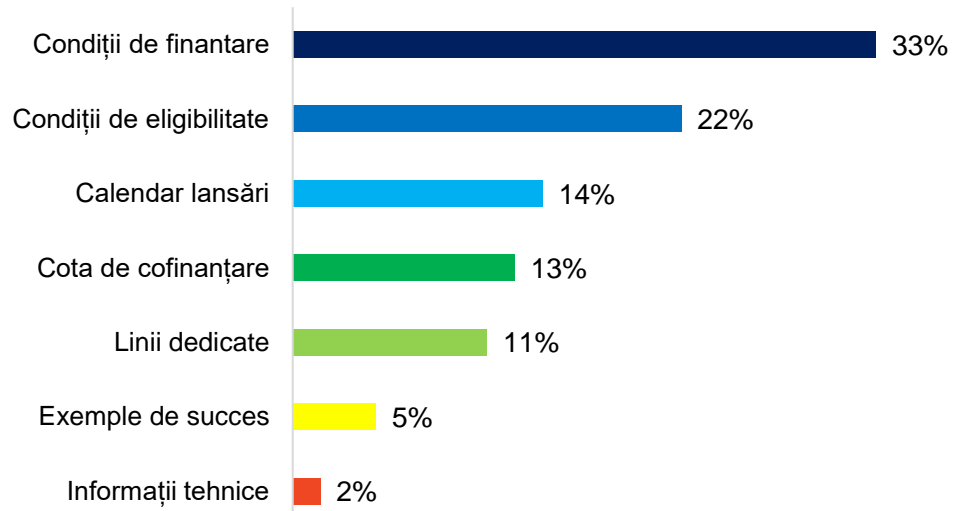


Figura 34 categoriile de informații suplimentare. Pondere din total respondenții care au solicitat alte informații decât cele 10 evaluate prin bateria de întrebări privind evaluarea gradului de informare (31% din total eșantion)-Q16

- ✓ **condițiile de finanțare** pentru proiecte sau domenii punctuale (ex: condițiile pentru axa 8.3, condițiile de accesare pentru fondurile de investiții, condițiile pe care trebuie să le îndeplinească o universitate pentru investiție în infrastructură, condițiile de coparticipare pentru domeniul "capital uman", condițiile pentru un program de extindere în domeniul turismului, condițiile pentru un program de cercetare economică, condițiile de finanțare în domeniul cercetării, condițiile de finanțare pentru axa 10, condițiile de finanțare pentru un incubator de afaceri etc.);
- ✓ **condiții de eligibilitate** pentru organizația pe care o reprezintă (dacă universitatea este eligibilă, dacă domeniul de cercetare al institutului este eligibil, dacă se pot accesa fonduri de investiții pentru societăți comerciale, dacă se pot finanța domenii de cercetare științifică, dacă un ONG cu o activitate de 2 ani îndeplinește condițiile de accesare a finanțărilor prin Regio, dacă firmele de construcții din Ilfov sunt eligibile în cadrul programului etc.);
- ✓ **calendarul lansărilor** pentru întreg programul, axe și măsuri (ex: calendarul lansărilor, data apariției ghidurilor, data demarării finanțărilor, cum se vor acoperi cei 2 ani pierduți, informare privind deschiderea apelurilor, o perioadă concretă pentru implementarea proiectelor, informare în timp util despre lansarea ghidurilor în general și lansarea spre consultare a ghidurilor care privesc instituția, perioada de finanțare etc.);

- ✓ *cota de cofinanțare* pentru organizația pe care o reprezintă (ex: cota de cofinanțare pentru aplicanții din Ilfov, cota de cofinanțare pentru cei din București, cota de cofinanțare pentru instituțiile de învățământ superior, schimbări privind cofinanțarea în comparație cu exercițiul anterior de programare, dacă unui ONG cu punct de lucru într-un județ și sediu în București i se aplică regulile de cofinanțare din județul unde aplică, sau de unde are sediul central etc);
- ✓ *liniile dedicate* pentru organizația pe care o reprezintă (ex: care sunt liniile de finanțare pentru universități, care sunt liniile de finanțare pentru ONG, liniile de finanțare pentru instituții care au în grijă persoane cu handicap, liniile de finanțare pentru IMM etc);
- ✓ *exemple de succes* sau ghiduri pentru un proiect de succes (ex: exemple de succes care să evidențieze și dificultățile întâmpinate, ghid complet pentru implementarea unui proiect de succes, îndrumător pentru redactarea unui proiect eligibil);
- ✓ *informații tehnice* care au vizat în special modul în care se încarcă informațiile în platforma MySMIS și dacă vor exista îmbunătățiri ca urmare a reacțiilor privind modul în care funcționează respectiva platforma.

Identificarea mijloacelor optime de informare

La solicitarea de nominalizare a principalelor acțiuni/activități sau măsuri pe care echipa de comunicare ar trebui să le facă pentru a crește gradul de informare privind Programul Operațional Regional 2014-2020, aproximativ două treimi dintre respondenți (63%) au oferit răspunsuri punctuale, valide.

Dintre acestea, pe primul loc în seria nominalizărilor se află comunicarea on line, pe e-mail, transmiterea periodică (zilnic, săptămânal) de news letter-uri electronice care să semnaleze noutățile apărute în cadrul POR. Pe loc secund ca modalitate de informare solicitată de către respondenți se află campaniile media care să includă anunțuri, spoturi radio, emisiuni TV și comunicate de presă prin care să fie prezentate în special noutățile din program și modelele de succes. Întâlnirile de lucru, evenimentele locale și comunicarea directă cu membrii rețelei de comunicare constituie mecanisme nominalizate, cumulativ, de un sfert din eșantion. Complexitatea percepută a Programului Operațional Regional determină creșterea presiunii spre comunicare directă, care să particularizeze și să personalizeze informația. 2% dintre

respondenții din eșantion doresc să fie informați prin materiale scrise (printuri, publicații, broșuri, pliante), iar alți 2% dintre respondenți au propus modalități de informare noi: constituirea unei rețele de consultanți Regio, la nivel regional, care să beneficieze eventual și de un catalog de promovare pus la dispoziția potențialilor beneficiari, un help-desk on line la nivel național care să centralizeze, pe scurt întrebările puse și răspunsurile primite, organizarea de zile informative la nivel județean, activități de networking pentru potențialii aplicanți, prezentarea modelelor de bune practici la nivel național într-un material on-line care să ofere oportunități de contact și oferire de detalii.

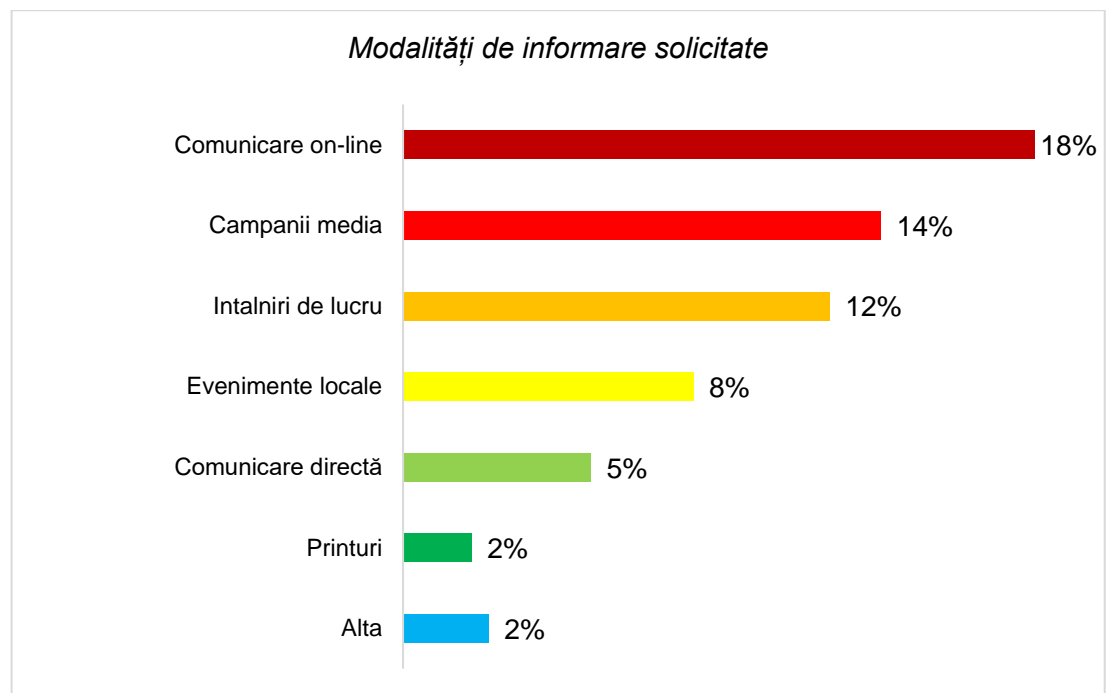


Figura 35 modalități de informare solicitate de către respondenți. Pondere din cei 63% respondenți care au oferit răspunsuri valide.

Evaluarea instrumentelor de comunicare

În mod structurat respondenților li s-a solicitat să evalueze instrumentele de comunicare POR din perspectiva utilității acestora ca vehicul prin care informația să ajungă punctual la persoana interviuată. Astfel, persoanelor interviuate li s-au oferite 8 instrumente de informare, pentru fiecare dintre acestea urmând să fie apreciată, în regim dihotomic (da/nu) utilitatea pentru informarea proprie. După cum se poate observa în graficul următor majoritatea respondenților (52%) au considerat a fi util pentru informare un mixt instrumental alcătuit din toate cele 8 instrumente de comunicare. 79% dintre persoanele interviuate au considerat utile combinațiile

formate din 5 sau mai multe instrumente de comunicare. 3% dintre respondenți au menționat faptul că nu doresc să fie informați despre program, nefiind interesați de acesta.

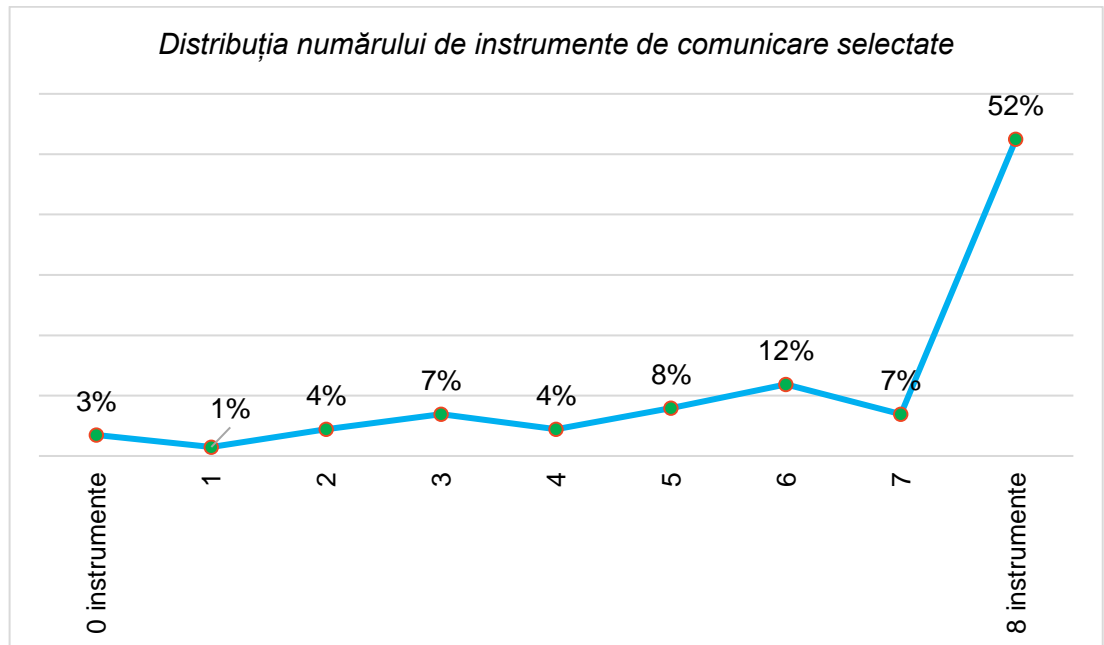


Figura 36- distribuția numărului de instrumente de comunicare considerate utile- procente din total eșantion Q18-Q25

Ierarhia instrumentelor de comunicare predefinite este consonantă cu cele propuse spontan de către respondenți. Astfel 90% dintre participanții la ancheta pe bază de interviu au menționat că materialele informative on-line au, în cazul lor, cea mai mare utilitate. Instrumente de comunicare deosebit de importante sunt și informațiile de pe site-ul Regio și evenimentele organizate la nivel local și regional (81% dintre respondenți). Pe ultimul loc, însă cu o cotă de apreciere mare se află obiectele promoționale (71% dintre intervievați).

Analiza comparativă între categoriile de beneficiari incluse în eșantion arată faptul că între tipurile de potențiali beneficiari analizate, din perspectiva utilității instrumentelor de comunicare se înregistrează următoarele diferențe:

- materialele informative on-line se află pe primul loc în topul utilității instrumentelor de comunicare pentru toate categoriile de beneficiari, cu excepția unităților de cult, categorie ai cărei reprezentanți au menționat în primul rând, ca utilitate, campaniile media (spoturi radio, video, emisiuni, presă scrisă);

Materialele informative on-line au cea mai mare utilitate în informare. Instrumente de comunicare deosebit de importante sunt informațiile de pe site-ul Regio și evenimentele organizate la nivel local și regional

- incubatoarele și acceleratoarele de afaceri sunt potențialii beneficiari care consideră utile toate instrumentele de comunicare, cvasi majoritatea reprezentanților din această categorie alegând mixtul comunicațional format din toate cele 8 instrumente evaluate. La polul opus se afla categoria unităților de cult, ai cărei reprezentanți au ales tendențial un mixt informațional din maxim 5 instrumente;

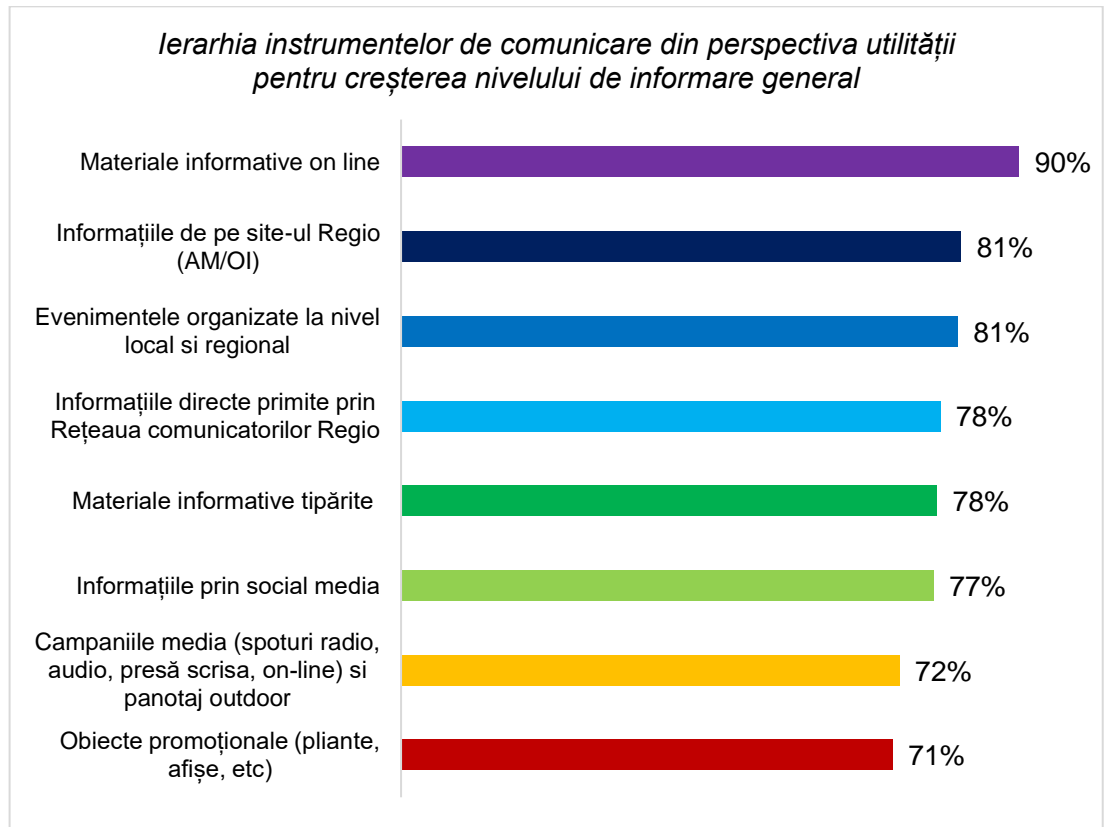


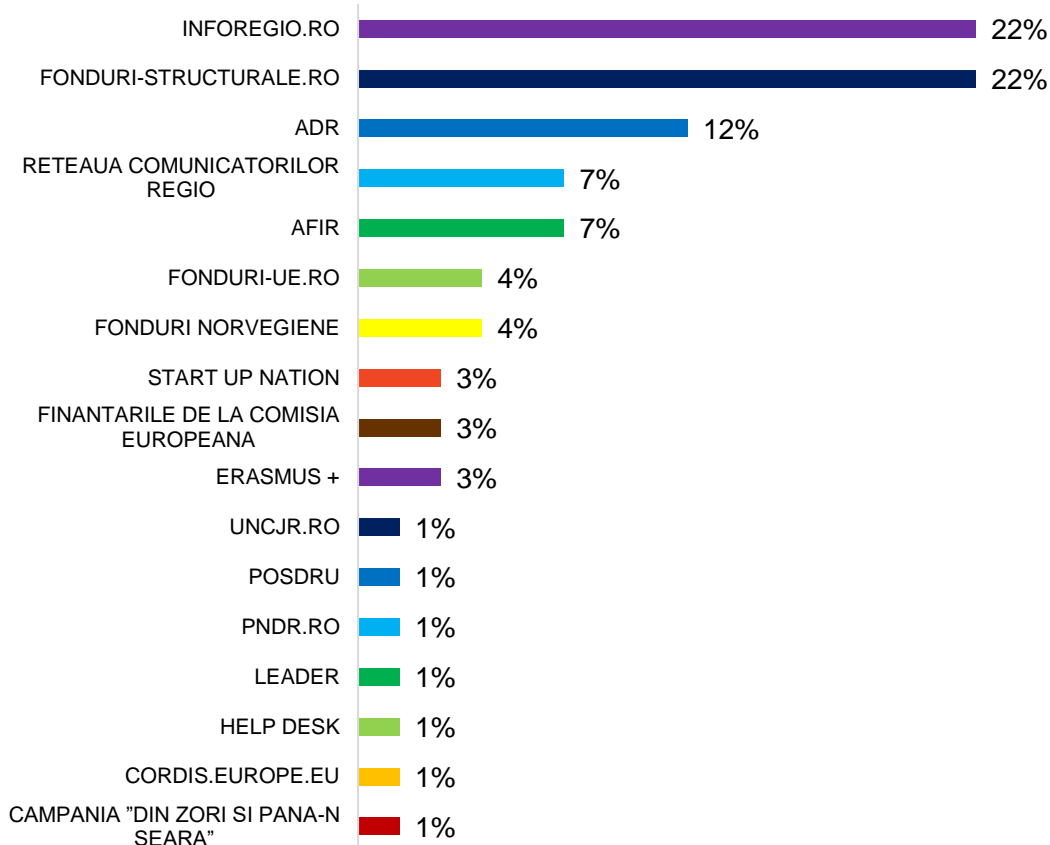
Figura 37- ierarhia instrumentelor de comunicare din perspectiva utilității. Procente din total eșantion. Q18-25

- incubatoarele și acceleratoarele de afaceri, furnizorii de servicii sociale acreditați și instituțiile de învățământ superior de stat sunt categoriile de potențiali beneficiari cu cea mai mare deschidere pentru informare, toate instrumentele evaluate obținând ponderi de apreciere pozitivă a utilității la peste 75% din total categorie de respondenți. La popul opus, nivelul cel mai scăzut de interes este înregistrat în rândul microîntreprinderilor din mediul urban și în rândul unităților de cult.

Identificarea modelelor de bună practică propuse de către beneficiari

Potențialilor beneficiari ai Programului Operațional Regional li s-a solicitat, la finalul interviului să propună echipei de comunicare din cadrul AM POR exemple de bună practică în domeniul comunicării, sau instrumente performante de comunicare, din perspectiva fiecăruia. La nivelul întregului eșantion, o treime dintre respondenți au oferit astfel de modele de bună practică, în special campanii de comunicare și site-uri informative privind fondurile europene. În graficul de mai jos prezentăm toate propunerile utile venite din partea respondenților, chiar dacă numărul de cazuri statistice, pentru unele dintre acestea este foarte redus.

Exemple de bună practică în privința comunicării fondurilor europene.

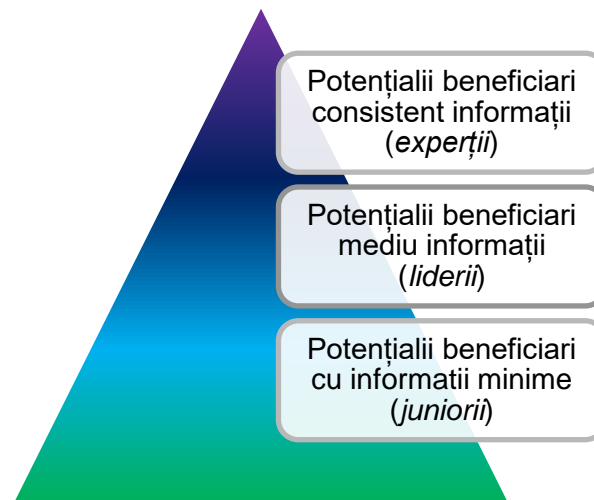


Figură 38 –ierarhia exemplelor de bună practică oferite de către respondenți, în privința comunicării fondurilor europene. Procente valide din cei care au oferit un astfel de model (33% din total eșantion)-Q26

Site-ul Regio este considerat un model de bună practică la în rândul potențialilor beneficiari în aceeași măsură cu site-ul fonduri-structurale.ro

În grafic se observă faptul că site-ul www.inforegio.ro este considerat de către respondenți un model de comunicare de succes, la egalitate cu www.fonduri-structurale.ro. De asemenea este de remarcat procentul foarte bun de apreciere, ca model de succes, pe care rețeaua comunicatorilor Regio l-a înregistrat la nivel național.

Analiza cluster la nivelul întregului eșantion evidențiază existența a trei categorii de respondenți, consistente din punct de vedere al comportamentului de informare:



- Potențialii beneficiari cu mai puține informații (*juniorii*) se regăsesc în toate categoriile de beneficiari, dar în special în rândul unităților de cult, micro întreprinderilor din mediul urban și întreprinderilor din mediul rural. Sunt potențiali beneficiari aflați la debutul traseului de informare privind Programul Operațional Regional. Deficitul de informații la nivelul acestor categorii este major și vizează toate aspecte informaționale, de la sursele de informare până la detaliile tehnice privind conceperea unui proiect de succes. Aceste categorii de beneficiari sunt receptivi la *comunicarea prin intermediul mass media*, la campanii de promovare și la mesaje care să genereze **interesul** pentru program;
- Potențialii beneficiari mediu informații (*liderii*) sunt, de asemenea, distribuiți în toate categoriile de beneficiari, însă constituie nucleul infrastructurilor de cercetare, inovare și transfer tehnologic, al instituțiilor de învățământ superior de stat, al întreprinderilor mici și mijlocii din mediul urban și al organizațiilor non-guvernamentale. Aceștia sunt potențiali beneficiari care au, în cea mai mare parte, experiență cu fondurile europene, prin alte programe operaționale, cunosc o parte din concepte și informațiile necesare evaluării oportunității de

- implicare în proiecte cu finanțare Regio, însă au un index mare de întrebări punctuale (provenite din diferențele între programele operaționale) și o nevoie ridicată de comunicare directă cu reprezentanții AM/OI. *Comunicarea directă* prin evenimente, sesiuni de informare, sesiuni de lucru, help-desk etc. este principalul mecanism prin care, la nivelul acestor categorii de potențiali beneficiari, se poate dezvolta **încrederea** în Programul Operațional Regional.
- Potențialii beneficiari consistent informații (*experții*) cuprind, în special, categoriile de beneficiari care, în exercițiul de programare 2007-2013 au avut performanțe în accesarea fondurilor Regio, cunosc mecanismele, cerințele și terminologia necesare unui proiect de succes. Acest public țintă, la nivelul eșantionului, a fost mai puternic prezent în categoriile incubatoarelor/acceleratoarelor de afaceri și furnizorilor de servicii sociale acreditați. La nivelul acestor categorii se fac frecvent comparații între performanțele exercițiului de programare anterior și cele ale exercițiului prezent, existând o doză importantă de speranță în succesul cu care Regio putem spune că a obșnuit. La nivelul acestor categorii *comunicarea on line*, specializată, cu răspunsuri și anunțuri punctuale privind dinamica documentelor și calendarului aferente programului, cu informație sistematizată și targetată, este principalul instrument pentru accentuarea **implicării** în proiecte finanțate prin Programul Operațional Regional.

Concluzii și recomandări

Concluzii

Programul Operațional Regional este un model de succes la nivel național, din perspectiva potențialilor beneficiari, luând în considerare istoricul și reușitele pe care acest program le-a avut, vizibilitatea foarte mare de care se bucură Regio, imaginea foarte bună pe care POR-Regio și-a creat-o la nivelul tuturor tipurilor de public și, nu în ultimul rând, luând în considerare rețeaua umană de experți din AM/OI și organizațiile beneficiare care au generat și menținut întregul eșafodaj pe care s-a bazat succesul Regio, în special în exercițiul anterior de programare.

Nevoile de informare și mecanismele de informare pentru fiecare categorie de beneficiari sunt diferite, de la informații generale despre program, care să genereze interesul din partea potențialilor beneficiari și să permită evaluarea oportunității pentru organizația din care fac parte, până la informații

Regio-un model de
succes la nivel
național

Nevoi de informații
diferite

specializate care să răspundă întrebărilor tehnice și care să susțină implicarea în proiectele cu finanțare Regio.

Instrumente de
comunicare diferite

Pentru fiecare categorie de beneficiari, nu doar nevoile de informare sunt specifice, ci și instrumentele utile pentru a transmite informația sunt particularizate. Astfel, comunicarea on-line, solicitată de toate categoriile de public țintă este eficientă pentru transmiterea detaliilor specializate ale programului, comunicarea directă este solicitată pentru a putea răspunde unor serii ample de întrebări punctuale, iar comunicarea prin mass-media pentru a putea identifica modele de succes, potențiali parteneri, informații generale despre program.

Regio- așteptări
mari și investiție de
speranță

Succesul pe care Regio l-a înregistrat în perioada de programare 2007-2013, atât din perspectiva rezultatelor, cât și din perspectiva mecanismelor și instrumentelor care au dus la implementarea unor proiecte de succes (promptitudine, claritate, comunicare performantă, oameni implicați, mecanisme clare etc.) generează un nivel foarte ridicat al așteptărilor față de program, pentru perioada de programare prezentă.

Recomandări

MIXT DE
INSTRUMENTE



Pentru a ajunge la toate categoriile de potențiali beneficiari este nevoie de un mixt de instrumente de comunicare care să cuprindă cele trei tipuri majore de mecanisme de transmitere de informații: comunicarea directă, comunicarea on-line și comunicarea prin mass-media.

VALORIFICAREA
EXPERIENȚEI
ANTERIOARE



Dat fiind faptul că Programul Operațional Regional, în acest exercițiu de programare, se deschide către noi categorii de potențiali beneficiari, valorificarea experienței anterioare în procesul de comunicare și nu numai, reprezintă principalul mecanism de menținere a standardelor înalte cu care Regio a obișnuit. Astfel, recomandăm repunerea în circuitul informațional a unor materiale de tip glosar de termeni, întrebări și răspunsuri, modalități de crearea de rețele de beneficiari, primii pași în conceperea unui proiect etc. Prioritar, în acest context, considerăm că este valorificarea mecanismelor de comunicare directă

la nivel local și regional prin susținerea evenimentelor și acțiunilor de comunicare din teritoriu.

**PROMOVARE
INSTRUMENTE
PROPRII**



În vederea susținerii comunicării directe, componentă de comunicare ce a contribuit major la succesul Regio în perioada anterioară, recomandăm promovarea celor două instrumente de comunicare extrem de utile pentru toate categoriile de beneficiari: Help-desk-ul Regio și Rețeaua Comunicatorilor Regio.

GRILA DE INTERVIU-POTENTIALI BENEFICIARI

Q1. In calitate de reprezentant al instituției, Dvs. ați auzit de Programul Operațional Regional-Regio 2014-2020?

1. Da

2. Nu

9 .NR

Q2. Dacă a auzit De unde ați auzit de Regio? Prin ce mijloace a ajuns informația la Dvs.?

Q3. Ați aplicat până acum vreun proiect in cadrul Programul Operațional Regional- Regio?

1. Da

2. Nu

9 .NR

Dacă "DA" Cum apreciați, din punct de vedere al comunicării, experiența Dvs. cu Regio?

Aspecte funcționale.....
Aspecte disfuncționale.....

Q4. Care este opinia Dvs. când auziți de „Programul Operațional Regional- Regio”. Vă rog poziționați această opinie pe scala următoare:

1. predominant pozitivă

2. mai degrabă pozitivă

3 neutră

4.mai degrabă negativă

5. Predominat negativă

8.nu am nici un fel de opinie/nu știu despre ce este vorba (filtru)

Q5. De ce afirmați acest lucru?

Vă rugăm să ne indicați dacă următoarele afirmații sunt corecte in cazul Dvs.:

		Da	Nu
Q6	Știu care sunt axele de finanțare, ce fel de proiecte se finanțează prin POR 2014-2020	1	0
Q7	Știu cum se face un proiect eligibil pentru POR	1	0
Q8	Știu care sunt drepturile si obligațiile beneficiarilor POR	1	0
Q9	Știu cum se evaluează și se selectează proiectele	1	0
Q10	Știu care sunt proiectele eligibile pentru localitatea mea	1	0
Q11	Știu cum să implementez un proiect de succes	1	0
Q12	Știu unde să caut informațiile de care am nevoie	1	0
Q13	Știu persoane din care mă pot sprijini in redactarea unui proiect eligibil	1	0
Q14	Știu care este cadrul legislativ aplicabil in cazul POR	1	0
Q15	Știu ce conține dosarul de finanțare	1	0

Q16 Ce informații suplimentare despre Regio doriți să aflați în perioada următoare?

Q17. Care credeți că ar fi principalele acțiuni/ activități/măsuri pe care echipa de comunicare de la MDRAPFE al trebui să le facă/ia pentru a crește gradul de informare POR Regio 2014-2020 la nivelul instituțiilor de tipul celei pe care o reprezentați?

.....
.....

Prin care dintre următoarele instrumente de comunicare POR ați dori să ajungă informația la Dvs.?

		da	nu
Q18	Materiale informative tipărite	1	0
Q19	Materiale informative on line	1	0
Q20	Evenimentele organizate la nivel local si regional	1	0
Q21	Informațiile de pe site-ul Regio (AM/OI)	1	0
Q22	Informațiile prin social media	1	0
Q23	Informațiile directe primite prin Rețeaua comunicatorilor Regio	1	0
Q24	Campaniile media (spoturi radio, audio, presă scrisa, on-line) si panotaj outdoor	1	0
Q25	Obiecte promoționale (pliante, afișe, etc)	1	0

Ați putea să ne oferiți un exemplu de bună practică, sau de instrument performant de comunicare (site, campanie etc) pe care să-l putem utiliza ca model in programele de comunicare pe care le MDRAPFE le vă desfășura la nivel național?

.....
.....

DATE SOCIO-DEMOGRAFICE

Instituție: _____ **Nume respondent:** _____

Funcție: _____

Tip instituție:

1. Furnizor de servicii sociale acreditat
 - 1.1. Public
 - 1.2. Privat
2. Institutie de învățământ superior de stat
3. Intreprindere mică și mijlocie din mediul urban
4. Întreprindere mijlocie din mediul rural
5. Microîntreprindere din mediul urban
6. Unitate de cult
7. Infrastructură de inovare și transfer tehnologic/ parc științific și tehnologic din
8. Incubator și accelerator de afaceri
9. Organizație neguvernamentală

Data desfășurării: _____ Localitatea: _____
județ: _____ Tel contact _____

Vă mulțumim!

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

Etapa I - *Stabilirea nevoilor de informare, a canalelor preferate, stadiul de informare în rândul potențialilor aplicanți;*

Anchetă pe bază de interviuri la nivelul potențialilor beneficiari alții decât autorități publice locale și centrale

București, Iulie 2017



**Ministerul Dezvoltării Regionale, Administrației Publice și Fondurilor Europene
Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Regional**

Bulevardul Libertății, nr. 16, Latura Nord, sector 5, București, cod poștal 050706

Telefon: 0372 11 14 09

Email: info@mdrap.ro

www.inforegio.ro

Investim în viitorul tău!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Regional și co-finanțat de Uniunea Europeană prin
Fondul European de Dezvoltare Regională.

Titlul proiectului: Servicii pentru realizarea studiilor sociologice prin care se vor evalua nevoile de
informare și eficiența acțiunilor de informare și comunicare realizate în conformitate cu Planul de
comunicare pentru POR 2014-2020

Editorul materialului: Ministerul Dezvoltării Regionale, Administrației Publice și Fondurilor Europene

Data publicării: iulie 2017

**Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau
a Guvernului României**