

STUDIU DE EVALUARE A NOTORIEȚII PROGRAMULUI OPERAȚIONAL REGIONAL 2014 – 2020 LA NIVELUL REGIUNII SUD- MUNTENIA

Octombrie 2017

SUD MUNTENIA
Agenția pentru Dezvoltare Regională



AB EUROPEAN RESEARCH GROUP
www.abresearch.ro

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Cuprins

METODOLOGIA STUDIULUI	1
CONTEXT	1
OBIECTIVELE STUDIULUI	1
METODOLOGIA STUDIULUI	1
PRINCIPALELE REZULTATE	3
SONDAJ DE OPINIE LA NIVELUL PUBLICULUI GENERAL	3
SONDAJUL DE OPINIE LA NIVELUL POTENȚIALILOR BENEFICIARI	5
CONCLUZII	7
RECOMANDĂRI	9
SONDAJ DE OPINIE LA NIVELUL POTENȚIALILOR SOLICITANȚI DE FINANȚARE POR 2014 – 2020	11
METODA UTILIZATĂ	11
INSTRUMENTUL DE CULEGERE A DATELOR	12
STRUCTURA EȘANTIONULUI	12
VERIFICAREA CULEGERII DATELOR	13
REZULTATELE SONDAJULUI DE OPINIE	13
AUTOPERCEPȚIA NIVELULUI DE INFORMARE	13
EVALUAREA SINTAGMELOR CHEIE ÎN COMUNICAREA POR 2014-2020	16
EVALUAREA NIVELULUI DE INFORMARE	18
EVALUAREA NEVOILOR DE INFORMARE	28
EVALUAREA INSTRUMENTELOR DE COMUNICARE SI INFORMARE	32
SONDAJ DE OPINIE LA NIVELUL PUBLICULUI GENERAL	38
METODA UTILIZATĂ	38
INSTRUMENTUL DE CULEGERE A DATELOR	38
STRUCTURA EȘANTIONULUI	38
VERIFICAREA CULEGERII DATELOR	39
REZULTATELE SONDAJULUI DE OPINIE	40
NOTORIETATEA PROGRAMULUI OPERAȚIONAL REGIONAL	40

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

OPINIA REFERITOARE LA PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL.....	42
AȘTEPTĂRILE PRIVIND PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL 2014-2020	50
IDENTIFICAREA MIJLOACELOR OPTIME DE COMUNICARE	56
CONCLUZII	60

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

METODOLOGIA STUDIULUI

CONTEXT

Prezentul studiu a fost elaborat conform contractului 10200/31.08.2017 și se constituie ca livrabil final în cadrul *Serviciilor de realizare a studiului de evaluare a notorietății Programului Operațional Regional 2014 – 2020 la nivelul Regiunii de Dezvoltare Sud-Muntenia*.

Studiul se bazează pe rezultatele sondajului de opinie efectuat în perioada septembrie-octombrie 2017 la nivelul publicului general și pe rezultatele sondajului de opinie la nivelul potențialilor beneficiari realizat în aceeași perioadă, în Regiunea Sud-Muntenia.

Studiul menționat a fost desfășurat pentru a oferi suport informațional pentru activitățile de informare și promovare REGIO derulate de ADR Sud-Muntenia în scopul informării tuturor categoriilor de public referitor la oportunitățile de finanțare disponibile prin POR 2014-2020 și proiectele realizate prin acest Program Operațional în Regiunea Sud-Muntenia.

OBIECTIVELE STUDIULUI

În conformitate cu specificațiile tehnice din Caietul de Sarcini al achiziției, studiul de evaluare a acțiunilor de informare și promovare realizate de ADR Sud Muntenia în perioada 2016 - 2017 conform Planului de Comunicare pentru POR 2014 – 2020, Regiunea Sud Muntenia urmărește:

- Măsurarea gradului de notorietate a Programului Operațional Regional 2014 – 2020 în rândul publicului general din Regiunea Sud Muntenia;
- Măsurarea eficienței și gradului de satisfacție privind instrumentele de comunicare utilizate până în prezent la nivelul potențialilor solicitanți de finanțare POR 2014 - 2020;
- Elaborarea unui set de concluzii și recomandări care să orienteze activitățile de informare și promovare REGIO pentru perioada 2018 – 2019.

METODOLOGIA STUDIULUI

Prezentul studiu s-a bazat pe două sondaje de opinie realizate la nivelul principalelor două categorii de target comunicațional (cel puțin din perspectiva volumului acestora, ca număr de persoane), respectiv potențialii beneficiari ai finanțărilor disponibile prin POR 2014-2020 și publicul general.

1. Sondajul de opinie la nivelul potențialilor solicitanți de finanțare POR 2014 – 2020, a avut un volum de 250 de respondenți. Au fost aplicate chestionare în toate primăriile localităților urbane din județele Regiunii de Dezvoltare Sud Muntenia și la nivelul tuturor Consiliilor Județene din

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

regiune. Eșantionul rezultat în urma desfășurării demersului de cercetare a avut următoarea structură:

Categorie beneficiari	total
▪ unități administrativ teritoriale	113
▪ furnizori de servicii sociale acreditați (publici și privați)	21
▪ instituții de învățământ superior de stat	5
▪ întreprinderi mici și mijlocii din mediul urban și întreprinderi mijlocii din mediul rural	38
▪ microîntreprinderi din mediul urban	21
▪ unități de cult	21
▪ infrastructuri de inovare și transfer tehnologic, parcuri științifice și tehnologice	7
▪ incubatoare și acceleratoare de afaceri	3
▪ organizații neguvernamentale	21
TOTAL	250

2. Sondajul de opinie la nivelul publicului general cu un volum de 1201 de respondenți. Chestionarul a fost aplicat în formulă mixtă, telefonic și în teren, în regim față în față. Eșantionarea a fost de tip stadial, stratificat, pe cote. Ponderea respondenților în funcție de mediul de rezidență a fost de 75% din mediul urban și 25% din mediul rural. Marja de eroare statistică a eșantionului a fost de +/-2,88% pentru un interval de încredere de 95%. Structura eșantionului rezultat a fost următoarea:

	volum eșantion	masculin		feminin	
		urban (75%)	rural (25%)	urban (75%)	rural (25%)
Argeș	239	89	30	90	30
Călărași	114	43	14	43	14
Dâmbovița	199	75	24	75	25
Giurgiu	109	41	13	42	13
Ialomița	101	38	12	38	13
Prahova	296	111	37	111	37
Teleorman	142	53	18	53	18
total	1200	450	148	452	150

Verificarea culegerii datelor s-a realizat, pentru ambele studii, în conformitate cu prevederile din manualului de management al calității și conform specificațiilor din caietul de sarcini, respectiv au fost verificați toți operatorii de interviu, pentru fiecare dintre operatori fiind verificate un număr de 10% din chestionarele efectuate.

PRINCIPALELE REZULTATE

SONDAJ DE OPINIE LA NIVELUL PUBLICULUI GENERAL

Sondajul efectuat la nivelul publicului general s-a realizat pe baza unei eșantionări aleatoare, la nivelul întregii populații adulte din Regiunea Sud-Muntenia, în perioada septembrie-octombrie 2017, într-un context social caracterizat, din perspectiva obiectivelor cercetării, prin următoarele aspecte semnificative:

- Programele Operaționale sunt "conținuturi de comunicare" cu un nivel de dificultate ridicat, din perspectiva transmiterii informației. Majoritatea populație nu lucrează cu astfel de concepte și nu deține bagajul de informații necesar operaționalizării. Programul Operațional Regional beneficiază de calitățile unui brand prin logoul său (Regio), prin elementele sale vizuale (paletarul de culori) și prin plăcile de marcare a obiectivelor finanțate. Notorietatea Programului Operațional Regional a fost măsurată prin apelul la aceste elemente de identitate;
- Un context al comunicării publice la nivel general, în care mesajele referitoare la fondurile europene au vizat în special elemente negative: întârzierea atragerii acestor fonduri, în exercițiul 2014-2020 și evidențierea în spațiul public a unor suspiciuni privind potențiale fapte de corupție în cheltuirea fondurilor atrase în exercițiul financiar 2007-2013;
- O penurie a comunicării pozitive în 2016-2017, comparativ cu perioada 2014-2015, datorată, predominant, deficitului în absorbția de fonduri europene, în primii doi ani ai actualului exercițiu financiar, sau întârzierii în demararea proiectelor punctuale care aveau/ au inclusă componentă de comunicare publică;
- După campania media desfășurată în 2014, recunoscută prin sloganul "Din zori și până în seară, dezvoltăm o țară", campanie cu un impact semnificativ în rândul populației, Programul Operațional Regional, la nivel național, a ieșit din atenția publicului, neexistând un follow up periodic care să mențină atenția populației;
- Comunicarea publică a unui brand, chiar și atunci când acesta beneficiază de marcatorii vizuali puternici are nevoie de "reamintiri" la perioade constante, altfel mesajele, inclusiv afișele sau bannerele care rămân în spațiul public, sunt supuse "neatenției", fiind "uite" sau devenind "invizibile". Acest proces de reamintire este menit să consolideze imaginea brandului respectiv și să-l menționeze în centru de interes al publicului.

În acest context, rezultate sondajului de opinie la nivelul publicului general au fost următoarele:

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

- ✓ Notorietatea Programului Operațional Regional este de 49% din total populație care a oferit răspunsuri valide la chestionar. Luând în considerare contextul descris anterior apreciem că acest nivel de notorietate este foarte ridicat;
- ✓ Notorietatea Programului Operațional Regional este semnificativ mai ridicată în mediul urban, în cazul persoanelor până în 40 de ani (în special la cele cu copii de vârstă școlară), cu studii superioare și ocupații intelectuale. Acesta este profilul așteptat al persoanei care recunoaște "Regio", chiar într-un context nefavorabil;
- ✓ Opinia față de Programul Operațional Regional este predominant pozitivă (63% din total notorietate), argumentată prioritar prin efectele POR pentru dezvoltarea zonei, prin proiectele de succes implementate și impactul așteptat asupra creșterii nivelului de trai. Alte argumente menționate pentru a susține opinia pozitivă sunt: dezvoltarea economică, experiențele personale pozitive, crearea de locuri de muncă, sprijin pentru mediul de afaceri, reabilitarea infrastructurii, modernizarea agriculturii, atragerea investitorilor, modernizarea localităților și investiții în inovații;
- ✓ 15% dintre cei care au auzit de Regio au o opinie mai degrabă negativă. Principalele argumente evidențiate sunt preluate majoritar din media și țin de lipsa de vizibilitate a proiectelor și de nivelul ridicat de birocrație. Alte argumente menționate sunt: corupția, eligibilitatea scăzută, faptul că se adresează aproape exclusiv mediului urban și dificultatea de accesare a programului.
- ✓ Tendințial, opinia pozitivă caracterizează aceleași categorii de persoane în rândul cărora a fost înregistrat un nivel ridicat de informare. Cu alte cuvinte, cu cât, la nivelul proximității sociale, crește informarea cu atât crește probabilitatea ca persoana să aibă o atitudine pozitivă în raport cu Programul Operațional Regional. Categoriile cu deficit informațional și de încredere sunt caracterizate prin vârstă peste 40 de ani, studii de nivel mediu inferior, ocupații de execuție, proveniență din mediul rural.
- ✓ Principalele obiective percepute ale Programului Operațional Regional, în Regiunea Sud-Muntenia vizează: îmbunătățirea condițiilor de viață ale comunităților locale și regionale (selectată de aproximativ o treime dintre respondenți), dezvoltarea mediului de afaceri, dezvoltarea infrastructurii și serviciilor, creșterea competitivității economice.
- ✓ Dezvoltarea infrastructurii este domeniul spre care se îndreaptă așteptările majorității populației în ceea ce privește orientarea fondurilor europene. 55% dintre respondenți au ales acest domeniu ca fiind prioritar. Creșterea numărului de investiții la nivel local se situează pe primul loc în topul așteptărilor specifice față de POR 2014-2020, urmată de nevoia de transparență în utilizarea fondurilor.
- ✓ Principalul instrument de comunicare la nivelul publicului larg este mass media, instrument ales de aproximativ două treimi din total eșantion. Acest instrument este urmat de

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

participarea directă la evenimente dedicate Programului Operațional Regional și de un instrument consacrat în marketing, respectiv distribuția de materiale promoționale.

- ✓ Canale TV, posturile de radio și site-urile de informare sunt în principal cele de la nivel național, impactul mass-media fiind foarte mare, 80% dintre respondenți menționând cel puțin un post TV de la care primește informații. Deși aproximativ un sfert dintre respondenți au menționat comunicarea on line, doar jumătate dintre ei au menționat un site, principalele site-uri informative fiind fonduri-ue.ro și info regio.ro. Mai puțin de 3% din eșantion a menționat o publicație scrisă ca mijloc de informare, principalele publicații fiind cele de la nivel local.

SONDAJUL DE OPINIE LA NIVELUL POTENȚIALILOR BENEFICIARI

Sondajul de opinie la nivelul potențialilor beneficiari s-a desfășurat în aceeași perioadă ca și sondajul de opinie la nivelul publicului general și același context social descris anterior. Suplimentar, pentru potențialii beneficiari ai finanțărilor prin POR Regio, debutul prezentului exercițiu financiar 2014-2020 a fost marcat de o serie de circumstanțe care s-au reflectat asupra opiniilor exprimate în cadrul sondajului. Dintre aceste circumstanțe menționăm următoarele:

- Exercițiul financiar 2007-2013 al Programului Operațional Regional a fost unul dintre cele mai performante la nivel național, cu un impact deosebit la nivelul publicului, cu proiecte de succes semnificative și cu un program de comunicare de referință pentru finanțările europene din România;
- POR 2007-2013 a creat un corp de experți, și un nivel de expertiză îmbunătățite de la an la an, cu care a stabilit, prin Agențiile de Dezvoltare Regională relații de comunicare foarte bune și un raport de parteneriat consistent;
- Relația dintre potențialii beneficiari și dintre beneficiarii reali ai finanțărilor prin POR Regio, în perioada 2007-2013 și Agențiile de Dezvoltare Regională, în acest caz cu Agenția de dezvoltare Regională Sud-Muntenia a fost apreciată, în cercetări anterioare, ca fiind constructivă, promptă, profesională și bazată pe multă implicare și dăruire din partea personalului destinat din partea ADR Sud-Muntenia. Beneficiarii POR 2007-2013 au transmis în mod permanent feedback și propuneri care au vizat îmbunătățirea Programului Operațional Regional din perspectiva procedurilor, a grupurilor țintă, a nevoilor specifice. Principala solicitare, la nivel național, a fost cea de simplificare a procedurilor și de orientare a axelor de finanțare către nevoile prioritare de la nivel local;
- Modul în care a fost dezvoltat Programul Operațional Regional pentru exercițiul de programare 2014-2020 a valorificat doar parțial inputul oferit de beneficiarii instituționali de la nivel regional;
- O parte din mecanismele de simplificare propuse (sistemul simplificat al achizițiilor publice, sistemul electronic de gestionare a aplicațiilor MySMIS) sunt la început și necesită o

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

perioadă mai mare de adaptare și din punct de vedere al transmiterii de informații și din punct de vedere tehnic și tehnologic;

În acest context principalele rezultate ale sondajului de opinie la nivelul potențialilor beneficiari sunt următoarele:

- Aprecierea generală privind proiectele desfășurate prin POR, până în prezent, la nivelul regiunii, este majoritar pozitivă în rândul potențialilor beneficiari, mai puțin de 1% dintre respondenți declarând că au o părere proastă sau foarte proastă despre proiectele POR.
- Aproximativ două treimi dintre respondenți (69%) consideră că dețin informații la un nivel satisfăcător, acordând note peste 5 nivelului propriu de informare. Aproximativ o treime dintre respondenți (31%) se auto-percept ca fiind insuficient informați (note sub valoarea 4) în calitatea lor de reprezentanți instituționali;
- Cel mai ridicat nivel de informare este înregistrat în rândul instituțiilor care pot dezvolta, la nivel regional, incubatoare și acceleratoare de afaceri. Nivelul cel mai scăzut de informare auto-perceput se înregistrează la nivelul unităților de cult, 90% dintre respondenții din această categorie acordându-și note sub 4 pentru nivelul de informare pe care îl dețin în prezent;
- Majoritatea potențialilor beneficiari (peste 70% din total eșantion) consideră că promovarea POR 2014-2020 ar trebui să fie caracterizată prin toate cele cinci sintagme cheie supuse analizei: "Proiectul tău contribuie la dezvoltarea Regiunii Sud Muntenia", "Fondurile sunt utilizate transparent", "Cu un proiect bun și eligibil, poți primi finanțare", "Fondurile sunt accesibile tuturor potențialilor solicitanți eligibili", "POR 2014 - 2020 te ajută să te dezvolți". Accentul, la nivel de total eșantion, a fost pus pe dezvoltarea organizației ("POR 2014 - 2020 te ajută să te dezvolți"), respectiv a aplicatului de proiect, urmat de accesibilitate ("Fondurile sunt accesibile tuturor potențialilor solicitanți eligibili");
- Principala zonă de orientare a ofertei informaționale pentru potențialii beneficiari (considerați ca eșantion cumulat) cuprinde elementele ce particularizează prezentul exercițiu financiar al POR, respectiv modalitatea de alocare a resurselor, criteriile de evaluare și selecția ale proiectelor, particularitățile dosarului de finanțare. Semnificativă din punct de vedere statistic este media scăzută, la nivel de eșantion, pe care o înregistrează utilizarea sistemului informatic de gestionare a aplicațiilor MySMIS.
- Principalele interese de informare, pentru mai mult de două treimi dintre potențialii beneficiari vizează etapele în pregătirea unui proiect matur și completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare;
- Peste trei sferturi dintre respondenții la sondajul la nivel de potențiali beneficiari au ales ca instrumente prioritare comunicarea directă prin intermediul Rețelei Comunicatorilor Regio

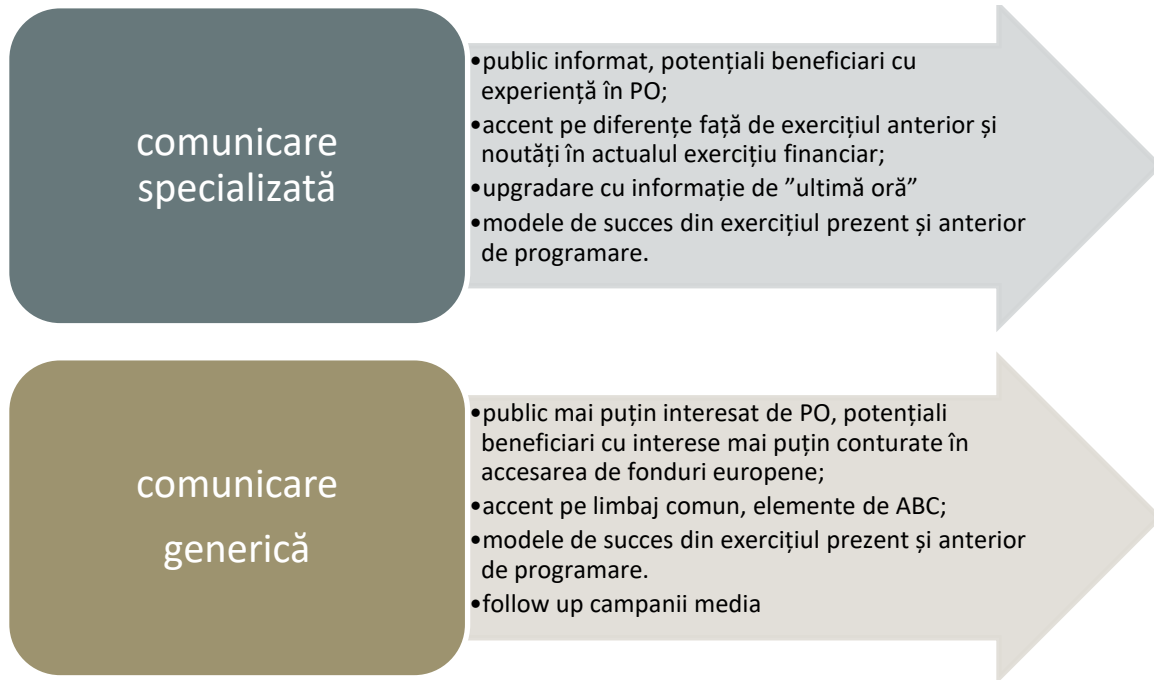
Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Sud Muntenia, campaniile de promovare în media, online, panotaj outdoor și indoor și realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice.

CONCLUZII

Luând în considerare rezultatele sondajelor de opinie desfășurate în cadrul contractului pentru realizarea studiului de evaluare a notorietății Programului Operațional Regional 2014 – 2020 la nivelul Regiunii de Dezvoltare Sud-Muntenia, prezentate în paragrafele anterioare, contextul în care studiul s-a desfășurat și obiectivele pe care studiul și le-a propus, prin caietul de sarcini, considerăm că principalele concluzii care se desprind sunt următoarele:

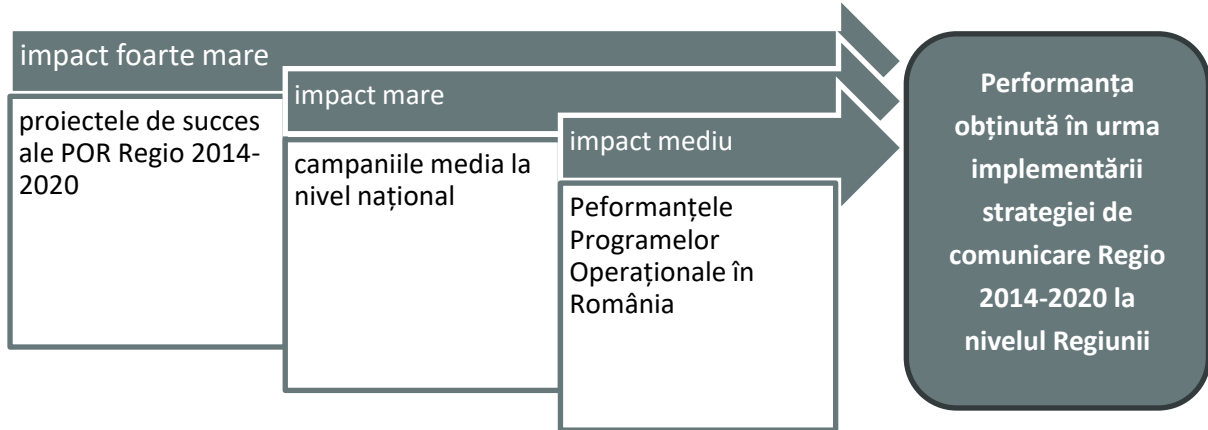
- Notorietatea pe care Programul Operațional Regional este de 49% la nivelul publicului general și peste 69% la nivelul potențialilor beneficiari. Prin raportare la datele anterioare prezentate în caietul de sarcini evaluăm că trendul de creștere a notorietății este unul ascendent, cu o creștere ușoară datorată unui context comunicațional special, descris anterior.
- La nivelul ambelor categorii de public țintă se identifică două direcții generale de comunicare:
 - o linie de **comunicare specializată**, destinată unui public care deține deja informații despre Programele Operaționale, are informații despre finanțarea prin proiecte și are un nivel mediu-ridicat de cunoștințe cu privire la instituțiile cu rol în integrarea europeană a României și cu misiunea acestor instituții;
 - o linie de **comunicare generică**, destinată unui public mai puțin avizat, mai puțin interesat, care deține mai puține informații despre integrare europeană, finanțări europene și mecanisme de finanțare.



- Impactul la nivel de notorietate și opinie al Programului Operațional Regional, în Regiunea Sud-Muntenia, din perspectiva obiectivelor de comunicare targetate pentru 2023 va fi influențat de trei factori externi strategiei de comunicare proiectată pentru Regio 2014-2020. Aceștia sunt:
 - Rezultatele efective ale proiectelor implementate. Proiectele finanțate și finalizate cu succes prin Regio sunt principalii vectori de comunicare publică ai Programului Operațional Regional. Numărul și anvergura acestor proiecte vor influența în mod direct imaginea publică a Programului;
 - Campaniile media desfășurate la nivel național, în special pe canalele de televiziune. Influența acestui vector este dublă: pe de o parte, în sensul creșterii notorietății, generată majoritar de frecvența apariției de mesaje despre Programul Operațional Regional. Revenim cu precizarea că fixarea unui brand în mentalul colectiv se realizează prin follow up periodic, auditiv și vizual, pentru a preveni "neatenția civilă"; pe de altă parte, în sensul orientării opiniei unei categorii de public țintă într-o direcție sau alta prin atașarea unor etichete sau structuri caracterizante mai mult sau mai puțin consistente argumentate.
 - Rezultatele efective și de comunicare ale altor Programe Operaționale derulate la nivel național. Pentru o parte din publicul țintă diferențele între Programele Operaționale sunt minime, Regio fiind Programul Operațional cu una dintre cele mai mari cote de notorietate la nivel național. Performanțele în comunicare ale

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

fiecărui program se răsfrâng, prin efectul de contagiune, asupra tuturor celorlalte programe.



RECOMANDĂRI

Luând în considerare concluziile studiului efectuat și obiectivele de comunicare ale Agenției pentru Dezvoltare Regională Sud Muntenia pentru Programul Operațional Regional în exercițiul de programare 2014-2020, recomandăm pentru perioada 2018-2019 următoarea tipuri de măsuri ce vizează comunicarea:

- Susținerea Rețelei Comunicatorilor Regio pentru amplificarea comunicării directe, pentru organizarea de sesiuni informative și evenimente la nivel regional. Atât la nivelul publicului larg, dar mai ales la nivelul potențialilor beneficiari, rețeaua Regio este un actor comunicațional extrem de important;
- Utilizarea unor materiale informative (broșuri, pliante, fluturași) targetate pe cele două categorii de public țintă descrise anterior respectiv:
 - conceperea și distribuirea de materiale informative dedicate unui target specializat, sau interesat de proiectele finanțate prin fonduri europene și de finanțările prin Programul Operațional Regional. Ariile de interes pentru aceste materiale considerăm că ar fi necesar să includă: diferențe între Regio 2014-2020 și exercițiul financiar anterior; noi direcții de interes, noi axe de finanțare, diferențe în privința procedurilor și modalităților de evaluare; asemănări și diferențe în raport cu alte Programe Operaționale etc.
 - conceperea și distribuirea, eventual reeditarea materialelor de promovare a Regio la nivelul publicului larg sau nespecializat, materiale care să răspundă la întrebări de tipul: ce este Regio?, cum a ajutat Regio dezvoltarea în Regiunea Sud-Muntenia

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

în perioada 2007-2013?; cine poate primi finanțare?; unde te poți adresa pentru întrebări despre Regio?; glosar de termeni (ce înțelegem prin...?)etc. În special pentru categoria de tineri, care în perioada de popularizare Regio 2007-2013 nu aveau vârsta necesară pentru a solicita informații sau a înțelege astfel de informații, reeditarea de materiale de tip ABC Regio considerăm că este necesară.

- Re-difuzarea / reeditarea revistei Regio, în format print și electronic, conținând informații din Regiunea Sud-Muntenia (proiecte regionale, interviuri cu potențiali beneficiari, întrebări și răspunsuri, noutăți, opinii etc.) considerăm că poate fi o modalitate de a răspunde atât comunicării on line specializate, cât și comunicării clasice prin oferirea unui suport accesibil în diferite medii;
- Orientarea către tineri, (18-29 ani, cu precădere în intervalul 18-22) a unor mesaje de promovare Regio, "recunoaștere" Regio, de stimulare a curiozității și interesului pentru informare despre Regio. Mijloacele prin care tinerii pot cooptați în procesul de informare sunt diverse, de la concursuri de "selfie" cu sigla Regio, sau culegere de povești de succes, până la prezenta siglei Regio la manifestări publice (zile Europei, concerte, alte manifestări inaugurale);
- Prezența publică a Regio în locuri destinate familiilor cu copii mici (categoria de target: public general cu vârsta între 30-39 ani) pentru a fixa elementele de identitate vizuală la nivelul acestei categorii și a crește notorietatea programului;
- Susținerea colaborării dintre echipele de comunicare din ADR Sud-Muntenia, celelalte Agenții de Dezvoltare Regională și Autoritatea de Management a Programului Operațional Regional astfel încât planurile regionale de comunicare să primească susținere, în special pentru comunicarea mediată (mai ales pe canale TV), la nivel național, prin campanii care să mențină/ readucă Regio în atenția publicului larg, cel puțin odată pe an. Spre exemplu, campania media "Din zori și până în seară" este un model de succes ce, considerăm, ar putea fi reluat;
- Evaluarea notorietății Regio la nivelul publicului general, considerăm că este necesar să includă elementele de identitate vizuală ale Programului: numele prescurtat (Regio), paletarul de culori, eventual panourile informaționale de la obiectivele finanțate prin Program, astfel încât respondentul să poată oferi un răspuns real și util în măsurarea acestui parametru de performanță comunicațională.

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

SONDAJ DE OPINIE LA NIVELUL POTENȚIALILOR SOLICITANȚI DE FINANȚARE POR 2014 – 2020

METODA UTILIZATĂ

Studiul a utilizat ca metodă sondajul de opinie la nivelul potențialilor solicitanți de finanțare POR 2014 – 2020, cu un volum de 250 de respondenți.

Grup țintă vizat: potențialii solicitanți de finanțare POR 2014 – 2020 din Regiunea Sud Muntenia, astfel:

- unități administrativ-teritoriale din Regiunea Sud Muntenia (județele Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova, Teleorman): 7 Județe, 16 Municipii, 32 de Orașe și 519 Comune;
- furnizori de servicii sociale acreditați (publici și privați) din Regiunea Sud Muntenia;
- instituții de învățământ superior de stat din Regiunea Sud Muntenia;
- întreprinderi mici și mijlocii din mediul urban și întreprinderi mijlocii din mediul rural din Regiunea Sud Muntenia;
- microîntreprinderi din mediul urban din Regiunea Sud Muntenia;
- unități de cult din Regiunea Sud Muntenia;
- infrastructuri de inovare și transfer tehnologic, parcuri științifice și tehnologice din Regiunea Sud Muntenia;
- incubatoare și acceleratoare de afaceri din Regiunea Sud Muntenia sau potențiali dezvoltatori de incubatoare de afaceri;
- organizații neguvernamentale din Regiunea Sud Muntenia

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

INSTRUMENTUL DE CULEGERE A DATELOR

Chestionarul utilizat pentru culegerea datelor a fost structurat pe următoarele dimensiuni de cercetare:

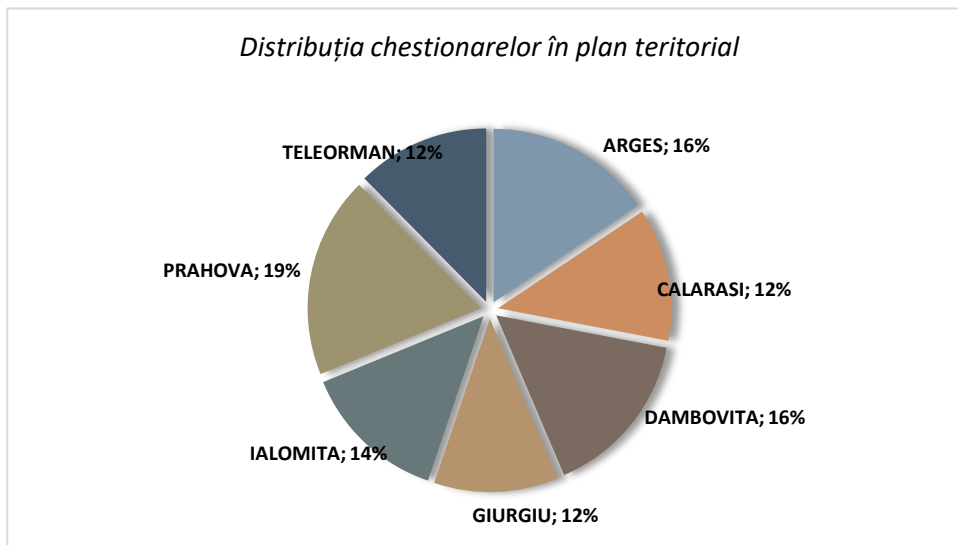
- Autopercepția, în calitate de reprezentant instituțional, a nivelului de informare referitoare la POR;
- Evaluarea sintagmelor dezirabile în comunicarea POR 2014-2020;
- Evaluarea nivelului de informare pe aspectele componente ale strategiei de informare;
- Evaluarea instrumentelor de comunicare și a eficienței lor din perspectiva potențialilor beneficiari.

STRUCTURA EȘANTIONULUI

Eșantionul proiectat a inclus toate tipurile de beneficiari. Au fost aplicate chestionare în toate primăriile localităților urbane din județele Regiunii de Dezvoltare Sud Muntenia și la nivelul tuturor Consiliilor Județene din regiune. Eșantionul rezultat în urma desfășurării demersului de cercetare are un volum de 250 de respondenți cu următoarea structură:

Categorie beneficiari	total
▪ unități administrativ teritoriale	113
▪ furnizori de servicii sociale acreditați (publici și privați)	21
▪ instituții de învățământ superior de stat	5
▪ întreprinderi mici și mijlocii din mediul urban și întreprinderi mijlocii din mediul rural	38
▪ microîntreprinderi din mediul urban	21
▪ unități de cult	21
▪ infrastructuri de inovare și transfer tehnologic, parcuri științifice și tehnologice	7
▪ incubatoare și acceleratoare de afaceri	3
▪ organizații neguvernamentale	21
TOTAL	250

Structura eșantionului rezultat corespunde structurii proiectate a eșantionului.



Distribuția la nivel județean a chestionarelor efectuate este prezentată în graficul de mai sus. Diferențele sunt date de ponderea diferită, la nivel județean, în special a localităților urbane, dar și a altor tipuri de beneficiari: unități de învățământ superior de stat, unități de cult, infrastructuri de inovare și transfer tehnologic etc.

VERIFICAREA CULEGERII DATELOR

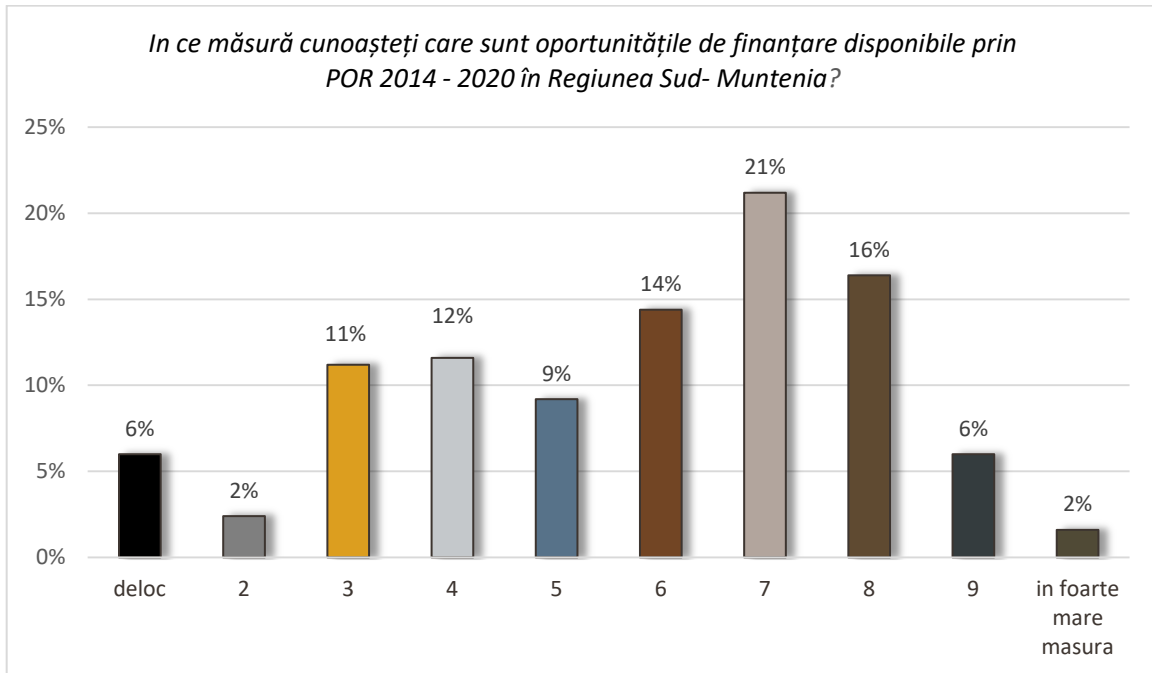
Verificarea culegerii datelor s-a realizat în conformitate cu prevederile din manualul de management al calității și conform specificațiilor din caietul de sarcini, respectiv au fost verificați toți operatorii de interviu, pentru fiecare dintre operatori fiind verificate un număr de 10% din chestionarele efectuate. Pentru fiecare chestionar verificat s-au confirmat: efectuarea chestionarului, datele de contact ale respondentului, instituția din care face parte și validarea a două întrebări din chestionar: Q1 și Q17.

REZULTATELE SONDAJULUI DE OPINIE

AUTOPERCEPȚIA NIVELULUI DE INFORMARE

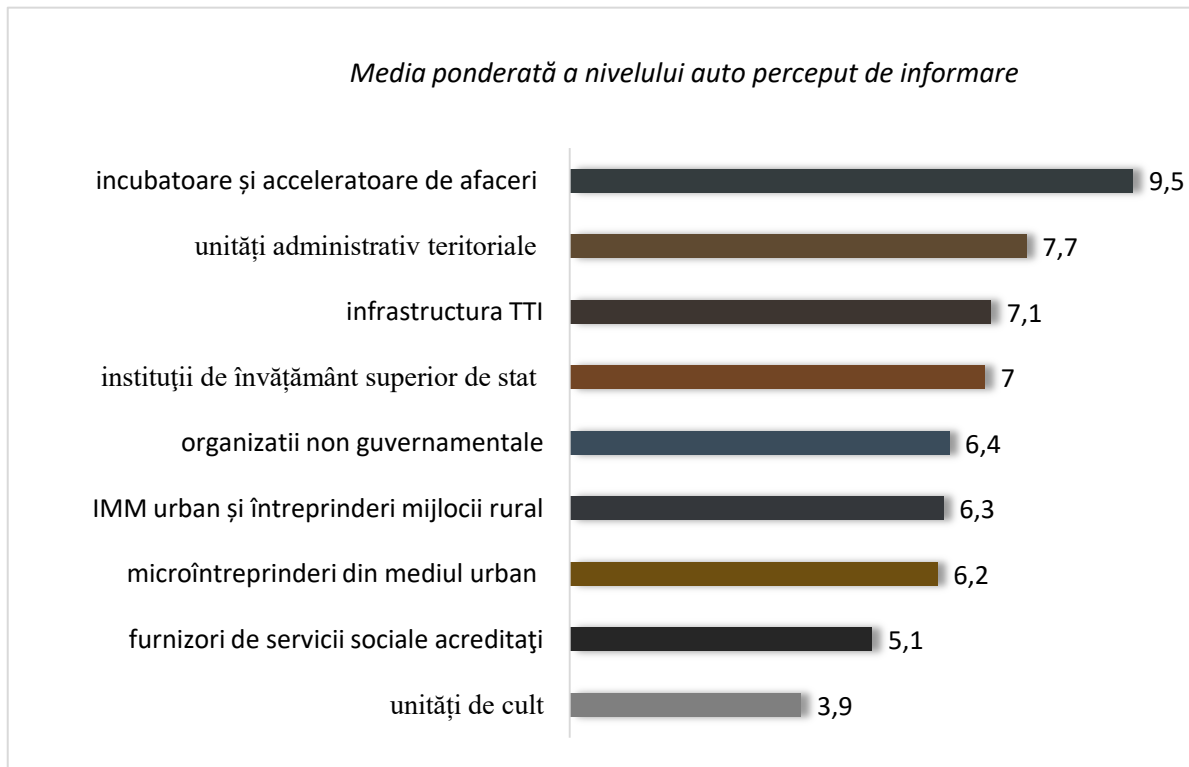
Aproximativ două treimi dintre respondenți (69%) consideră că dețin informații la un nivel satisfăcător, acordând note peste 5 nivelului propriu de informare. Atât media cât și mediana distribuției valorilor acordate se află peste această valoare. După cum se poate observa în graficul de mai jos, modul distribuției este dat de valoarea 7, valoare aleasă de aproximativ unul din 5 respondenți (21%).

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.



Graficul de mai sus arată faptul că aproximativ o treime dintre respondenți (31%) se auto-percept ca fiind insuficient informați (note sub valoarea 4) în calitatea lor de reprezentanți instituționali. Cele zece valori propuse pe scala autopercepției sunt o măsură subiectivă a nivelului de informare care poate să nu coincidă în fiecare caz cu nivelul real al informării (măsurat pe indicatori de informare). Astfel, bazinul de o treime dintre respondenți care e consideră insuficient informați este, din perspectiva unor campanii de informare, principalul target spre care se pot orienta respectivele campanii.

Analiza comparativă a mediilor ponderate arată că există diferențe semnificative din punct de vedere statistic (luând în considerare inclusiv numărul mic de respondenți pentru anumite categorii de beneficiari) între categoriile de beneficiari vizate de procesul de informare și comunicare.



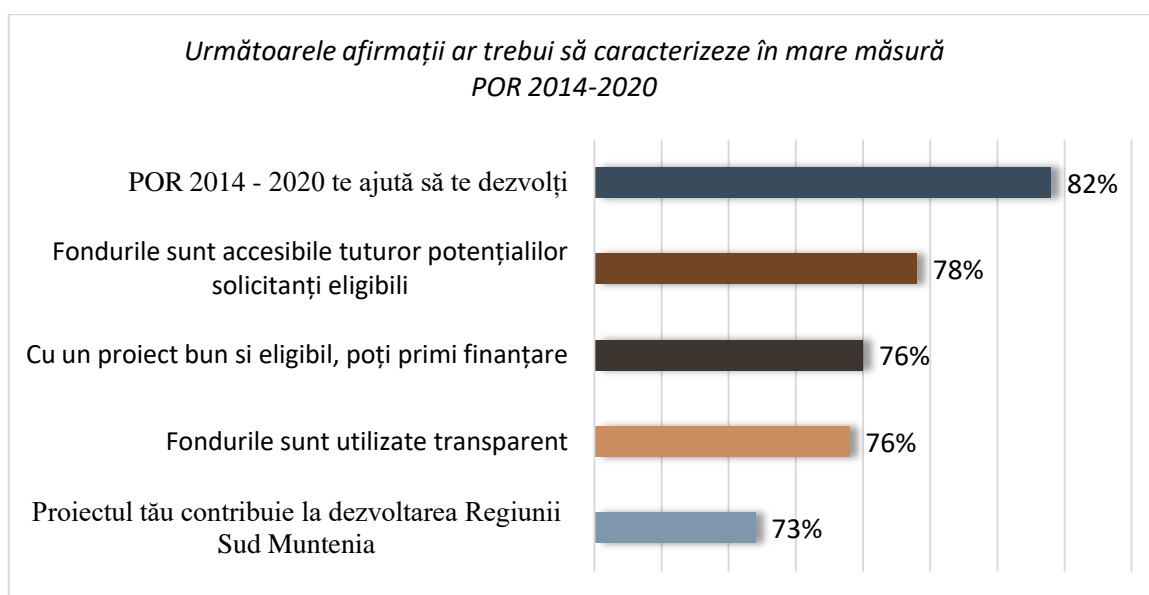
Cel mai ridicat nivel de informare este înregistrat în rândul instituțiilor care pot dezvolta, la nivel regional, incubatoare și acceleratoare de afaceri. Aceste instituții sunt implicate, în cazul Regiunii Sud- Muntenia și în proiecte la nivel administrativ local și județean, din acest motiv nivelul de informare perceput este foarte ridicat. Pe locul secund din punct de vedere al mediei ponderate se situează un grup de potențiali beneficiari, la nivelul cărora se înregistrează valori ale mediei relativ similare: unitățile teritorial administrative (media 7,7), infrastructurile de inovare și transfer tehnologic și instituțiile de învățământ superior de stat. Aceste trei categorii de potențiali beneficiari includ instituții cu experiență în accesarea fondurilor europene, chiar dacă nu doar prin REGIO, respectiv instituții la nivelul cărora campaniile de informare din perioada următoare ar trebui orientate către detalii tehnice, către reorganizarea informațiilor existente, către semnalarea diferențelor dintre REGIO și alte programe (pentru universități, spre exemplu). În această clasă de potențiali beneficiari poate fi întâlnit, din perspectiva comunicatorilor, tipul de beneficiar care deține informații "necesare, dar nu suficiente" pentru a putea participa activ la redactarea și aplicarea unui proiect finanțat prin REGIO, ceea ce poate genera nemulțumire și atitudini critice la adresa comunicatorilor, inclusiv reticență în asimilarea de informație utilă. O a trei clasă de potențiali beneficiari, din perspectiva nivelului auto-perceput de informare include categoriile care au obținut o medie ponderată între 6 și 6,5 puncte: organizațiile non-guvernamentale, întreprinderile mijlocii din urban și rural, întreprinderile mici din urban și microîntreprinderile din rural. În interior acestor categorii înregistrăm rețineri semnificative în acordarea notelor maxime (9 și 10), respondenții declarând, în majoritate, că nivelul de informare se limitează la cunoștințe de

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

ordin general. Nivelul cel mai scăzut de informare, auto-perceput, se înregistrează la nivelul unităților de cult, 90% dintre respondenții din această categorie acordându-și note sub 4 pentru nivelul de informare pe care îl dețin în prezent.

EVALUAREA SINTAGMELOR CHEIE ÎN COMUNICAREA POR 2014-2020

Evaluarea sintagmelor cheie s-a realizat din perspectiva identificării modului prin care potențialii beneficiari se raportează la o campanie de comunicare în perioada următoare. Mesajele cheie testate au fost: dezvoltare organizațională, proiect bun, dezvoltare regională, transparență, accesibilitate. Aceste sintagme relevă așteptările potențialilor beneficiari, inclusiv în privința modului de desfășurare a finanțării prin POR 2014-2020.



Majoritatea potențialilor beneficiari (peste 70% din total eșantion) consideră că promovarea POR 2014-2020 ar trebui să fie caracterizată prin toate cele cinci sintagme cheie supuse analizei. Accentul însă, la nivel de total eșantion, a fost pus pe dezvoltarea organizației, respectiv a aplicantului de proiect și apoi pe accesibilitate. Peste 75% dintre respondenți au apreciat și faptul că sintagmele "proiect bun și eligibil" și "fonduri utilizate transparent" ar trebui de asemenea să caracterizeze Programul Operațional Regional 2014-2020, în Regiunea Sud- Muntenia, pentru următoarea perioadă.

Analiza comparativă între categoriile de potențiali beneficiari incluse în studiu, pe această dimensiune de cercetare, a evaluării sintagmelor cheie în comunicarea POR 2014-2020, arată diferențe semnificative și grade diferite de consonanță internă pentru fiecare categorie de potențiali beneficiari.

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

<i>Sintagme cheie</i>					
<i>Potențiali beneficiari</i>	dezvoltare organizațională/ locală	Proiect bun	dezvoltare regională	transparență	eligibilitate
unități administrativ teritoriale	85%	78%	71%	81%	83%
furnizori de servicii sociale acreditați	57%	48%	52%	52%	48%
instituții de învățământ superior de stat	100%	100%	100%	100%	100%
IMM urban și întreprinderi mijlocii rural	92%	89%	87%	79%	82%
microîntreprinderi din mediul urban	95%	86%	86%	95%	90%
unități de cult	38%	33%	38%	29%	38%
infrastructura TTI	86%	86%	86%	86%	86%
incubatoare și acceleratoare de afaceri	67%	100%	100%	67%	100%
organizații non guvernamentale	95%	90%	86%	86%	86%

Unitățile administrativ teritoriale așteaptă de la Programul Operațional Regional, în acest exercițiu de programare 2014-2020, să contribuie în primul rând la dezvoltarea locală, REGIO fiind unul dintre cele mai importante, de cele mai multe ori principalul Program de dezvoltare, la nivel local. Pentru reprezentanții autorităților publice locale sunt identificate așteptări semnificative și în ceea ce privește criteriile de eligibilitate, în sensul includerii unui număr cât mai mare de comunități locale pe lista celor eligibile, cât și ce privesc transparența acordării fondurilor.

Furnizorii de servicii sociale acreditați au așteptări divergente din punct de vedere al coerenței interne, împărțindu-se, pentru fiecare dintre cei cinci itemi evaluați, în două categorii relativ egale, dar cu opinii opuse în privința așteptărilor. Menționăm și faptul că aproximativ unul din cinci reprezentați ai acestei categorii (19%) nu au putut evalua oportunitatea niciuneia dintre sintagmele prezentate pentru comunicarea POR în exercițiul 2014-2020.

Instituțiile de învățământ superior (reduse numeric în regiune și ca pondere din total beneficiari) înregistrează nivelul maxim de consonanță. Toți respondenții din această categorie consideră că POR 2014-2020 ar trebui să fie caracterizat prin toate cele cinci sintagme supuse aprecierii.

Tabelul prezentat anterior evidențiază încă două categorii de respondenți: unitățile de cult cu un nivel scăzut de implicare în evaluarea sintagmelor, aproximativ o treime dintre reprezentanții acestor instituții exprimând o opinie favorabilă pentru fiecare dintre cele cinci enunțuri de

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

caracterizare. O altă categorie care atrage atenția este cea a reprezentanților instituțiilor care pot dezvolta incubatoare de afaceri. Aceștia (sub rezerva ponderii scăzute în total eșantion) au ales în mod semnificativ trei elemente de caracterizare: calitatea proiectelor, eligibilitatea și dezvoltarea regională.

EVALUAREA NIVELULUI DE INFORMARE

Măsurarea nivelului de informare s-a realizat pe baza a opt indicatori, pentru fiecare dintre aceștia, respondenții fiind solicitați să își acorde note de la 1 (foarte mica măsură) la 10 (foarte mare măsură) pentru gradul în care dețin informații cu privire la fiecare aspect. La nivelul întregului eșantion, media generală ponderată a fost 6, similară cu media obținută prin măsurarea nivelului auto perceput de informare, ceea ce arată un nivel mediu corect al poziționării pe scala informațională confirmat de instrumente de măsurare obiectivă.

Calcularea mediei ponderate pentru fiecare indicator de informare evidențiază, conform tabelului următor, faptul că indicatorii informaționali: etapele de parcurs în procesul de implementare a unui proiect, drepturile și obligațiile beneficiarilor și cerințele de informare și publicitate în conformitate cu Manualul de Identitate Vizuală al POR 2014-2020 înregistrează cel mai ridicat scor. În fapt, sunt elemente care valorifică experiența anterioară a potențialilor beneficiari în lucru cu proiecte finanțate prin Programul Operațional Regional.

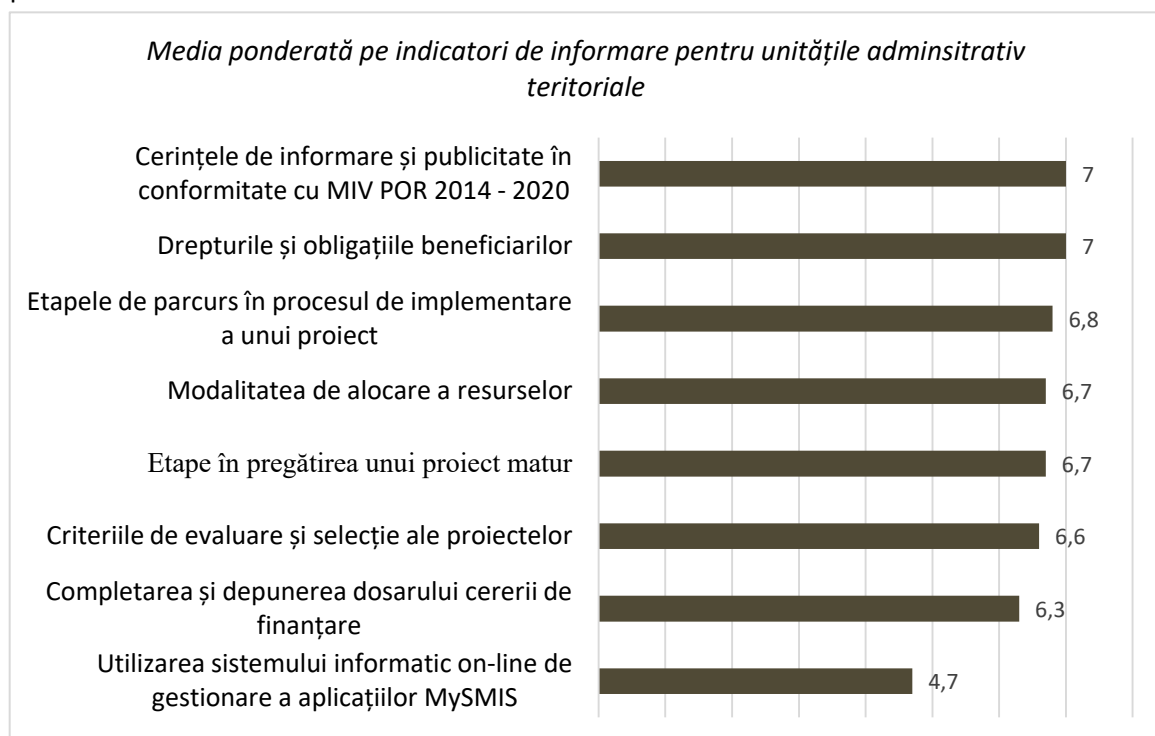
Principala zonă de orientare a ofertei informaționale pentru potențialii beneficiari (considerați ca eșantion cumulat) cuprinde elementele ce particularizează prezentul exercițiu financiar al POR, respectiv modalitatea de alocare a resurselor, criteriile de evaluare și selecția a proiectelor, particularitățile dosarului de finanțare.

Semnificativă din punct de vedere statistic este media scăzută, la nivel de eșantion, pe care o înregistrează utilizarea sistemului informatic de gestionare a aplicațiilor MySMIS. Notele mici acordate de respondenți acestui indicator informațional nu vizează neapărat informațiile despre funcționarea sistemului, din punct de vedere tehnic, ci, mai degrabă, dificultățile în utilizarea acestui sistem, dificultăți care, de cele mai multe ori nu țin în mod direct de informare, ci de parametri tehnici ai sistemului.

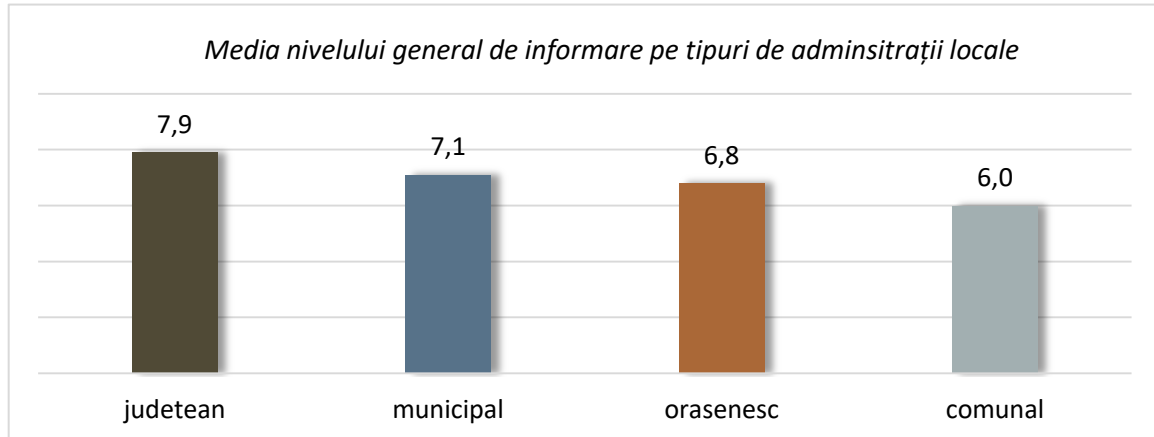
Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

indicator informare	Media ponderată
Etapele de parcurs în procesul de implementare a unui proiect	6,4
Drepturile și obligațiile beneficiarilor	6,4
Cerințele de informare și publicitate în conformitate cu prevederile Manualului de Identitate Vizuală al POR 2014 - 2020	6,4
Modalitatea de alocare a resurselor	6,3
Etape în pregătirea unui proiect matur	6,2
Criteriile de evaluare și selecție ale proiectelor	6,1
Completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare	5,8
Utilizarea sistemului informatic on-line de gestionare a aplicațiilor MySMIS	4,4

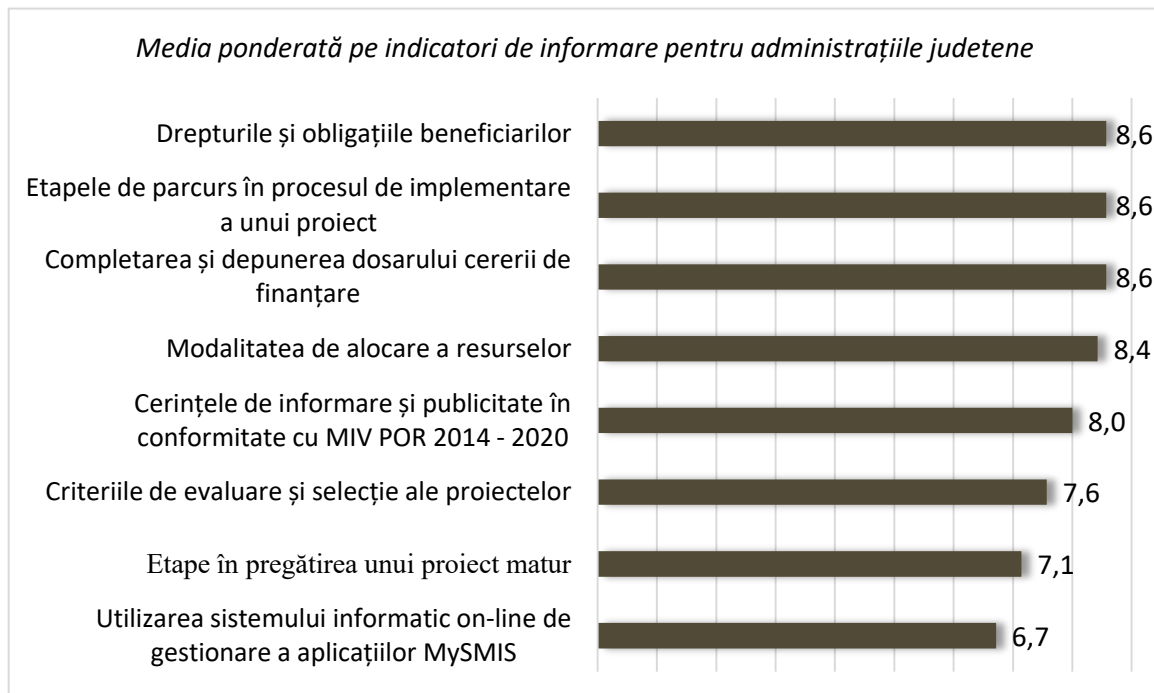
Analiza pentru fiecare categorie de beneficiari evidențiază deferențe semnificative între aceștia, datorate, considerăm, în primul rând, experienței în derularea de proiecte finanțate prin fonduri europene, în particular, prin proiecte derulate prin REGIO, sau intenției de a desfășura astfel de proiecte.



La nivelul reprezentanților Unităților Administrativ Teritoriale deficitul cel mai mare de informații privește utilizarea sistemului MySMIS, deficit, așa cum am afirmat anterior, mai degrabă funcțional decât informațional. Carențe informaționale sunt percepute a exista și la nivelul completării și depunerii dosarului cererii de finanțare și în ceea ce privește criteriile de evaluare și selecție a proiectelor, deși, aceste ultime două aspecte înregistrează medii peste media la nivelul întregului eșantion.



Intre diferitele tipuri de comunități locale înregistrăm nivele diferite de apreciere a gradului de informare pentru fiecare dintre indicatorii informaționali.

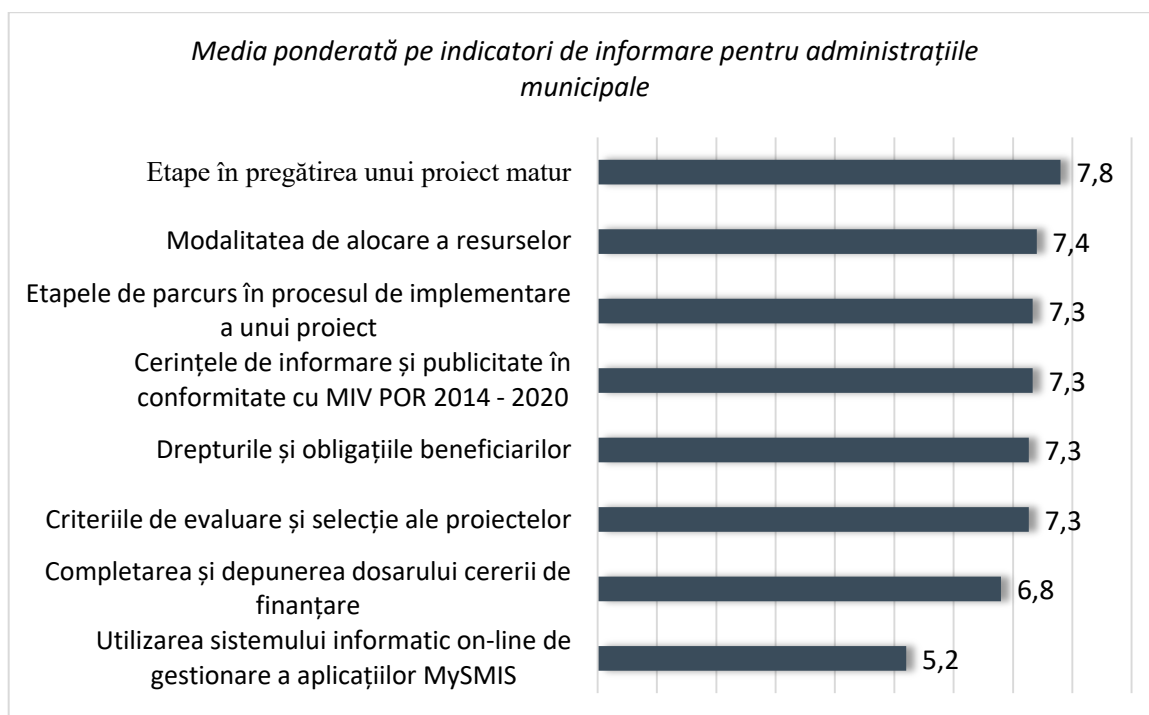


Administrațiile de la nivel județean sunt instituțiile administrației publice care înregistrează cel mai ridicat nivel de informare dintre administrațiile locale cu o medie la nivelul eșantionului de 7,9,

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

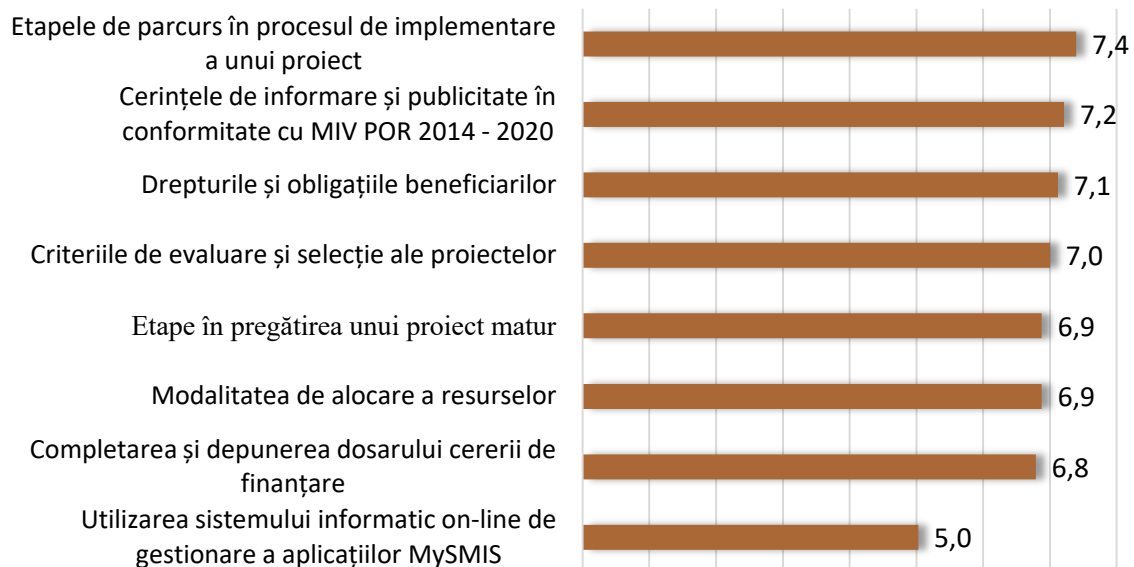
calculată ca medie ponderată pentru cei 8 indicatori de informare. Cel mai scăzut nivel de informare se înregistrează în rândul administrațiilor comunale, un nivel situat însă în media generală a eșantionului de potențiali beneficiari.

După cum se poate observa în graficul de mai sus, deși la majoritatea indicatorilor de informare s-au obținut medii peste 8, pentru administrațiile de la nivel județean, deficitul de informare se poziționează la nivelul următoarelor trei aspecte: utilizarea sistemului informatic on line de gestionare a aplicațiilor MySMIS, etapele în pregătirea unui proiect matur și criteriile de evaluare și selecție a proiectelor.



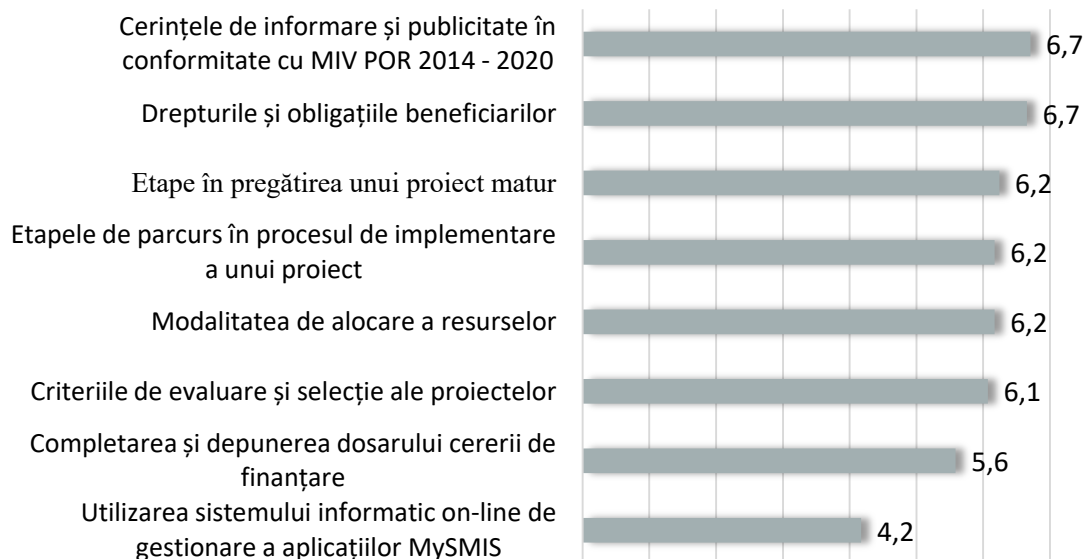
Administrațiile municipale se situează pe locul al doilea în ierarhia administrațiilor locale realizată din punct de vedere al indicatorilor de informare, cu 0,8 puncte în medie, sub administrațiile județene. Media la nivelul de eșantion, pentru administrațiile municipale este de 7,1 puncte din 10 posibile. Cel mai slab nivel de informare se înregistrează în cazul sistemului MySMIS, cu o medie, per total administrații municipale de 5,2 (cu aproape 2 puncte sub media celorlalți indicatori). La mare distanță (din punct de vedere statistic), însă tot sub media de informare pe categorie de public țintă se află indicatorul privind completarea și depunerea dosarului de finanțare.

Media ponderată pe indicatori de informare pentru administrațiile orășenești



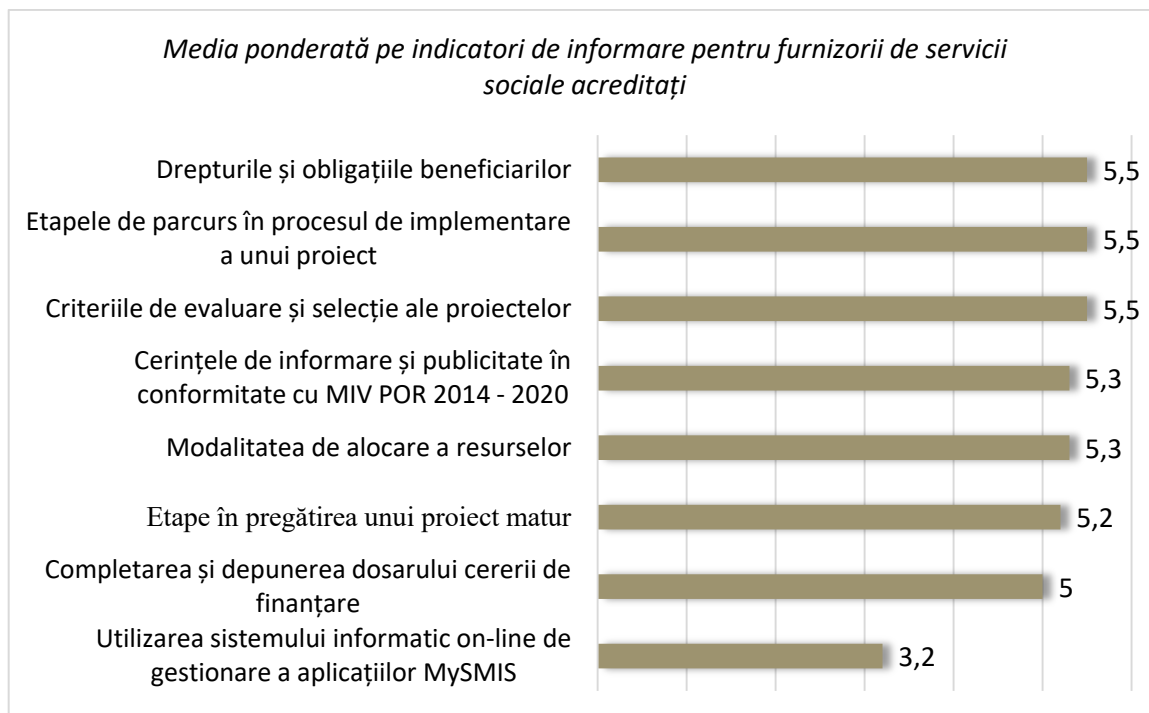
Administrațiile orășenești înregistrează la nivel de sub eșantion o medie generală de 6,8 puncte din cele 10 posibile. Sub nivelul mediu de informare se află un singur indicator, cel care privește funcționarea sistemului MySMIS.

Media ponderată pe indicatori de informare pentru administrațiile comunale



Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Administrațiile comunale înregistrează cel mai scăzut nivel de informare dintre administrațiile locale, cu o medie la nivel de sub-eșantion de 6 puncte din 10 posibile. Majoritatea itemilor de informare se situează sub media de 6,3 obținută la nivel de total eșantion potențiali beneficiari. Din punct de vedere al administrațiilor comunale, aspectele cu indicele cel mai scăzut de informare sunt: utilizarea sistemului MySMIS (de care o parte dintre respondenți nici nu au auzit de acesta, cotând cu 1 nivelul de informare) și completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare.

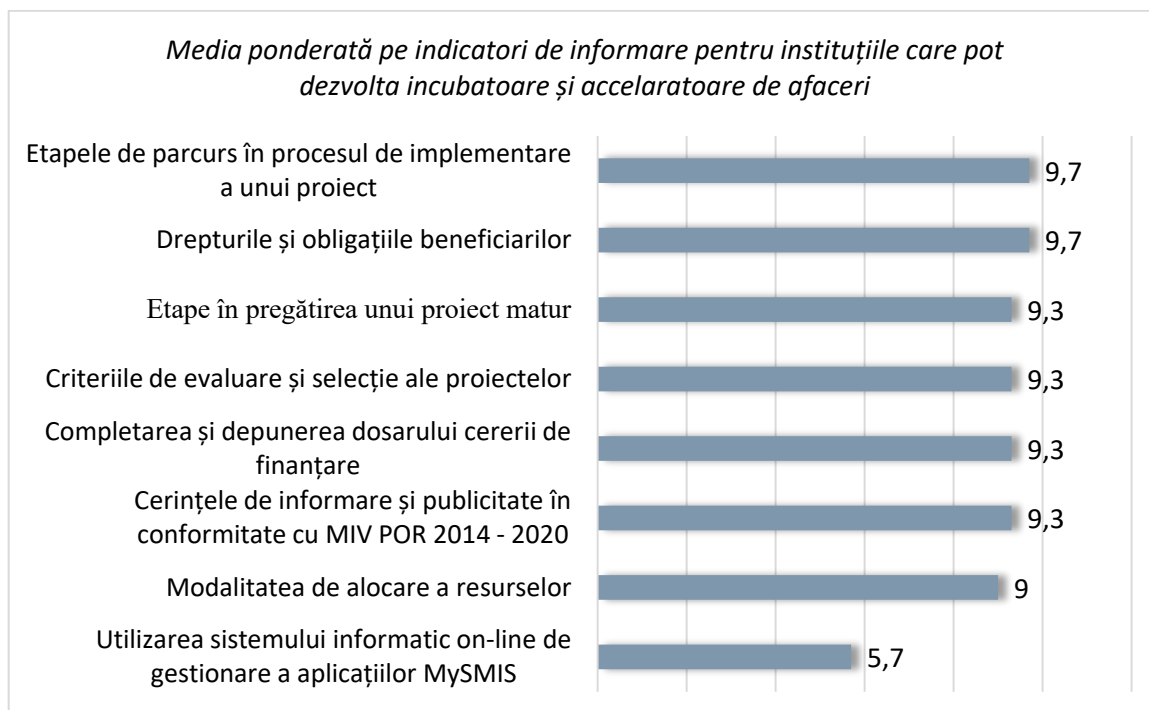
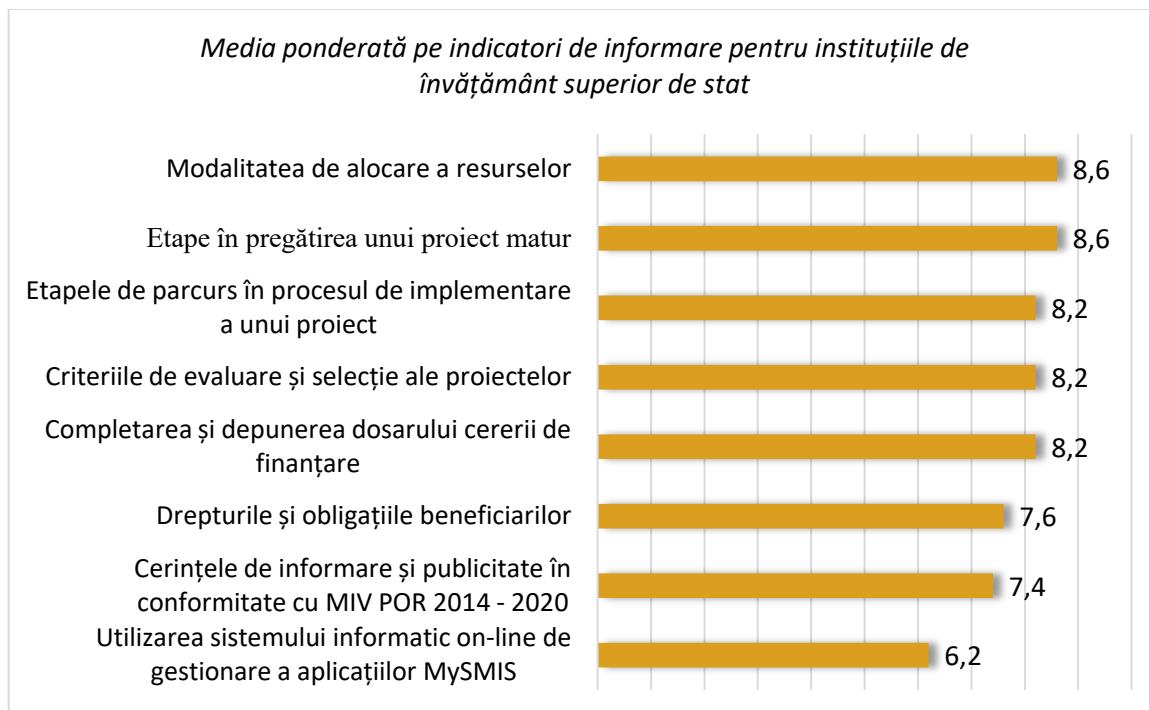


Furnizorii de servicii sociale acreditați se află, asemenea reprezentanților administrațiilor comunale, în eșalonul inferior al ierarhiei potențialilor beneficiari, din punct de vedere al mediilor obținute prin cumularea indicatorilor obiectivi de informare. După cum se observă în graficul de mai sus scorul mediu obținut la majoritatea itemilor se află sub valoarea de 6,3 puncte înregistrată ca valoare medie a întregului eșantion. Valoarea medie la nivelul sub-eșantionului de furnizori de servicii sociale acreditați este de 5,1, cu peste un punct sub valoarea medie generală. Prin raportare la media pe sub-eșantion, aspectele cu cel mai ridicat deficit de informare sunt cele referitoare la sistemul MySMIS și cele care privesc completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare.

Instituțiile de învățământ superior de stat se află, alături de instituțiile care pot dezvolta incubatoare și acceleratoare de afaceri în topul ierarhiei potențialilor beneficiari, din perspectiva scorurilor obținute la evaluarea pe cei opt indicatori obiectivi de informare, cu o medie, la nivel de sub-eșantion de 7,9 puncte din 10 posibile. Aspectele deficitare, evidențiate în graficul următor cuprind, ca în cazul tuturor categoriilor de beneficiari, funcționarea sistemului MySMIS și elementele ce particularizează Programul Operațional Regional, în rândul programelor

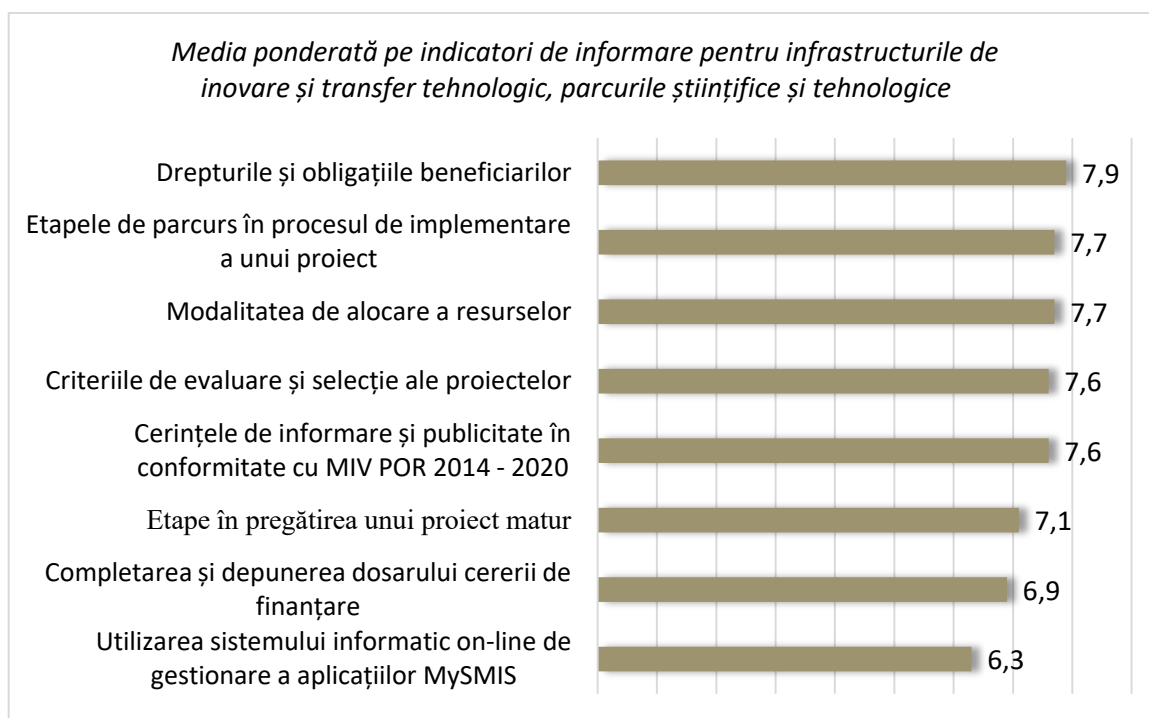
Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

operaționale, respectiv: cerințele de informare și publicitate, în conformitate cu MIV POR 2014-2020 și drepturile și obligațiile beneficiarilor.



Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Aflate pe prima poziție în ierarhia potențialilor beneficiari din punct de vedere al mediei obținute pe indicatorii de informare, cu un scor de 8,9 puncte din 10 posibile, instituțiile care pot dezvolta incubatoare și acceleratoare de afaceri înregistrează o singură vulnerabilitate din perspectiva informării, cea referitoare la modul în care funcționează aplicațiile MySMIS, restul indicatorilor fiind apropiați de valoarea maximală. La nivelul acestei categorii putem spune că sprijinul acordat de către ADR Sud Muntenia este mai degrabă unul tehnic și tehnologic (în măsura posibilităților) și doar secundar, un sprijin informațional.

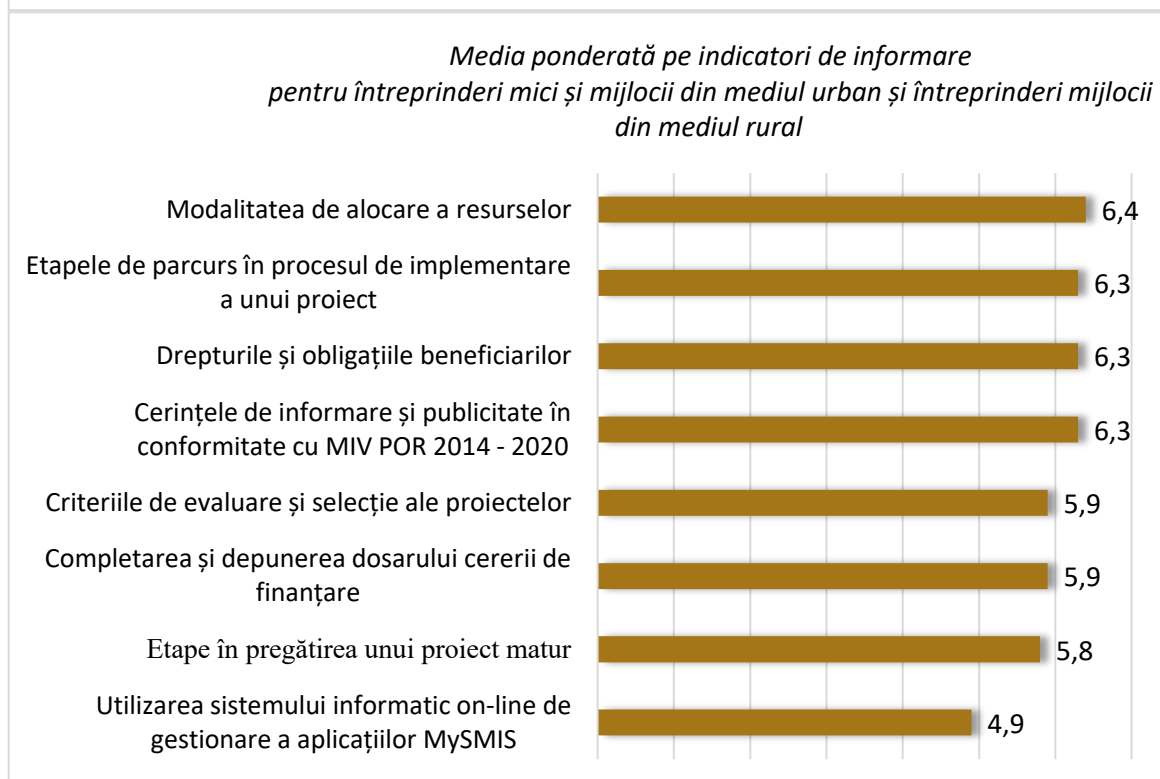
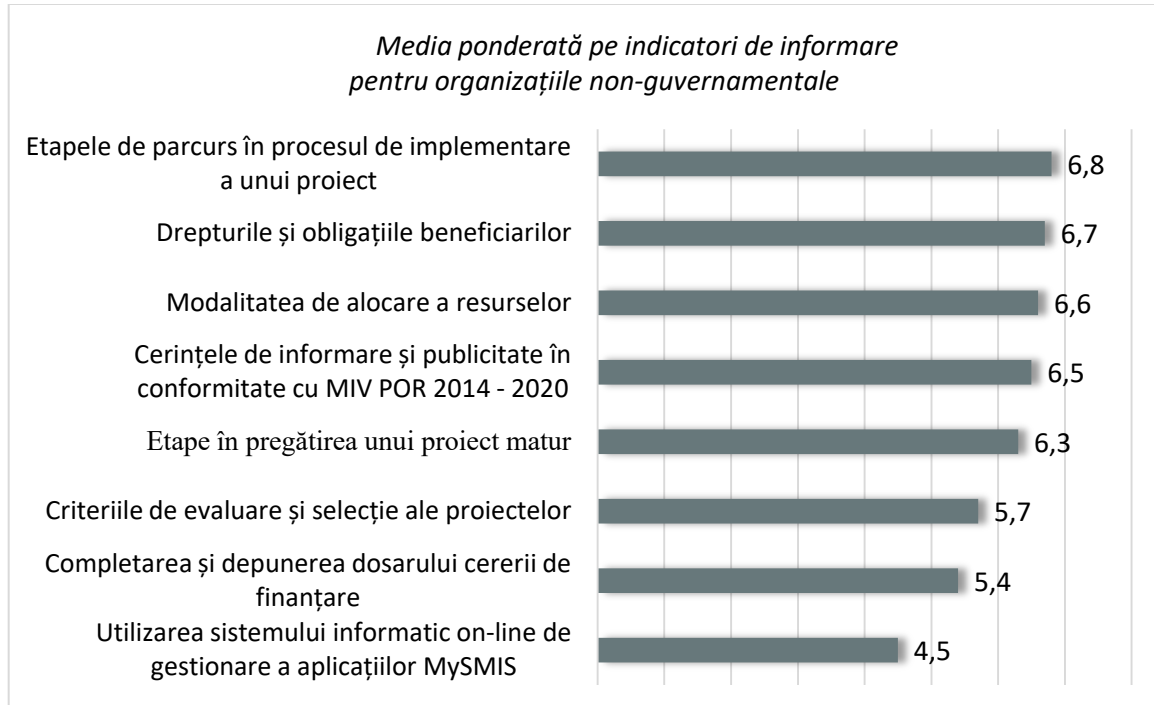


Infrastructurile de inovare și transfer tehnologic, parcurile științifice și tehnologice se află pe poziția a treia în topul potențialilor beneficiari, încheind topul celor mai informate instituții. Media generală la nivelul infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic este de 7,4 puncte din 10 posibile. Sub această media se află trei indicatori: în primul rând cel legat de utilizarea sistemului informatic on-line de gestionare a aplicațiilor MySMIS, în al doilea rând elementele care țin de completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare și etapele în pregătirea unui proiect matur.

Organizațiile non-guvernamentale deschid seria instituțiilor potențial beneficiare ale finanțărilor prin POR 2014-2020 cu scoruri generale de informare obiectivă sub media pe total eșantion, medie calculată la 6,3 puncte din 10 posibile. Din acest eșalon poziționat sub medie am prezentat anterior furnizorii de servicii sociale acreditați. Organizațiile non-guvernamentale înregistrează o medie pe sub eșantion de 6,1 puncte. După cum se poate observa în graficul următor indicatorii de informare care înregistrează scorurile cele mai scăzute la nivel de sub-eșantion sunt: utilizarea sistemului

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

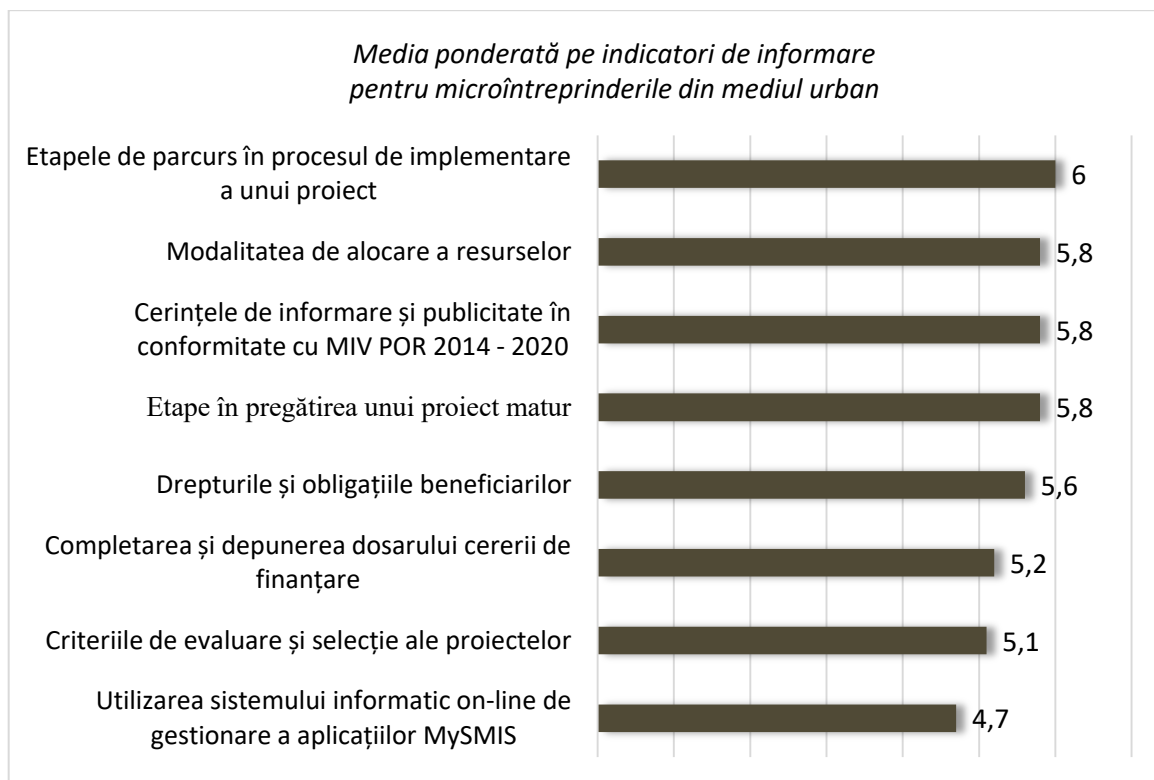
informatic on-line de gestionare a aplicațiilor MySMIS, completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare și criteriile de evaluare și selecție ale proiectelor.



Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Categoria întreprinzătorilor mici și mijlocii din mediul urban și a întreprinzătorilor mijlocii din mediul rural înregistrează o medie de informare de 6 puncte din 10 posibile, cu un deficit major de informare pe aspectele ce vizează: utilizarea sistemului informatic on-line de gestionare a aplicațiilor MySMIS, etapele în pregătirea unui proiect matur, completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare și criteriile de evaluare și selecție ale proiectelor.

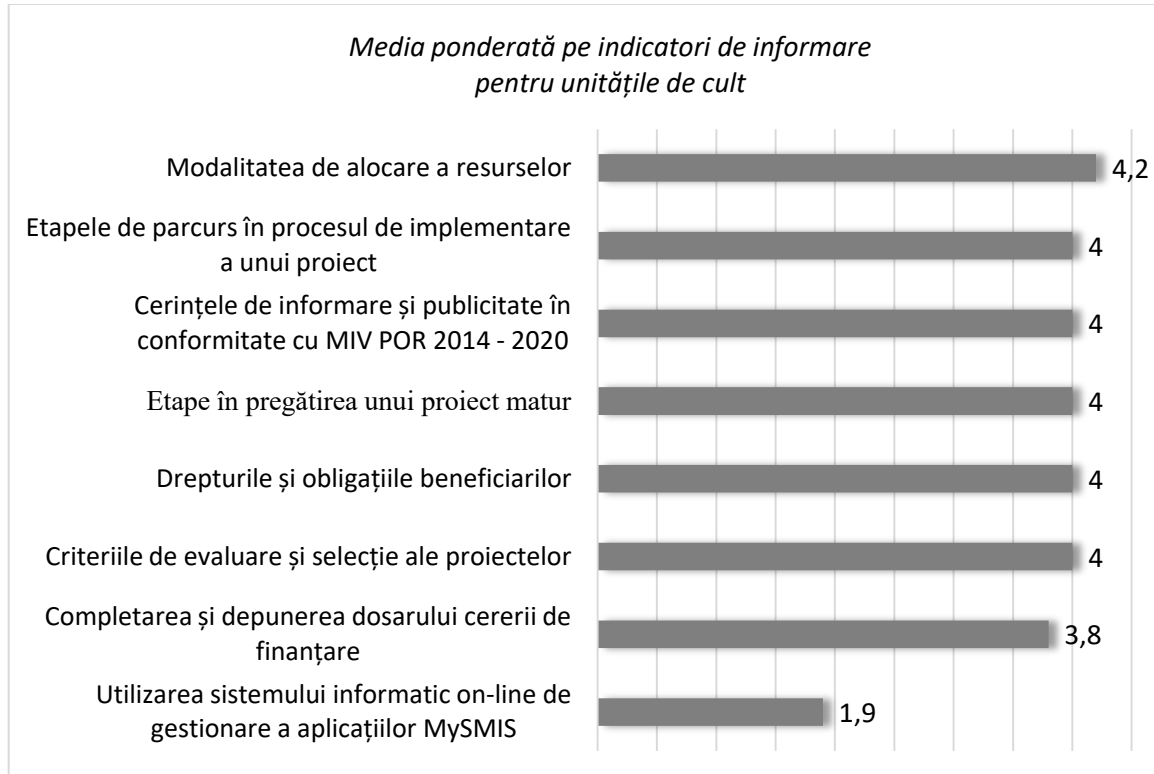
Cu o medie de 5,5 puncte la nivel de sub-eșantion microîntreprinderile din mediul urban se poziționează cu toți cei 8 indicatori de informare sub media generală la nivel de potențiali beneficiari. Prin raportare la media proprie obținută pe sub-eșantion se evidențiază, conform graficului următor, trei categorii de aspecte: utilizarea sistemului informatic on-line de gestionare a aplicațiilor MySMIS (de care o parte dintre respondenți nici nu a auzit), criteriile de evaluare și selecție ale proiectelor și completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare.



Cel mai scăzut nivel de informare pe cei opt indicatori de măsurare se înregistrează în rândul unităților de cult. Această categorie de potențiali beneficiari are, în parte, un comportament social special, mecanismele de informare fiind condiționate ierarhic și de restricțiile unui mediu cu un nivel ridicat de autarhie. Media obținută la nivel de sub-eșantion este de 3,7 puncte din 10 posibile, cu 2,8 puncte mai puțin decât media generală a potențialilor beneficiari. Toate aspectele informaționale sunt deficitare. Menționăm însă că o campanie de informare la nivelul acestei categorii de potențiali beneficiari trebuie să țină cont de caracteristicile speciale ale acestui grup

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

țintă, din perspectiva interesului pentru mecanisme de finanțare prin fonduri europene și a istoricului legat de gestionarea unor proiecte cu finanțare europeană.



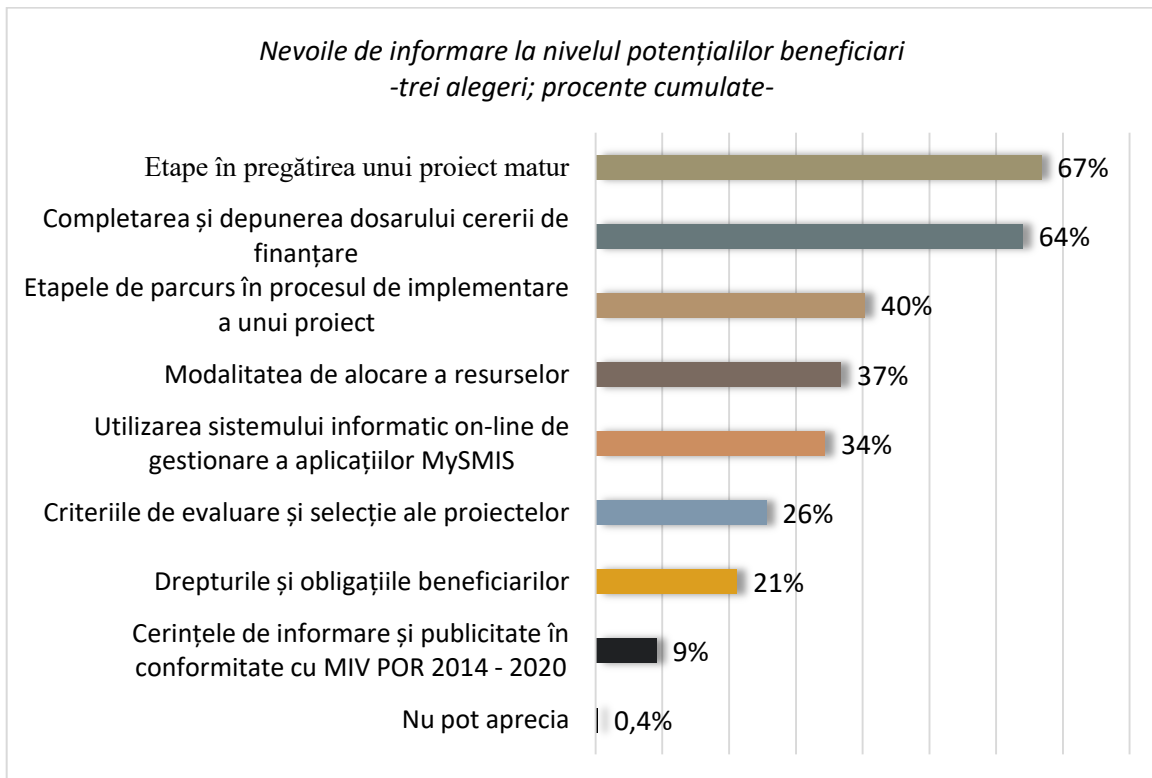
EVALUAREA NEVOILOR DE INFORMARE

Evaluarea nevoilor de informare s-a realizat prin solicitarea alegerii din cei opt indicatori de informare descriși anterior, în evaluarea nivelului obiectiv de informare, a trei aspecte, pe care respondenții le consideră prioritare pentru a răspunde nevoilor instituționale de informare în perioada următoare. După cum se poate observa, aceste nevoi de informare nu corespund întotdeauna deficitului măsurat în mod obiectiv, respondenții putând considera că, deși nu dețin informații într-o măsură satisfăcătoare despre un anumit aspect, sunt indicatori de informare mai importanți asupra cărora ar trebui să insiste, prin comparație cu aspectul deficitar.

Analiza datelor a presupus cumularea scorurilor înregistrate la nivelul întregului eșantion

Astfel, după cum am prezentat în graficul următor, la nivelul întregului eșantion, deși utilizarea sistemului MySMIS a întrunit valorile cele mai mici ale mediei ponderate, ierarhia nevoilor de informare prezentată arată că principalele interese de informare, pentru mai mult de două treimi dintre potențialii beneficiari, vizează etapele în pregătirea unui proiect matur și completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare.

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.



Un interes mai scăzut din partea potențialilor beneficiari, ca eșantion cumulat, se înregistrează în privința: cerințele de informare și publicitate în conformitate cu MIV POR 2014 – 2020, drepturilor și obligațiilor beneficiarilor și criteriilor de evaluare și selecție ale proiectelor. Mai puțin de un procent din total respondenți nu au putut evalua nevoia de informare pentru perioada următoare.

Analiza nevoilor de informare pe sub-categorii de beneficiari arată că astfel de diferențe, între nivelul obiectiv de evaluare a deficitului informațional și nevoia de informare percepută înregistrăm la nivelul fiecărei categorii de potențiali beneficiari.

Astfel, așa cum se poate vedea în tabelul următor, la nivel reprezentanților administrației publice locale, temele de interes pentru o campanie de informare în perioada următoare urmăresc, în primul rând, etapele în pregătirea unui proiect matur, temă așteptată de aproximativ două treimi din această categorie de respondenți, etapele de parcurs în implementarea unui proiect (teme de interes pentru mai mult de jumătate din respondenții din această categorie) și completarea și depunerea dosarului de finanțare, temă menționată de 46% dintre potențialii beneficiari administrației publice locale.

Furnizorii de servicii sociale acreditați, deși înregistrează un scor mic la evaluarea nivelului de informare pentru toți indicatorii propuși, sunt interesați în primul rând de completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare. 48% dintre respondenții din această categorie sunt interesați să de modul în care funcționează sistemul MySMIS (indicator la care media obținută al evaluare

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

informării a fost 3,2 puncte din 10 posibile). În aceeași măsură, respondenții din această categorie sunt interesați și de modalitatea de alocare a resurselor în cadrul POR 2014-2020.

<i>Nevoile de informare la nivelul potențialilor beneficiari... -trei alegeri; procente cumulate-</i>	unități administrativ teritoriale	furnizori de servicii sociale acreditați	instituții de învățământ superior de stat
Utilizarea sistemului informatic on-line de gestionare a aplicațiilor MySMIS	38%	48%	20%
Completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare	46%	67%	100%
Criteriile de evaluare și selecție ale proiectelor	26%	29%	0%
Etape în pregătirea unui proiect matur	73%	43%	80%
Modalitatea de alocare a resurselor	35%	48%	20%
Etapele de parcurs în procesul de implementare a unui proiect	52%	43%	20%
Drepturile și obligațiile beneficiarilor	22%	19%	0%
Cerințele de informare și publicitate în conformitate cu MIV POR 2014 - 2020	8%	5%	20%

Instituțiile de învățământ superior de stat, deficitare, la evaluare, pe indicatorii privind sistemul MySMIS și pe cel privind cerințele de informare și publicitate în conformitate cu MIV POR 2014 – 2020, sunt interesate, în special, de teme privind completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare și etapele în pregătirea unui proiect matur, teme la care se autoevaluează ca deținând cunoștințe de peste 8 puncte din cele 10 posibile, comunicarea cu acest public țintă necesitând un nivel ridicat de specializare.

<i>Nevoile de informare la nivelul potențialilor beneficiari... -trei alegeri; procente cumulate-</i>	infrastructura TTI	incubatoare și acceleratoare de afaceri	organizații non guvernamentale
Utilizarea sistemului informatic on-line de gestionare a aplicațiilor MySMIS	0%	67%	43%
Completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare	100%	33%	52%
Criteriile de evaluare și selecție ale proiectelor	14%	33%	38%
Etape în pregătirea unui proiect matur	57%	0%	62%
Modalitatea de alocare a resurselor	29%	0%	38%
Etapele de parcurs în procesul de implementare a unui proiect	29%	33%	38%
Drepturile și obligațiile beneficiarilor	14%	33%	14%
Cerințele de informare și publicitate în conformitate cu MIV POR 2014 - 2020	0%	67%	14%

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Reprezentanții infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic, parcurilor științifice și tehnologice au ales, în totalitate, ca principală temă de informare, așteptată pentru perioada următoare, completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare. Mai mult de jumătate dintre aceștia așteaptă ca o campanie de informare, desfășurată în perioada următoare, să abordeze tema etapelor în pregătirea unui proiect matur.

Pentru instituțiile care dezvoltă incubatoare și acceleratoare de afaceri sunt conturate două teme de interes major pentru o campanie de comunicare în perioada următoare, respectiv utilizarea sistemului informatic on-line de gestionare a aplicațiilor MySMIS, față de care s-au înregistrat și carențe informaționale și cerințele de informare și publicitate în conformitate cu MIV POR 2014 – 2020.

Organizațiile non-guvernamentale, după cum se poate remarca în tabelul anterior, sunt interesate de etapele în pregătirea unui proiect matur, iar peste jumătate din reprezentanții acestor instituții așteaptă informații privind completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare.

<i>Nevoile de informare la nivelul potențialilor beneficiari... -trei alegeri; procente cumulate-</i>	IMM urban și întreprinderi mijlocii rural	microîntreprinderi din mediul urban	unități de cult
Utilizarea sistemului informatic on-line de gestionare a aplicațiilor MySMIS	29%	33%	14%
Completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare	79%	52%	100%
Criteriile de evaluare și selecție ale proiectelor	21%	33%	19%
Etape în pregătirea unui proiect matur	71%	52%	76%
Modalitatea de alocare a resurselor	42%	38%	38%
Etapele de parcurs în procesul de implementare a unui proiect	21%	43%	19%
Drepturile și obligațiile beneficiarilor	29%	33%	5%
Cerințele de informare și publicitate în conformitate cu MIV POR 2014 - 2020	8%	14%	5%

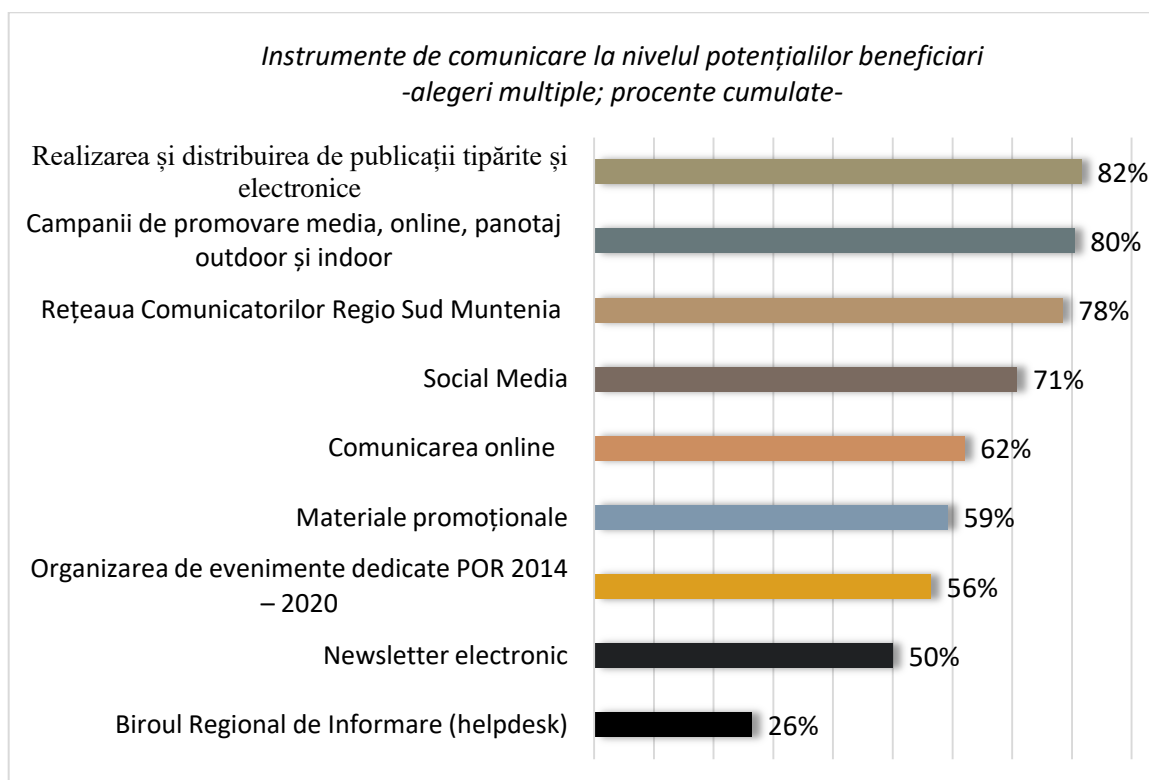
Tabelul privind nevoia de informare pentru perioada următoare la nivelul întreprinderilor mici și mijlocii din mediul urban, a întreprinderilor mijlocii din rural, a microîntreprinderilor și a unităților de cult arată același palier tematic de maxim interes pentru cele trei categorii de potențiali beneficiari: completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare și etapele în pregătirea unui proiect matur.

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

EVALUAREA INSTRUMENTELOR DE COMUNICARE SI INFORMARE

Evaluarea instrumentelor de comunicare si informare s-a realizat prin solicitarea participanților la sondaj de a selecta, din lista tuturor instrumentelor utilizate până în prezent în cadrul POR, cele mai eficiente instrumente pentru ca informațiile solicitate să ajungă la fiecare dintre ei.

La nivelul întregului eșantion, prin cumularea opțiunilor făcute de către toți respondenții s-a obținut ierarhia eficienței instrumentelor de comunicare prezentată în graficul de mai jos.



Peste trei sferturi dintre respondenții la sondajul la nivel de potențiali beneficiari au ales ca instrumente prioritare comunicarea directă prin intermediul Rețelei Comunicatorilor Regio Sud Muntenia, campaniile de promovare în media, online, panotaj outdoor și indoor și realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice. De altfel, revista REGIO a fost menționată spontan ca instrument de comunicare apreciat de către respondenți. Biroul Regional de Informare (helpdesk) este un instrument de informare mai puțin cunoscut de către majoritatea respondenților, el fiind destinat unui public care deține deja un nivel de informare ridicat și are nevoie de răspunsuri specializate la întrebări punctuale.

Comparația pe categorii de potențiali beneficiari evidențiază următoarele diferențe semnificative:

Pentru reprezentanții Unităților Administrativ Teritoriale principalele instrumente de comunicare, așa cum sunt evidențiate și în tabelul următor sunt: Social Media, realizarea și distribuirea de

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

publicații tipărite și electronice, Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia și campaniile de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor.

Furnizorii de servicii sociale au ales, aproape în totalitatea participanților la sondaj, realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice și comunicarea directă prin Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia ca principale instrumente pentru ca informarea să ajungă la reprezentanții acestei categorii de beneficiari.

<i>Instrumente de comunicare la nivelul potențialilor beneficiari -alegeri multiple; procente cumulate-</i>	UAT	furnizori de servicii sociale acreditați	instituții de învățământ superior de stat
Biroul Regional de Informare (helpdesk)	41%	5%	20%
Organizarea de evenimente dedicate POR 2014 – 2020	60%	67%	100%
Comunicarea online	68%	38%	100%
Newsletter electronic	50%	52%	40%
Social Media	75%	76%	20%
Realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice	85%	95%	80%
Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia	85%	95%	100%
Campanii de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor	86%	71%	100%
Materiale promoționale	65%	43%	0%

Pentru reprezentanții instituțiilor de învățământ superior de stat, cinci din cele nouă instrumente propuse sunt agreate de peste două treimi dintre respondenți, patru dintre acestea întrunind chiar consensul la nivelul acestei categorii de beneficiari, respectiv: organizarea de evenimente dedicate POR 2014 – 2020, comunicarea online, realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice, comunicarea directă prin Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia și campanii de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor.

<i>Instrumente de comunicare la nivelul potențialilor beneficiari -alegeri multiple; procente cumulate-</i>	infrastructura TTI	incubatoare și acceleratoare de afaceri	ONG
Biroul Regional de Informare (helpdesk)	57%	67%	24%
Organizarea de evenimente dedicate POR 2014 – 2020	71%	67%	76%
Comunicarea online	86%	67%	71%
Newsletter electronic	29%	33%	67%
Social Media	86%	33%	67%
Realizarea și distribuirea de publicații tipărite și	100%	33%	76%

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

electronice			
Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia	86%	33%	76%
Campanii de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor	71%	0%	67%
Materiale promoționale	57%	0%	33%

Reprezentanții infrastructurilor de inovare și transfer tehnologic, parcurilor științifice și tehnologice au ales, în totalitate, realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice ca fiind principalul instrument de comunicare pentru ca informarea să ajungă la această categorie de beneficiari. Peste trei sferturi din acest public țintă consideră că, în procesul de informare, sunt utile și: comunicarea on line, Social Media și comunicarea directă prin Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia.

Reprezentanții instituțiilor care pot dezvolta incubatoare și acceleratoare de afaceri au ales, din perspectiva eficienței instrumentelor de comunicare pentru creșterea nivelului de informare, trei astfel de instrumente mai puțin selectate de către celelalte categorii de potențiali beneficiari, respectiv: Biroul Regional de Informare (helpdesk), organizarea de evenimente dedicate POR 2014 – 2020 și comunicarea online.

Reprezentanții ONG s-au orientat majoritar către instrumente clasice de comunicare, respectiv realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice la care să poată face referință în elaborarea unui proiect și comunicarea directă prin Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia, care să le permită abordarea pe larg a subiectelor de interes și a problemelor particulare întâmpinate.

<i>Instrumente de comunicare la nivelul potențialilor beneficiari -alegeri multiple; procente cumulate-</i>	IMM urban și întreprinderi mijlocii rural	Micro întreprinderi din mediul urban	unități de cult
Biroul Regional de Informare (helpdesk)	8%	14%	5%
Organizarea de evenimente dedicate POR 2014 – 2020	42%	43%	29%
Comunicarea online	66%	57%	24%
Newsletter electronic	61%	43%	33%
Social Media	71%	67%	62%
Realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice	87%	71%	57%
Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia	58%	86%	57%
Campanii de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor	89%	81%	67%
Materiale promoționale	68%	57%	81%

Aflate pe ultimele locuri ca nivel de informare IMM-urile din mediul urban și întreprinderile mijlocii din mediul rural, precum și microîntreprinderile din mediul urban au ales, prioritar, în majoritatea,

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

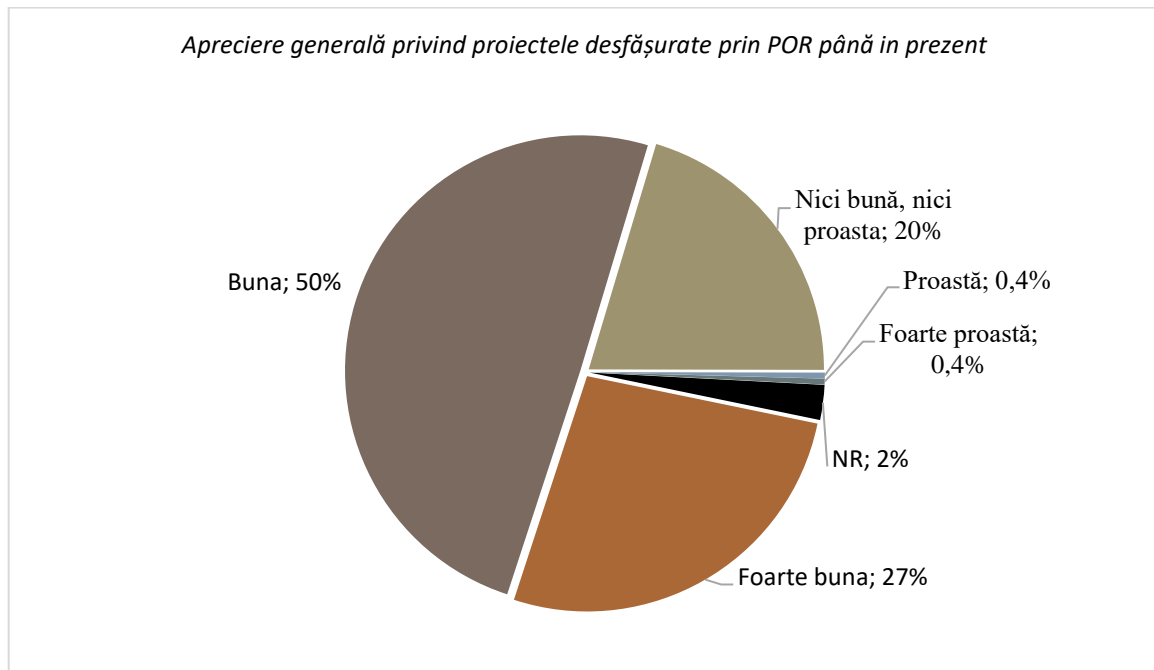
ca instrumente utile de informare: realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice, comunicarea directă prin Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia și campanii de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor.

Unitățile de cult se păstrează, din punct de vedere al opțiunilor către instrumentele de informare, în zona de "public general" optând în proporție de peste 80% pentru materiale promoționale ca principal instrumente de informare.

APRECIEREA GENERALĂ REFERITOARE LA PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL

Aprecierea generală referitoare la Programul Operațional Regional conturează, alături de nevoile de informare și așteptările privind sintagmele cheie din cadrul campaniilor de informare, contextul general în care se desfășoară comunicarea. Astfel, pentru potențialii beneficiari care au o opinie pozitivă în raport cu REGIO, comunicarea este nu doar acceptată, ci și așteptată, informațiile transmise fiind preluate într-un mod pozitiv și constructiv.

După cum se poate observa în graficul următor aprecierea generală privind proiectele desfășurate prin POR, până în prezent, la nivelul regiunii, este majoritar pozitivă în rândul potențialilor beneficiari, mai puțin de 1% dintre respondenți declarând că au o părere proastă sau foarte proastă despre proiectele POR.



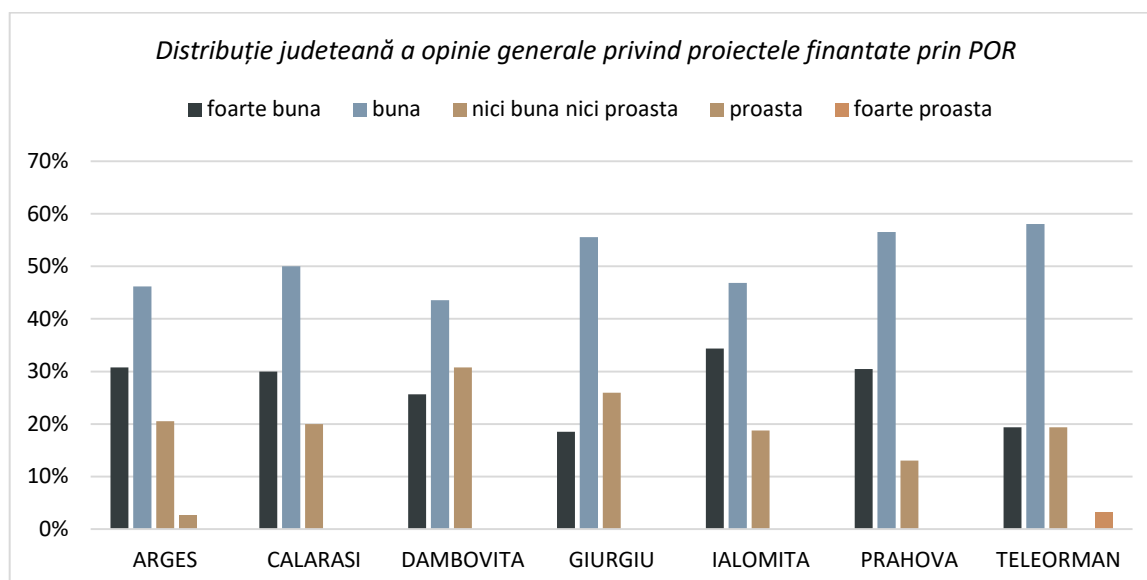
Comparația între tipurile de beneficiari, din punct de vedere al aprecierii generale arată că diferențele sunt mici din punct de vedere statistic. Majoritatea tipurilor de beneficiari consideră, în

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

proporție de peste 70%, că proiectele desfășurate prin REGIO sunt bune sau foarte bune. O atitudine mai rezervată întâlnim în rândul unităților de cult, furnizorilor de servicii sociale acreditați și microîntreprinderilor din mediul urban.

tip beneficiari	apreciere		nici buna		foarte proasta	Nu pot aprecia
	foarte buna	buna	nici proasta	proasta		
unități administrativ teritoriale	30%	54%	16%	0%	0%	0%
furnizori de servicii sociale acreditați	10%	52%	19%	0%	5%	14%
instituții de învățământ superior de stat	40%	60%	0%	0%	0%	0%
IMM urban și întreprinderi mijlocii rural	37%	37%	26%	0%	0%	0%
microîntreprinderi din mediul urban	19%	48%	29%	0%	0%	5%
unități de cult	10%	43%	33%	5%	0%	10%
infrastructura TTI	43%	43%	14%	0%	0%	0%
incubatoare și acceleratoare de afaceri	67%	33%	0%	0%	0%	0%
organizații non guvernamentale	19%	57%	24%	0%	0%	0%

Sub aspectul distribuției regionale, aprecierea generală privind proiectele desfășurate prin POR este, de asemenea aproximativ similară, majoritatea potențialilor beneficiari intervievați la nivelul fiecărui județ apreciind că proiectele REGIO sunt bune sau foarte bune. O opinie mai rezervată înregistrăm în județul Dâmbovița. Gradul cel mai ridicat de satisfacție s-a înregistrat la nivelul județului Prahova.



Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

CONCLUZII

- Aprecierea generală privind proiectele desfășurate prin POR, până în prezent, la nivelul regiunii, este majoritar pozitivă în rândul potențialilor beneficiari, mai puțin de 1% dintre respondenți declarând că au o părere proastă sau foarte proastă despre proiectele POR.
- Aproximativ două treimi dintre respondenți (69%) consideră că dețin informații la un nivel satisfăcător, acordând note peste 5 nivelului propriu de informare. Aproximativ o treime dintre respondenți (31%) se auto-percept ca fiind insuficient informați (note sub valoarea 4) în calitatea lor de reprezentanți instituționali;
- Cel mai ridicat nivel de informare este înregistrat în rândul instituțiilor care pot dezvolta la nivel regional incubatoare și acceleratoare de afaceri. Nivelul cel mai scăzut de informare auto-perceput se înregistrează la nivelul unităților de cult, 90% dintre respondenții din această categorie acordându-și note sub 4 pentru nivelul de informare pe care îl dețin în prezent;
- Majoritatea potențialilor beneficiari (peste 70% din total eșantion) consideră că promovarea POR 2014-2020 ar trebui să fie caracterizată prin toate cele cinci sintagme cheie supuse analizei: "Proiectul tău contribuie la dezvoltarea Regiunii Sud Muntenia", "Fondurile sunt utilizate transparent", "Cu un proiect bun și eligibil, poți primi finanțare", "Fondurile sunt accesibile tuturor potențialilor solicitanți eligibili", "POR 2014 - 2020 te ajută să te dezvolți". Accentul, la nivel de total eșantion, a fost pus pe dezvoltarea organizației ("POR 2014 - 2020 te ajută să te dezvolți"), respectiv a aplicatului de proiect, urmat de accesibilitate ("Fondurile sunt accesibile tuturor potențialilor solicitanți eligibili");
- Principala zonă de orientare a ofertei informaționale pentru potențialii beneficiari (considerați ca eșantion cumulat) cuprinde elementele ce particularizează prezentul exercițiu financiar al POR, respectiv modalitatea de alocare a resurselor, criteriile de evaluare și selecția ale proiectelor, particularitățile dosarului de finanțare. Semnificativă din punct de vedere statistic este media scăzută, la nivel de eșantion, pe care o înregistrează utilizarea sistemului informatic de gestionare a aplicațiilor MySMIS.
- Deși utilizarea sistemului MySMIS a întrunit valorile cele mai mici ale mediei ponderate în ceea ce privește nivelul auto-perceput de informare, principalele interese de informare, pentru mai mult de două treimi dintre potențialii beneficiari vizează etapele în pregătirea unui proiect matur și completarea și depunerea dosarului cererii de finanțare;
- Peste trei sferturi dintre respondenții la sondajul la nivel de potențiali beneficiari au ales ca instrumente prioritare comunicarea directă prin intermediul Rețelei Comunicatorilor Regio Sud Muntenia, campaniile de promovare în media, online, panotaj outdoor și indoor și realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice.

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

SONDAJ DE OPINIE LA NIVELUL PUBLICULUI GENERAL

METODA UTILIZATĂ

Studiul a utilizat ca metodă sondajul de opinie la nivelul publicului general cu un volum de 1200 de respondenți. Chestionarul a fost aplicat în formulă mixtă, telefonic și în teren, în regim față în față. Eșantionarea a fost de tip stadial, stratificat, pe cote; ponderea respondenților în funcție de mediul de rezidență a fost de 75% din mediul urban și 25% din mediul rural.

INSTRUMENTUL DE CULEGERE A DATELOR

Chestionarul utilizat pentru culegerea datelor a fost structurat pe următoarele dimensiuni de cercetare:

- Măsurarea notorietății Programului Operațional Regional;
- Identificarea opiniei privind Programul Operațional Regional;
- Identificarea așteptărilor publicului general referitoare la POR 2014-2020;
- Identificare instrumentelor de comunicare optime pentru transmiterea informației către publicul general.

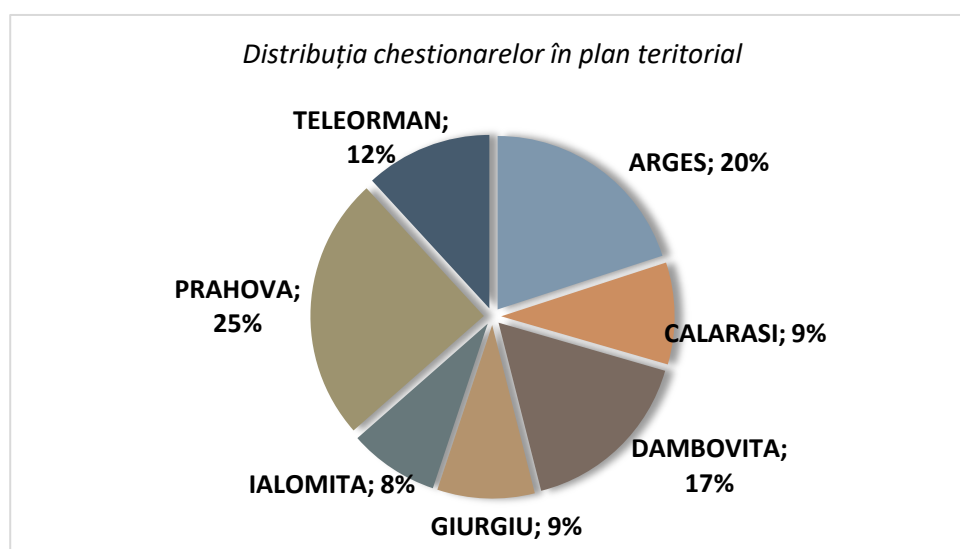
STRUCTURA EȘANTIONULUI

Eșantionul proiectat a inclus toate județele din regiunea Sud Muntenia și a fost proiectat prin raportare la datele INSSE TEMPO *Populație și structura demografică* POP105A- prognoze 1 ianuarie 2017, menținând solicitarea din Caietul de Sarcini al achiziției, privind ponderea populației pentru mediul urban și rural. Eșantionul a inclus doar persoane peste 18 ani.

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

	masculin			feminin	
	volum eșantion	urban (75%)	rural (25%)	urban (75%)	rural (25%)
Argeș	239	89	30	90	30
Călărași	114	43	14	43	14
Dâmbovița	199	75	24	75	25
Giurgiu	109	41	13	42	13
Ialomița	101	38	12	38	13
Prahova	296	111	37	111	37
Teleorman	142	53	18	53	18
total	1200	450	148	452	150

Structura eșantionului rezultat corespunde structurii proiectate a eșantionului. S-au realizat în total 1201 chestionare. Marja de eroare statistică a eșantionului este de +/-2,88% pentru un interval de încredere de 95%.



Distribuția la nivel județean a chestionarelor efectuate este prezentată în graficul anterior. Ea corespunde ponderii populației majore la nivelul fiecărui județ, modelată cu coeficientul de 1/3 raport rural/urban.

VERIFICAREA CULEGERII DATELOR

Verificarea culegerii datelor s-a realizat în conformitate cu prevederile din manualul de management al calității și conform specificațiilor din caietul de sarcini, respectiv au fost verificați toți operatorii de interviu, pentru fiecare dintre operatori fiind verificate un număr de 10% din

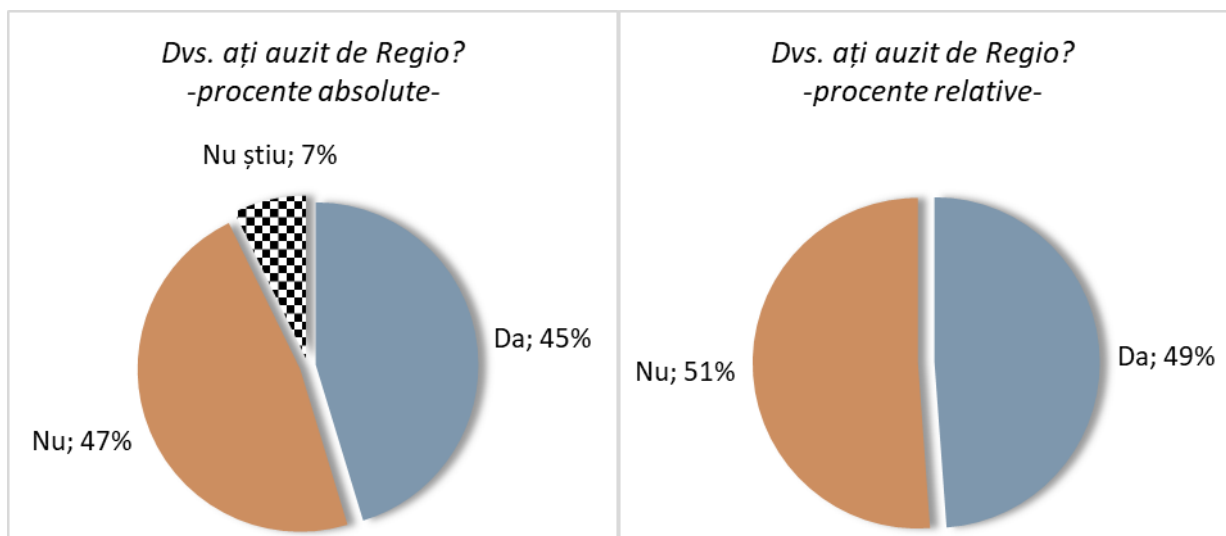
Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

chestionarele efectuate. Pentru fiecare chestionar verificat s-au confirmat: efectuarea chestionarului, datele de contact ale respondentului, vârsta acestui și validarea întrebării Q1.

REZULTATELE SONDAJULUI DE OPINIE

NOTORIETATEA PROGRAMULUI OPERAȚIONAL REGIONAL

La nivelul întregului eșantion Programul Operațional Regional beneficiază de o cotă de notorietate, în procente absolute, de 45% din total populație, respectiv de 49% din totalul celor care și-au



exprimat o opinie.

Un awareness de 49% din total răspunsuri valide reprezintă o cotă de notorietate relativ ridicată, ținând seama de caracteristicile de comunicare pentru publicul larg a unui Programului Operațional (nu este un produs, se adresează publicului larg prin efectele sale, nu în mod direct, presupune un complex de concepte ce implică un nivel de cunoștințe ridicat și preocupări în domeniul dezvoltării).

Ați auzit de Regio?	Gen		Total
	masculin	feminin	
Da	49%	49%	49%
Nu	51%	51%	51%
Total	100%	100%	100%

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Distribuția pe criteriu de gen a notorietății este echilibrată, ponderea femeilor și bărbaților care au auzit de Regio fiind egală, ceea ce arată echilibrul de gen prezent în strategia de comunicare implementată până acum.

Distribuția pe medii rezidențiale arată că la nivelul persoanelor din mediul urban se înregistrează un nivel de notorietate a Programului Operațional Regional cu aproape 20% mai mare decât la nivel rural.

Ați auzit de Regio?	Medii rezidențiale		Total
	urban	rural	
Da	54%	35%	49%
Nu	46%	65%	51%
Total	100%	100%	100%

Din punct de vedere al distribuției pe categorii de vârstă se remarcă, din punct de vedere statistic, o notorietate semnificativ mai ridicată la nivelul categoriei 30-39 ani și un trend descendent al cunoașterii la categoria de vârstă de peste 50 de ani, nivelul cel mai scăzut fiind înregistrat în grupa de 60 ani și peste (37% din total categorie).

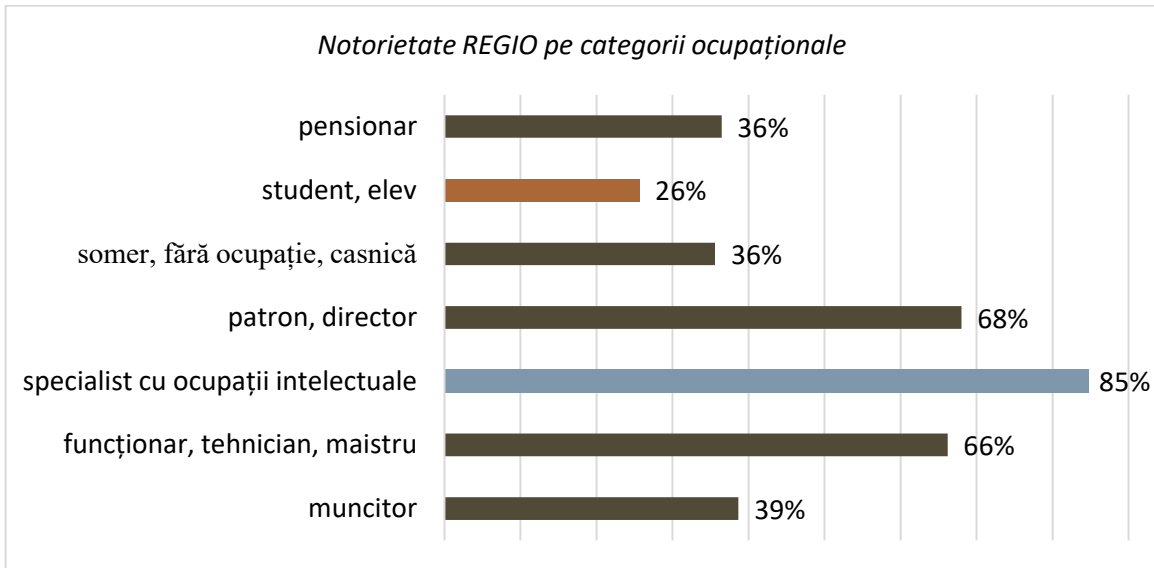
Ați auzit de Regio?	Categorii de vârstă					Total
	18-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-59 ani	60+ ani	
Da	48%	60%	49%	46%	37%	49%
Nu	52%	40%	51%	54%	63%	51%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Distribuția pe grupe educaționale arată o corelație directă între notorietatea Programului Operațional Regional și nivelul educațional, nivelul notorietății crescând de la 17% în cazul celor cu educație elementară (maxim 4 clase), până la 97% în cazul celor cu educație universitară.

Ați auzit de Regio?	Categorii de educație						Total
	elementar	gimnazial	profesional	liceal	postliceal	universitar	
Da	17%	30%	33%	38%	52%	97%	49%
Nu	83%	70%	67%	62%	48%	3%	51%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Analiza pe categorii ocupaționale evidențiază nivelul ridicat al notorietății în rândul specialiștilor cu ocupații intelectuale și nivelul scăzut de cunoaștere în rândul elevilor și studenților.

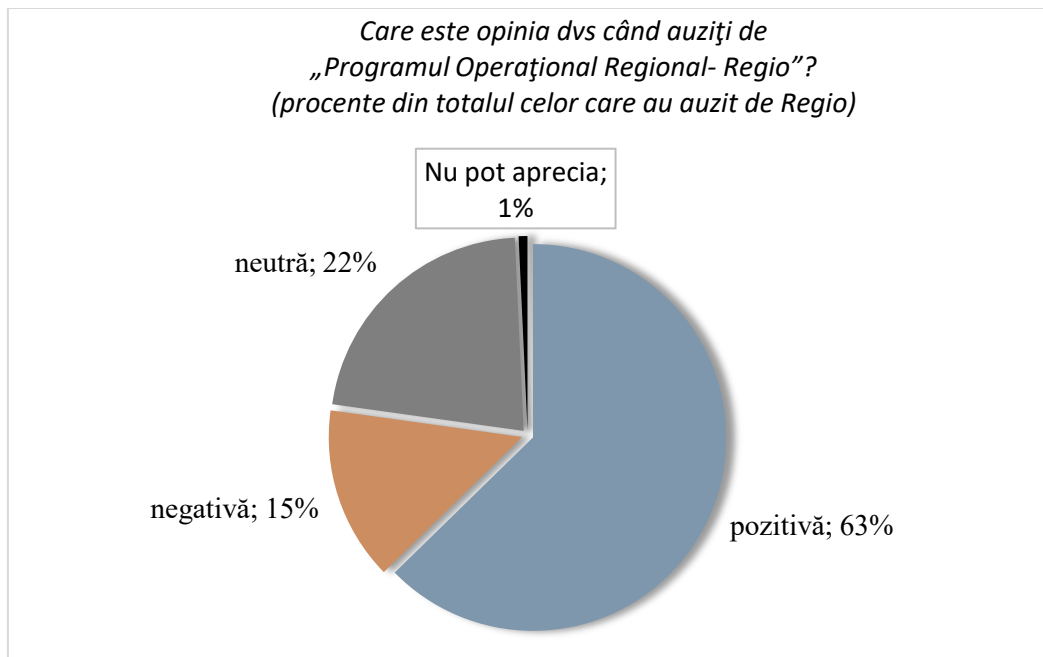
Inițiativă locală. Dezvoltare regională.



OPINIA REFERITOARE LA PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL

Opinia referitoare la Programul Operațional Regional a fost măsurată la nivelul întregului eșantion ca solicitare a unei reacții, pozitive sau negative la auzul sintagmei "Regio- Programul Operațional Regional".

Datele la nivelul întregului eșantion prezentate în graficul următor arată că aproximativ două treimi din persoanele care au auzit de Regio reacționează pozitiv la numele Programului Operațional. 15% dintre cei care au auzit de POR declară că au o opinie negativă în raport cu programul.



Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

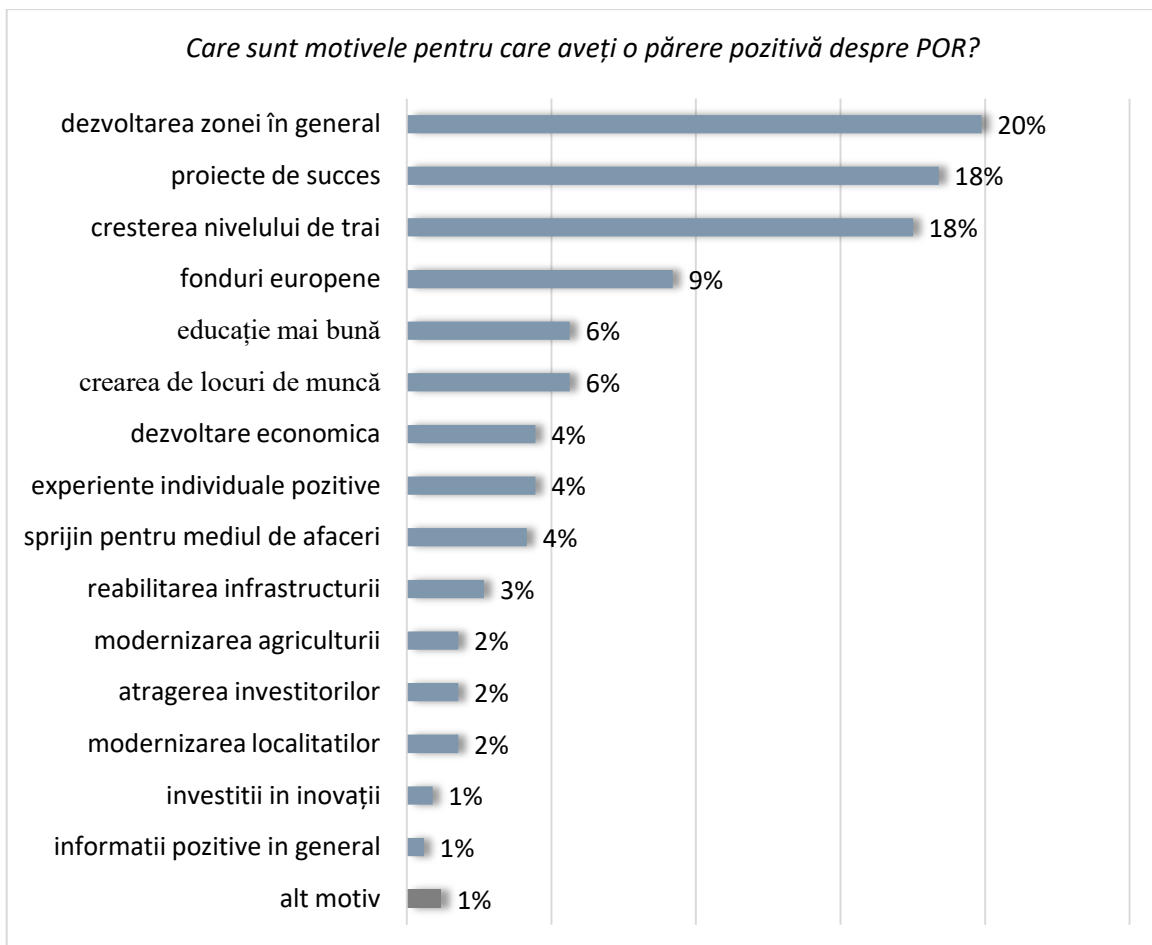
Participanților la sondajul de opinie li s-a solicitat să argumenteze opinia exprimată, argumente taxonomizate într-o serie de categorii ce cuprind majoritatea răspunsurilor exprimate.

Opiniile pozitive exprimate de către respondenți au fost argumentate prin următoarele categorii de afirmații: afirmații care vizează **dezvoltarea zonei în general**, de tipul "va fi mai bine pentru localitate", "va fi mai bine pentru regiune", "fondurile Regio au făcut multe pentru localitate", "fondurile Regio sunt bune la noi aici", "este binevenit pentru zona noastră pentru că ne aduce bunăstare", "este de folos comunității", "înseamnă progres pentru noi, aici, în localitate", "orașul poate va fi mai prosper", "pentru ca ne dezvoltă și pe noi și dezvoltă România", "sper că va dezvolta obiective necesare pentru zona noastră", "sunt bune pentru că zona este în dezvoltare" etc.; afirmații care vizează **proiecte de succes**, prezentate în general sau particularizate, de genul: "am văzut multe lucruri bune realizate prin Regio", "am văzut câteva construcții realizate cu bani europeni, deci se poate dezvolta și zona aceasta", "am văzut multe realizări", "am văzut renovată școala din Cuza Voda prin programul Regio", "am văzut realizate multe obiective necesare și utile", "se vor realiza mai multe lucruri decât până acum" etc.; afirmații care vizează **creșterea nivelului de trai**: "o să avem un nivel de trai mai ridicat", "Regio înseamnă condiții mai bune pentru oameni", "este bine pentru o viață mai bună", "cred că Regio duce la un trai mai bun", "Regio duce la un trai decent", "trai mai bun în comunitate", "trai mai bun pentru copiii noștri" etc.; afirmații care vizează faptul că Regio înseamnă **fonduri europene** atrase pentru România/ Regiune: "Regio aduce bani europeni și duce la dezvoltarea locală", "Regio aduce bani în țară, din zori și până în seară", "înseamnă atragere de fonduri europene", "sunt bani pe care altfel nu i-am putea obține", "fondurile europene sunt bune", "sunt bani europeni alocați pentru dezvoltarea României", "este un mod de a atrage bani pentru a reabilita obiectivele din țară" etc.; afirmații care vizează **îmbunătățirea educației**: "sunt bani pentru școli", "sunt bani pentru modernizarea școlilor", "bani pentru școli și grădinițe", "Regio înseamnă educație de un alt nivel", "învățământ modern și condiții de educație mai bune" etc.; afirmații care vizează **crearea de locuri de muncă**: "locuri de muncă pentru tineri", "crearea de locuri de muncă", "cu aceste programe poate vor fi mai multe locuri de muncă", "prin atragere de fonduri se vor crea mai multe locuri de muncă" etc.

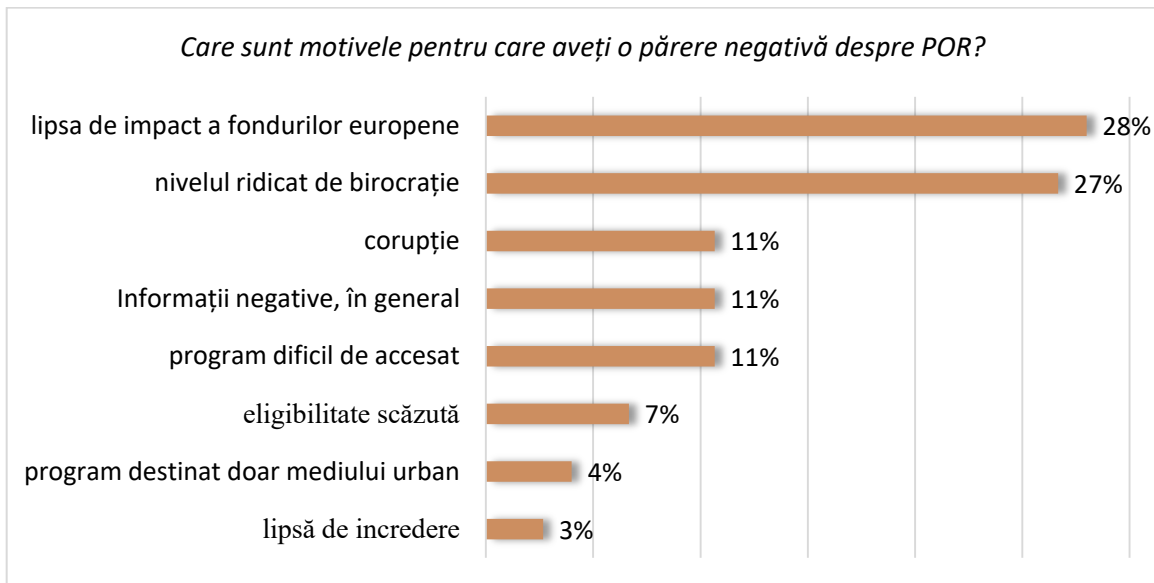
Alte categorii de argumente pentru susținerea opiniei pozitive despre Programul Operațional Regional au vizat: **dezvoltarea economică**: "Regio ajută la dezvoltarea economică în regiune", "dezvoltare în mai multe sectoare ale economiei". "Regio duce la dezvoltarea economică a țării", "este un program bun pentru dezvoltare economică", "este un program excelent, o adevărată oportunitate de lansare în dezvoltarea economică a regiunii" etc.; **experiențe personale pozitive**: "am accesat fonduri și sunt mulțumit", "am accesat fonduri europene, am depus un proiect și așteptăm finanțarea", "am feedback pozitiv, din experiență personală" etc.; **sprijin pentru mediul de afaceri**: "Regio ajută la dezvoltarea de mici afaceri", "este bun pentru dezvoltarea afacerilor", "este folositor Regio pentru micii afaceriști", "îți dă posibilitatea să îți dezvolți afacerea", "sprijină afacerile în domeniul serviciilor", "este un program care mai poate sălta un pic mediul de afaceri", "

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

se dezvoltă prin el sectorul întreprinderilor mici” etc.; **reabilitarea infrastructurii:** “se finanțează infrastructura locală și regională”, “Regio înseamnă drumuri mai bune”, “sunt investiții în infrastructura locală”, “ne ajută să avem drumuri mai bune și instalații mai moderne” etc.; **modernizarea agriculturii:** “bani pentru o agricultură modernă”, “dezvoltarea agriculturii”, “lucrez în domeniul agricol, am accesat fonduri europene, și toată dotarea o avem din bani europeni”, “sunt bani pentru agricultură performantă” etc.; **atragera investitorilor:** “Prin Regio crește numărul de investitori în oraș”, “dacă sunt bani vin și investitorii și zona se va dezvolta”, “sunt bani de investiții care atrag investiții”, “Regio este despre investiții europene”, “este un program util pentru investiții” etc.; **modernizarea localităților:** “Regio înseamnă modernizarea localității”, “poate se va moderniza și la noi în oraș”, “se mai modernizează prin localitate”, “aduce un aer occidental”; **investiții în inovații:** “este un program inovativ”, “este un program care investește în inovații”, “este un program care sprijină inteligența”; **informații pozitive în general:** “am auzit de bine despre Program”, “am auzit lucruri bune”, “e de bun augur”.



Inițiativă locală. Dezvoltare regională.



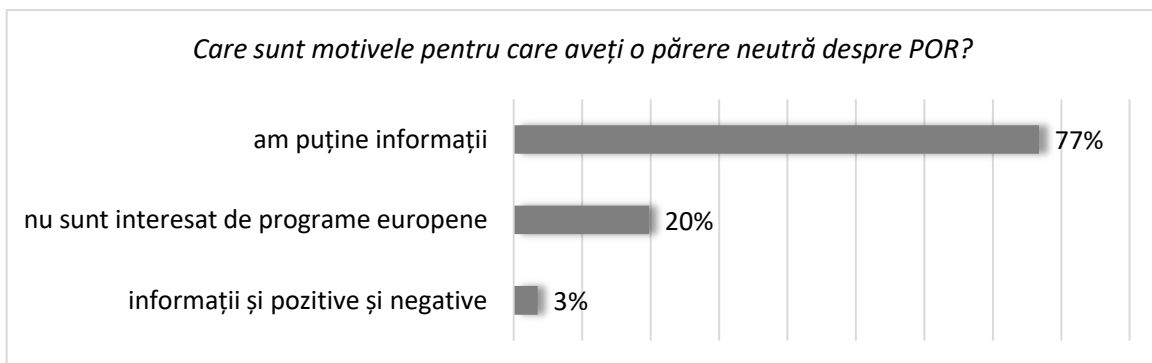
Argumentele care au justificat alegerea unei opinii mai degrabă negative au vizat: **lipsa de impact** a fondurilor europene în general, argumentație care utilizează de cele mai multe ori construcții și imagini mediatizate: *"am văzut lucrări de construcții, sau autostrăzi începute și încă nefinalizate din lipsa finanțării, sau nu mai sunt finanțate datorită lucrărilor prost făcute. Nu știu cauza și atunci nu mai vreau să știu de fonduri din astea"; "banii europeni nu sunt cheltuiți eficient în țara asta", "nu se fac investiții cu banii din aceste programe și populația țării are de suferit"; "este un program prea slab ca să se vadă ceva la nivel național", "nu s-a rezolvat cu bani europeni nimic din ceea ce s-a promis în campanie", "nu se văd rezultatele acestor programe europene în țara asta", "zona noastră este prea săracă, iar fondurile astea nu au cum să îi motiveze pe investitori", "la început s-au promis multe și apoi nu am văzut mai nimic" etc.; **nivelul ridicat al birocrației** la nivelul finanțărilor europene în general, sau în particular la nivelul Regio: *"se cer exagerat de multe documente, în multe exemplare și se cer documente inutile", "am avut o finanțare PHARE care m-a dezamăgit, se cere foarte multă documentație", "am făcut două proiecte pentru fonduri europene, și am cheltuit mulți bani pentru toate documentele care mi s-au cerut ca apoi să mi se spună ca am depășit vârsta necesară și nu mi se mai aprobă. Am o părere foarte proastă", "am încercat un proiect pentru finanțarea firmei mele, dar când am văzut câte hârtii mi se cer am renunțat", "este foarte complicat procedul de atragere a fondurilor. Te îngropi în hârtii", "sunt prea multe documente, birocrația este exagerată", "prea multă birocrație, prea multă bătaie de cap"; "Regio este un program foarte greu de accesat. Birocrație exagerată. Ghidul se schimbă frecvent și apar mereu noi reglementări. Trebuie să ai nervi tari dacă te apuci de așa ceva" etc.;**

Argumentul **corupției** utilizează, de asemenea, preluări din media, majoritatea cu caracter general: *"este corupție foarte mare, banii sunt folosiți în alte scopuri"; "este o hoție"; "este un furt în toată țara", "banii sunt furati, de aceea nu s-a terminat nimic", "am o părere proastă pentru că un om ca*

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

mine nu are acces la fonduri europene din cauza corupției și atunci nu mă mai interesează nimic de ele” etc.; **informațiile negative, în general:** “am o părere proastă despre banii ăștia care vin nemunciți”, “nu am auzit nimic bun despre programul acesta”, “fondurile care se obțin nu sunt fonduri adevărate”, “am o părere proastă pentru că nu sunt fonduri nerambursabile, le dăm înmii înapoi”, “nu sunt de nasul nostru, nu am o părere bună”, “am informații grele despre aceste fonduri”, “nu prea am încredere în acest program, n-am auzit lucruri prea bune”; **program dificil de accesat** în contextul unei dificultăți generale de atragere a fondurilor europene: “este complicat să atragi fonduri europene”, “e foarte complicat procedul de atragere a fondurilor”, “e greu de accesat un astfel de program de dezvoltare”, “fiind un program greu de accesat nu am cum să am o părere pozitivă”, “e prea complicat pentru noi”; **eligibilitatea scăzută** cuprinde o serie de justificări ce vizează faptul că fondurile europene, în general se adresează unui public restrâns: “nu sunt bani pentru oameni ca noi”, “nu este eligibil oricine”, “aceștia sunt bani pentru alții, nu pentru noi”, “e prea complicat pentru un om simplu să înțeleagă și să primească astfel de bani”; o categorie de argumente negative au vizat faptul că fondurile se adresează **doar mediului urban:** “în mediul rural nici vorbă de astfel de programe care să ridice nivelul de trai, sau să modernizeze comunele cât de cât. Sunt doar pentru orașe, parcă noi n-am fi tot oameni”, “la sat nu se preocupă nimeni pentru a pune pe picioare un așa program. Mergeți în țară și o să găsiți plăcuțe cu Regio numai la oraș”, “la țară nu prea sunt șanse să ajungă banii. Doar la oraș.”; lipsa de încredere este o categorie de argumente pentru opinia negativă, de asemenea de ordin general, invocată de cei care nu au putut justifica opinia defavorabilă prin niciunul din argumentele de mai sus: “nu am încredere în treaba asta”, “sunt dezamăgit”, “nu am încredere în politică și în banii ăștia”, “nu prea cred în fondurile astea europene”.

Categoriile de argumente pentru opinia neutră sunt următoarele:



Majoritatea respondenților care au avut o opinie neutră despre Programul Operațional Regional au invocat lipsa de informații necesare pentru a-și forma o opinie. Unul din cinci respondenți din această categorie a declarat că nu este interesat de fonduri europene, prin urmare refuză să primească informații, sau să se exprime în raport cu acestea, iar 3% dintre respondenții din această

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

categorie au declarat, generic că "au auzit și lucruri bune și lucruri rele despre Program" și nu au o opinie pozitivă sau negativă formată.

Distribuția pe categorii de gen arată o tendință mai mare a femeilor de a avea o opinie pozitivă despre POR, în comparație cu bărbații. Opinia neutră este distribuită relativ egal pentru cele două genuri.

Care este opinia Dvs. atunci când auziți de Regio?	Gen		Total
	masculin	feminin	
Opinie pozitivă	60%	66%	63%
Opinie negativă	16%	13%	15%
Opinie neutră	23%	21%	22%
Total	100%	100%	100%

Distribuția pe medii de rezidență arată că în mediul urban opinia față de POR Regio este mai favorabilă decât în mediul rural (structura justificată și de tipul de beneficiari ai Programului Operațional Regional)

Care este opinia Dvs. atunci când auziți de Regio?	Mediu de rezidență		Total
	Urban	rural	
Opinie pozitivă	72%	61%	63%
Opinie negativă	11%	16%	15%
Opinie neutră	17%	23%	22%
Total	100%	100%	100%

Analiza pe categorii de vârstă a opiniei despre Programul Operațional Regional arată o tendință de descreștere odată cu înaintarea în vârstă a opiniei pozitive, persoanele vârstnice fiind mai sensibile la campaniile mediatice cu tentă negativă.

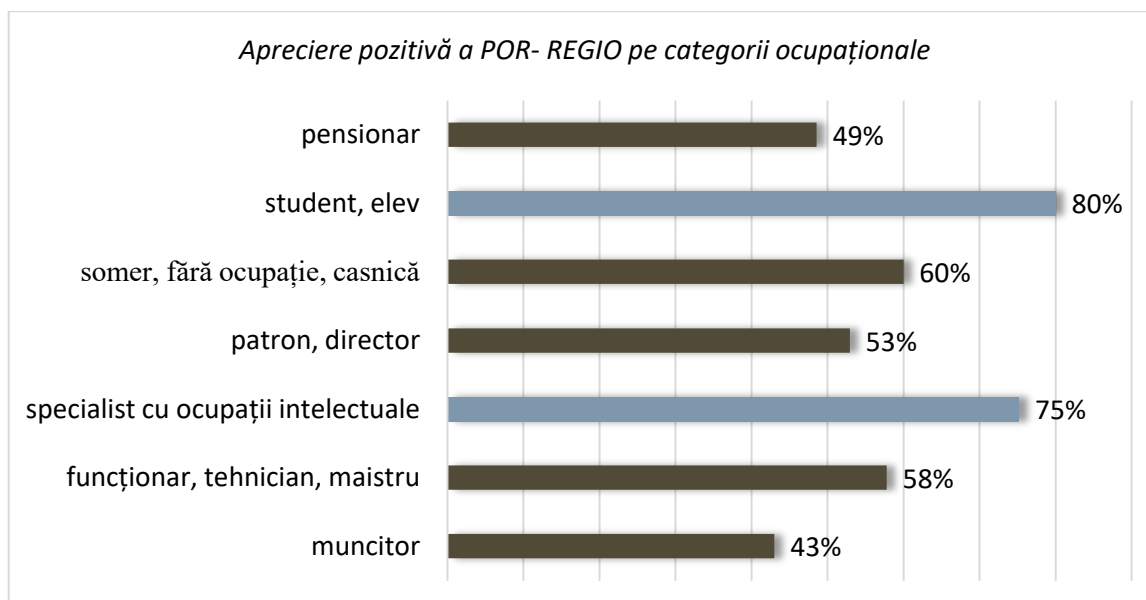
Care este opinia Dvs. atunci când auziți de Regio?	Categorii de vârstă					Total
	18-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-59 ani	60+ ani	
Opinie pozitivă	80%	68%	54%	66%	44%	63%
Opinie negativă	9%	10%	14%	13%	37%	15%
Opinie neutră	11%	22%	32%	21%	19%	22%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Distribuția pe categorii educaționale arată de asemenea o corelație directă între nivelul educației și opinia pozitivă în raport cu Regio. Astfel, la nivel elementar, peste 80% dintre respondenți au o opinie negativă, iar la nivel universitar, 70% dintre respondenți au o opinie pozitivă.

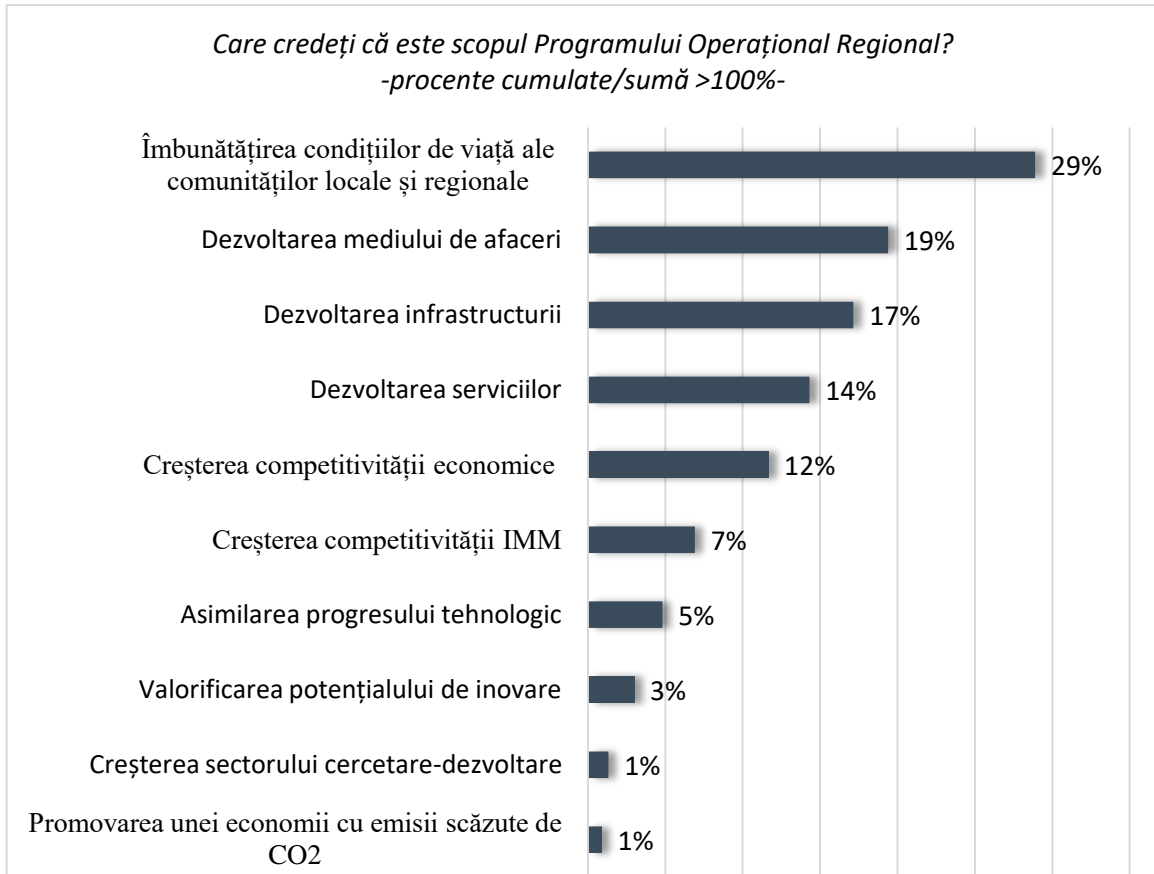
Care este opinia Dvs. atunci când auziți de Regio?	Categorii de educație						Total
	elementar	gimnazial	profesional	liceal	postliceal	universitar	
Opinie pozitivă	18%	49%	58%	62%	59%	70%	63%
Opinie negativă	82%	31%	26%	17%	22%	6%	15%
Opinie neutră	0%	20%	15%	21%	19%	24%	22%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Distribuția pe categorii ocupaționale a opiniei pozitive despre Programul Operațional Regional evidențiază două vârfuri de favorabilitate: la nivelul specialiștilor cu ocupații intelectuale (categorie care, așa cum am arătat anterior, deține și un nivel ridicat al notorietății) și la nivelul categoriei de elevi, studenți (unde nivelul notorietății este sub medie), categorie care ar putea să constituie "core targetul" unei campanii de comunicare în perioada următoare.



Setul de întrebări care au avut ca scop identificarea opiniei despre Programul Operațional Regional a inclus și o întrebare privind percepția scopului POR Regio. Respondenții au putut să aleagă dintr-o listă de variante, răspunsurile considerate potrivite pentru descrierea scopului Programului Operațional Regional. Ierarhia, la nivelul întregului eșantion este prezentată în graficul următor.

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

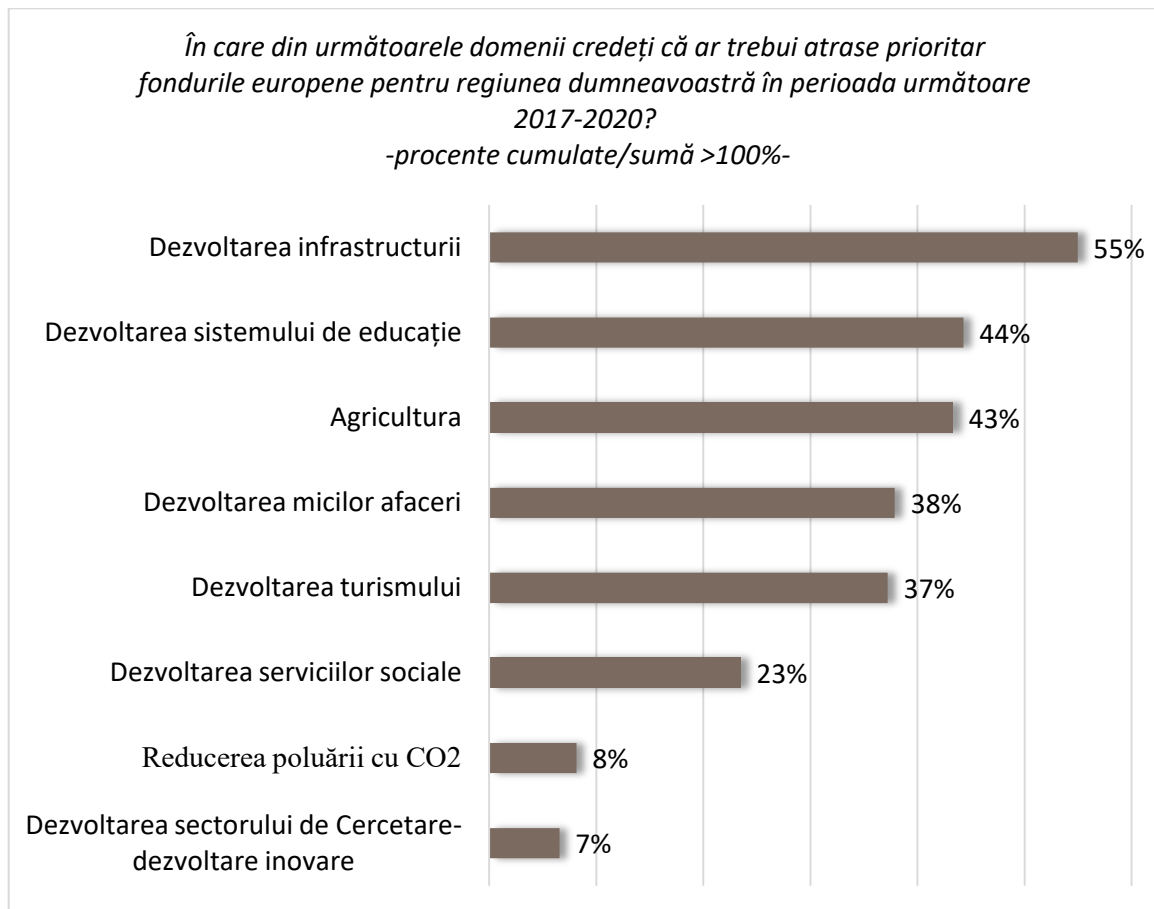


Principalele descrieri teleologie ale Programului Operațional Regional, în Regiunea Sud- Muntenia au în vedere: îmbunătățirea condițiilor de viață ale comunităților locale și regionale (selectată de aproximativ o treime dintre respondenți), dezvoltarea mediului de afaceri, dezvoltarea infrastructurii și serviciilor, creșterea competitivității economice. Această ierarhie arată că obiective precum: promovarea unei economii cu emisii scăzute de CO2, creșterea sectorului cercetare-dezvoltare, valorificarea potențialului de inovare, sau asimilarea progresului tehnologic sunt mai puțin cunoscute de către respondenți, aceste obiective presupunând și un nivel ridicat de cunoștințe generale despre problemele actuale la nivel european.

AȘTEPTĂRILE PRIVIND PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL 2014-2020

Identificarea așteptărilor privind Programul operațional regional pentru perioada de programare 2014-2020 s-a realizat cu ajutorul a doi itemi: primul care vizează așteptările populației referitoare la domeniile în care respondenții consideră că ar trebui atrase fondurile europene în perioada următoare (2017-2020) și un al doilea care are în vedere așteptările față de POR 2014-2020.

La nivel general, așteptările privind domeniile spre care ar trebui atrase prioritar fondurile europene în următorii trei ani sunt prezentate în graficul următor.



După cum se poate observa în grafic, dezvoltarea infrastructurii este domeniul spre care se îndreaptă așteptările majorității populației în ceea ce privește orientarea fondurilor europene. 55% dintre respondenți au ales acest domeniu ca fiind prioritar. Atragem atenția că prin infrastructură majoritatea respondenților a avut în vedere infrastructura de tip rutier. În fruntea clasamentului se află alte două domenii de mare interes: dezvoltarea sistemului de educație și agricultura. Din perspectiva axelor prioritare POR această ierarhie a așteptărilor poate fi doar parțial atinsă prin Programul Operațional Regional. Diferența între așteptările populației privind orientarea fondurilor și modul efectiv în care acestea sunt orientate prin diferite Programe Operaționale, poate genera la

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

nivelul populației o serie de opinii negative cu privire la eficiența unui program particular (efect de frustrare relativă) și poate genera dispersarea opiniei negative de la un Program Operațional la altul (efect de contagiune).

Distribuția pe caracteristici socio-demografice a așteptărilor privind domeniile în care ar trebui atrase prioritar fonduri europene la nivel regional în perioada următoare evidențiază aspectele marcate în tabelele următoare:

Domenii prioritare	Gen	
	masculin	feminin
Dezvoltarea infrastructurii	60%	50%
Agricultura	46%	41%
Dezvoltarea sistemului de educație	43%	46%
Dezvoltarea turismului	36%	39%
Dezvoltarea micilor afaceri	40%	36%
Dezvoltarea serviciilor sociale	25%	22%
Dezvoltarea sectorului de Cercetare-dezvoltare inovare	6%	7%
Reducerea poluării cu CO2	9%	7%
Total	100%	100%

Din punct de vedere al distribuției de gen așteptările sunt echilibrate, cu excepția dezvoltării infrastructurii, domeniu care întrunește într-o măsură semnificativ mai mare așteptările bărbaților în comparație cu femeile.

Domenii prioritare	Mediu de rezidență	
	Urban	rural
Dezvoltarea infrastructurii	56%	53%
Agricultura	39%	57%
Dezvoltarea sistemului de educație	46%	39%
Dezvoltarea turismului	38%	36%
Dezvoltarea micilor afaceri	40%	31%
Dezvoltarea serviciilor sociale	26%	15%
Dezvoltarea sectorului de Cercetare-dezvoltare inovare	8%	3%
Reducerea poluării cu CO2	9%	5%
Total	100%	100%

Din punct de vedere al mediului de rezidență, persoanele din mediul rural sunt mai interesate de domeniul agriculturii, iar persoanele din mediul urban, sunt mai interesate (în raport cu media eșantionului) de sistemul de educație, dezvoltarea micilor afaceri și dezvoltarea serviciilor sociale.

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Domenii prioritare	Categorii de vârstă				
	18-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-59 ani	60+ ani
Dezvoltarea infrastructurii	47%	58%	59%	58%	47%
Agricultura	38%	38%	42%	49%	50%
Dezvoltarea sistemului de educație	49%	45%	45%	46%	37%
Dezvoltarea turismului	31%	40%	39%	37%	36%
Dezvoltarea micilor afaceri	36%	40%	44%	35%	30%
Dezvoltarea serviciilor sociale	22%	23%	20%	29%	26%
Dezvoltarea sectorului de Cercetare-dezvoltare inovare	4%	7%	7%	6%	8%
Reducerea poluării cu CO2	7%	8%	10%	8%	7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Distribuția pe categorii de vârstă arată că persoanele tinere, până în 29 de ani sunt mai interesate de dezvoltarea sistemului de educație, persoanele mature, între 30- 49 de ani sunt mai interesate de dezvoltarea infrastructurii, a turismului și a micilor afaceri, persoanele între 50-59 ani sunt interesate de infrastructură, agricultură și dezvoltarea serviciilor sociale, agricultura fiind și domeniul de interes prioritar pentru persoanele peste 60 de ani.

Domenii prioritare	Categorii de educație					
	elementar	gimnazial	profesional	liceal	postliceal	universitar
Dezvoltarea infrastructurii	38%	39%	54%	55%	61%	61%
Agricultura	50%	63%	52%	40%	39%	43%
Dezvoltarea sistemului de educație	38%	43%	38%	43%	52%	55%
Dezvoltarea turismului	13%	20%	39%	39%	39%	37%
Dezvoltarea micilor afaceri	13%	26%	32%	42%	44%	32%
Dezvoltarea serviciilor sociale	25%	13%	25%	26%	24%	18%
Dezvoltarea sectorului de Cercetare-dezvoltare inovare	0%	6%	6%	7%	9%	5%
Reducerea poluării cu CO2	3%	9%	6%	8%	11%	8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

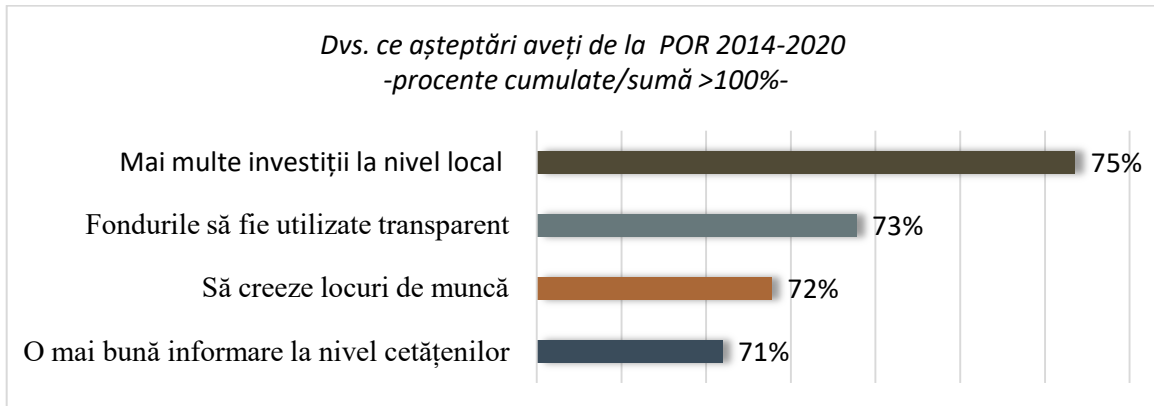
Distribuția pe categorii educaționale arată ca prioritizarea dezvoltării infrastructurii crește odată cu creșterea nivelului educațional, agricultura este un domeniu prioritar pentru categoriile educaționale inferioare, dezvoltarea sistemului de educație este un domeniu de interes pentru cei cu educație post liceală. Dezvoltarea turismului și a micilor afaceri sunt domenii de interes pentru segmentul median al ierarhiei educaționale.

Domenii prioritare	Categoriile ocupaționale						
	muncitor	funcționar, tehnician, maistru	specialist cu ocupații intelectuale	patron, director	șomer, fără ocupație, casnică	student, elev	pensionar
Dezvoltarea infrastructurii	59%	62%	65%	51%	38%	41%	48%
Agricultura	43%	35%	41%	44%	42%	28%	55%
Dezvoltarea sistemului de educație	39%	49%	58%	42%	53%	49%	38%
Dezvoltarea turismului	39%	41%	41%	47%	21%	38%	35%
Dezvoltarea micilor afaceri	45%	37%	36%	49%	33%	33%	27%
Dezvoltarea serviciilor sociale	27%	18%	23%	22%	21%	13%	26%
Dezvoltarea sectorului de Cercetare-dezvoltare inovare	7%	9%	8%	9%	5%	3%	5%
Reducerea poluării cu CO2	8%	7%	7%	13%	8%	15%	6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Din punct de vedere al ocupației, este semnificativ faptul că persoanele active se orientează, ca domeniu prioritar, spre dezvoltarea infrastructurii, pensionarii sunt majoritar preocupați de agricultură, sistemul de educație este un domeniu prioritar pentru specialiștii cu ocupații intelectuale și pentru persoanele inactice, muncitorii sunt orientați spre dezvoltarea serviciilor sociale și a micilor afaceri acest ultim domeniu preocupând semnificativ și mediu antreprenorial, alături de domeniul dezvoltării turismului.

Așteptările privind Programul Operațional Regional, pentru perioada 2014- 2020, la nivelul întregului eșantion, sunt evidențiate în graficul următor. Ele sunt slab diferențiate din punct de vedere statistic, peste 70% din populație alegând toate cele patru obiective POR pentru următoarea perioadă la nivel regional. După cum se poate observa în grafic, creșterea numărului de investiții la nivel local se situează pe primul loc în topul așteptărilor specifice, urmată de nevoia de transparență în utilizarea fondurilor.

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.



Analiza pe caracteristici socio-demografice, a așteptărilor specifice de la Programul Operațional Regional 2014-2020 evidențiază aspectele subliniate în tabelele următoare.

Așteptări POR 2014-2020	Gen	
	masculin	feminin
Să creeze locuri de muncă	72%	71%
Fondurile să fie utilizate transparent	75%	71%
O mai bună informare la nivel cetățenilor	72%	70%
Mai multe investiții la nivel local	77%	73%
Total	100%	100%

Din punct de vedere al distribuției de gen se remarcă faptul că așteptările privind transparența și creșterea investițiilor la nivel local, caracterizează în mai mare măsură bărbații în comparație cu femeile.

Așteptări POR 2014-2020	Mediu de rezidență	
	Urban	rural
Să creeze locuri de muncă	73%	70%
Fondurile să fie utilizate transparent	73%	71%
O mai bună informare la nivel cetățenilor	72%	68%
Mai multe investiții la nivel local	76%	72%
Total	100%	100%

Din perspectiva mediului de rezidență se remarcă faptul că așteptările privind creșterea nivelului de informare și creșterea nivelului de investiții la nivel local sunt așteptări mai accentuate în mediul urban decât în rural.

Distribuția pe categorii de vârstă evidențiază faptul că tinerii sunt semnificativ mai interesate de toate cele patru aspecte ale impactului POR în perioada 2014-2020, prin comparație cu restul eșantionului. De asemenea, categoria 40-49 ani (părinții cu copii majori sau aproape de vârsta

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

majoratului) sunt interesați semnificativ mai mult de crearea de locuri de muncă, transparență și informare, aceste ultime două aspecte fiind de interes major și pentru categoria de vârstă 30-39 ani.

Așteptări POR 2014-2020	Categorii de vârstă				
	18-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-59 ani	60+ ani
Să creeze locuri de muncă	74%	71%	77%	71%	60%
Fondurile să fie utilizate transparent	77%	75%	79%	70%	58%
O mai bună informare la nivel cetățenilor	73%	75%	76%	68%	60%
Mai multe investiții la nivel local	81%	76%	80%	74%	63%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Așteptări POR 2014-2020	Categorii de educație					
	elementar	gimnazial	profesional	liceal	postliceal	universitar
Să creeze locuri de muncă	63%	65%	61%	72%	84%	77%
Fondurile să fie utilizate transparent	63%	67%	59%	72%	82%	86%
O mai bună informare la nivel cetățenilor	63%	63%	57%	72%	81%	81%
Mai multe investiții la nivel local	63%	69%	66%	74%	85%	86%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

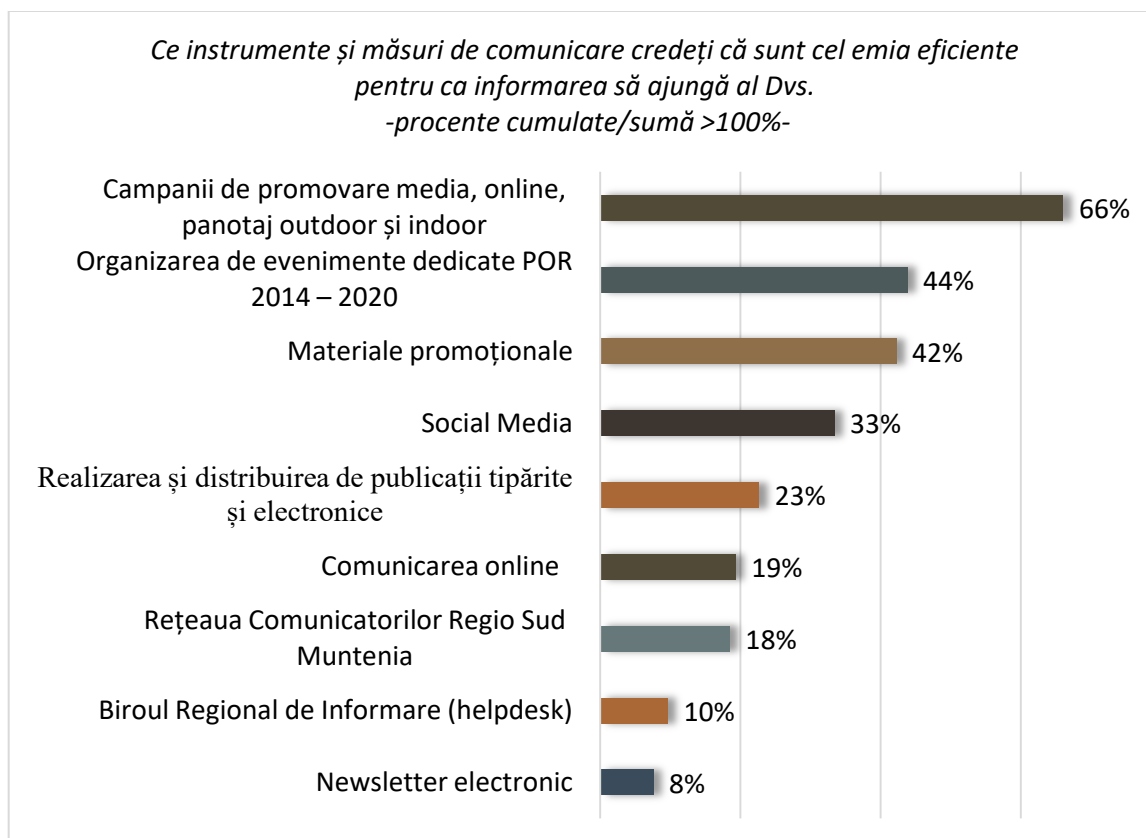
Din punct de vedere educațional, remarcăm faptul că persoanele cu educație peste medie (post liceal și universitar) sunt mai interesate decât restul eșantionului pe toate cele patru aspecte, ceea ce determină și diferențele pe categorii ocupaționale.

Așteptări POR 2014-2020	Categorii ocupaționale						
	muncitor	funcționar, tehnician, maistru	specialist cu ocupații intelectuale	patron, director	șomer, fără ocupație, casnică	student, elev	pensionar
Să creeze locuri de muncă	72%	76%	77%	65%	76%	74%	61%
Fondurile să fie utilizate transparent	73%	77%	84%	76%	75%	77%	58%
O mai bună informare la nivel cetățenilor	71%	71%	82%	73%	72%	79%	61%
Mai multe investiții la nivel local	75%	80%	85%	75%	77%	82%	63%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

IDENTIFICAREA MIJLOACELOR OPTIME DE COMUNICARE

Identificarea mijloacelor optime de comunicare s-a realizat prin solicitarea respondenților de a alege din lista mijloacelor posibile cele pe care le consideră a fi eficiente, în cazul fiecăruia, pentru ca informarea privind Programul Operațional Regional să ajungă la ei. În graficul următor prezentăm ierarhia la nivelul întregului eșantion.



După cum se poate observa principalul instrument de comunicare la nivelul publicului larg este promovarea în mass media, instrument ales de aproximativ două treimi din total eșantion. Acest instrument este urmat de unul clasic, care presupune participare directă la evenimente dedicate Programului Operațional Regional și de un instrument consacrat în marketing, respectiv distribuția de materiale promoționale. O treime dintre respondenți au ales comunicarea prin social media ca fiind instrumentul cel mai eficient.

Distribuția pe criterii de gen a instrumentelor considerate utile arată o diferență semnificativă doar în ceea ce privește organizarea de evenimente, mai agreate de bărbați decât de femei. Distribuția pe medii rezidențiale arată că mediul urban este mai preocupat de primele trei instrumente alese la nivel de eșantion. Tinerii sunt mai orientați spre comunicarea on line, persoanele între 30-39 ani (părinți cu copii mici) de spre evenimente destinate, iar materialele promoționale au un impact mai

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

mare la categoriile de vârstă peste 40 de ani. Din punct de vedere educațional remarcăm faptul că nivelele inferioare de educație nu identifică un instrument destinat.

Instrumente utile	Gen	
	masculin	feminin
Biroul Regional de Informare (helpdesk)	10%	9%
Organizarea de evenimente dedicate POR 2014 – 2020	48%	40%
Comunicarea online	19%	19%
Newsletter electronic	8%	7%
Campanii de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor	68%	65%
Realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice	23%	22%
Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia	18%	19%
Social Media	36%	31%
Total	100%	100%

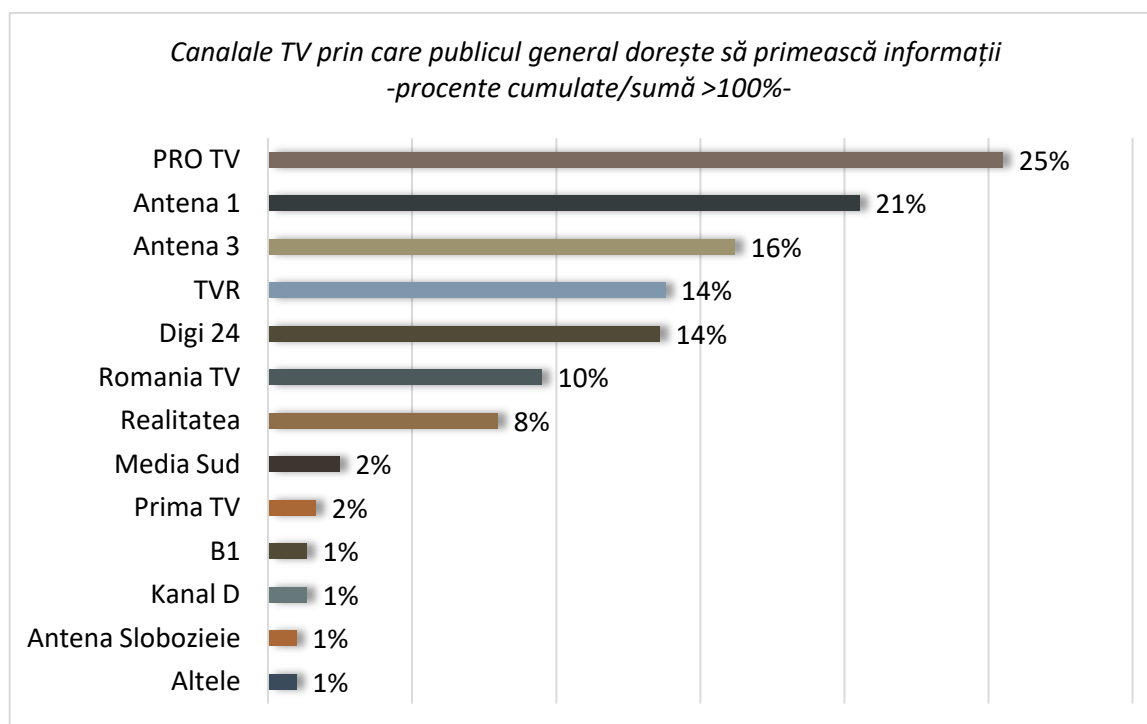
Instrumente utile	Mediu de rezidență	
	Urban	rural
Biroul Regional de Informare (helpdesk)	9%	11%
Organizarea de evenimente dedicate POR 2014 – 2020	45%	40%
Comunicarea online	19%	19%
Newsletter electronic	8%	8%
Campanii de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor	67%	63%
Realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice	22%	23%
Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia	20%	13%
Social Media	35%	28%
Materiale promoționale	41%	44%
Total	100%	100%

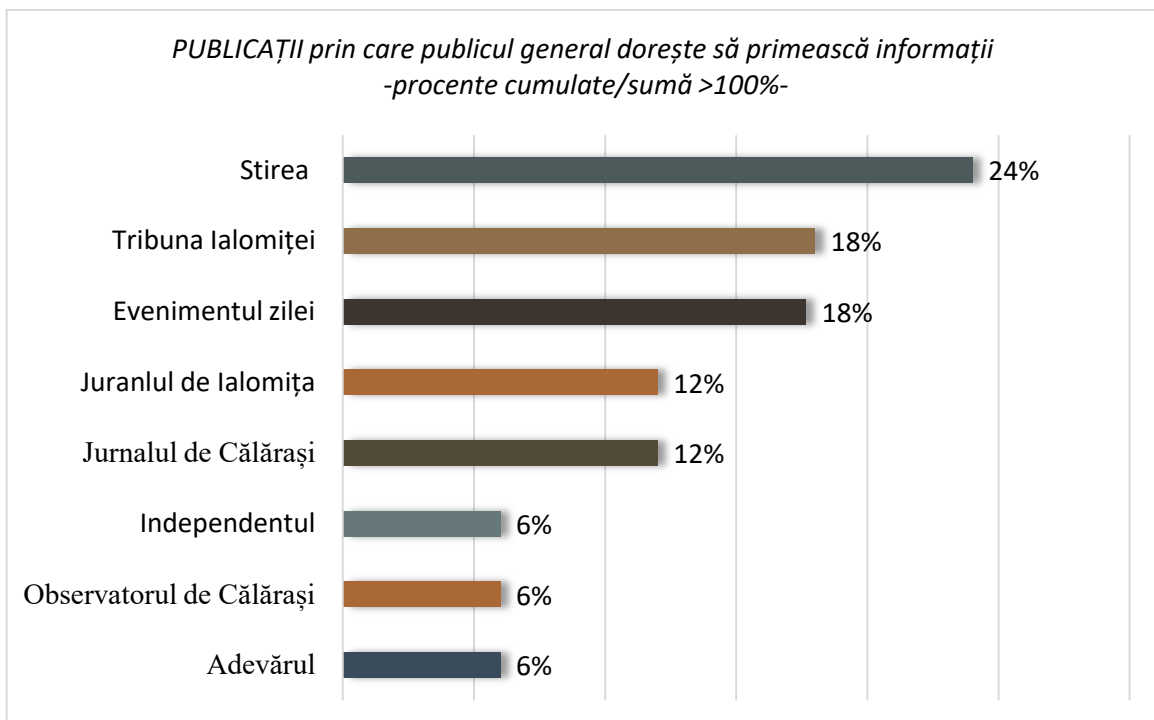
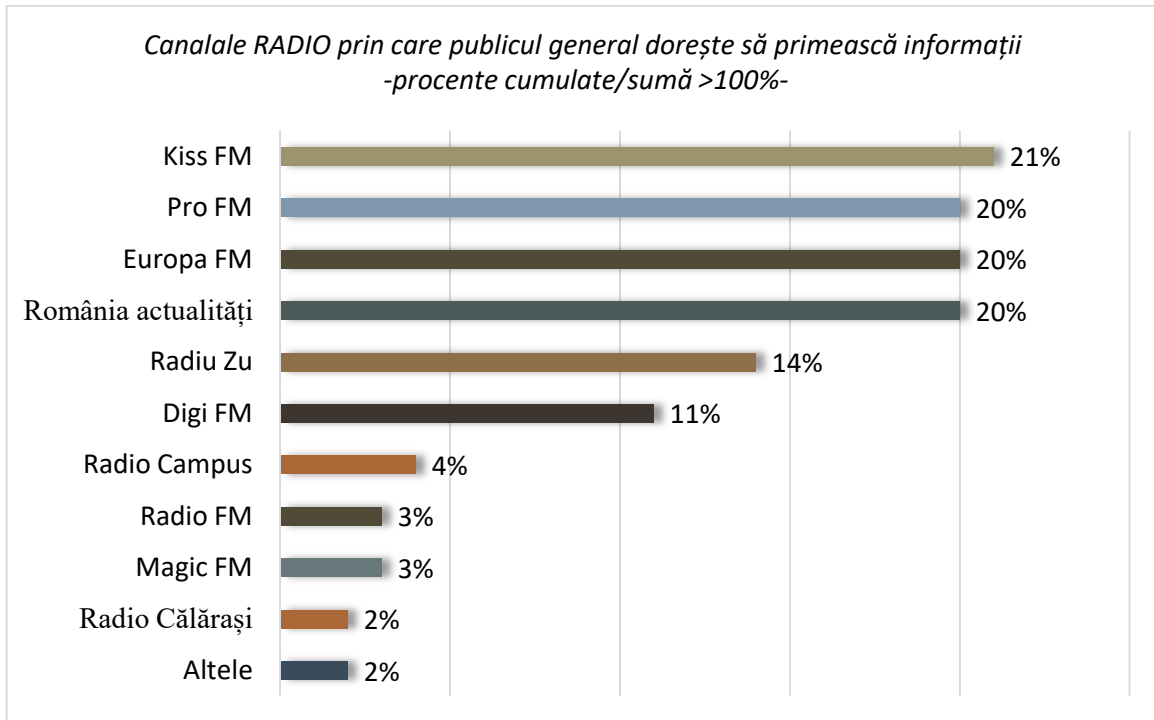
Instrumente utile	Categorii de vârstă				
	18-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-59 ani	60+ ani
Biroul Regional de Informare (helpdesk)	15%	13%	8%	6%	7%
Organizarea de evenimente dedicate POR 2014 – 2020	45%	49%	43%	45%	35%
Comunicarea online	29%	26%	20%	12%	11%
Newsletter electronic	11%	11%	7%	6%	3%
Campanii de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor	68%	66%	69%	68%	60%
Realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice	19%	26%	24%	24%	18%
Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia	19%	19%	19%	21%	12%
Social Media	30%	32%	35%	34%	35%
Materiale promoționale	35%	37%	46%	45%	47%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

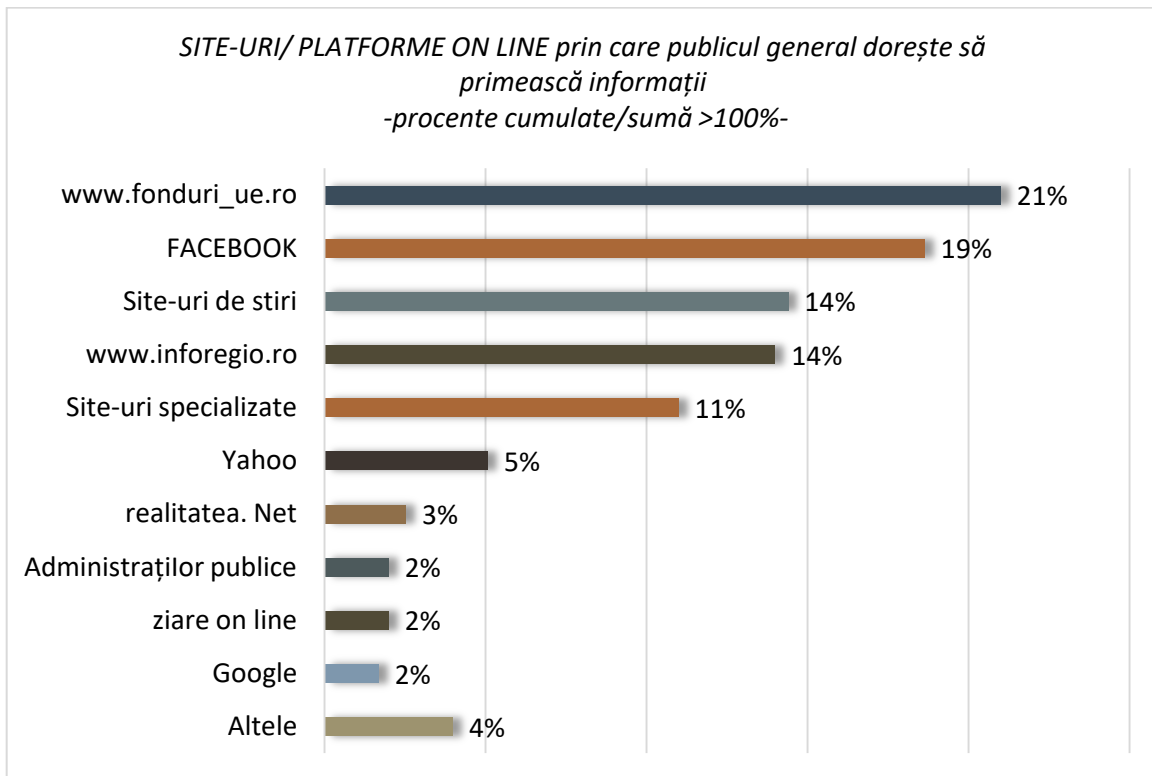
Instrumente utile	Categoriile de educație					
	elementar	gimnazial	profesional	liceal	postliceal	universitar
Biroul Regional de Informare (helpdesk)	0%	11%	11%	6%	8%	19%
Organizarea de evenimente dedicate POR 2014 – 2020	38%	33%	45%	47%	50%	36%
Comunicarea online	13%	17%	10%	15%	24%	42%
Newsletter electronic	13%	7%	6%	6%	8%	13%
Campanii de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor	50%	70%	67%	67%	70%	59%
Realizarea și distribuirea de publicații tipărite și electronice	13%	19%	25%	25%	24%	14%
Rețeaua Comunicatorilor Regio Sud Muntenia	13%	9%	20%	22%	18%	10%
Social Media	0%	24%	39%	37%	38%	21%
Materiale promoționale	38%	41%	54%	46%	35%	24%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Canalele TV preferate de către publicul general din Regiunea Sud- Muntenia sunt următoarele:





Inițiativă locală. Dezvoltare regională.



CONCLUZII

- Programul Operațional Regional înregistrează un nivel de notorietate de 49% din total răspunsuri valide reprezentă, ceea ce reprezintă o cotă de notorietate relativ ridicată, ținând seama de caracteristicile de comunicare pentru publicul larg pentru un Program Operațional. Notorietatea POR este mai mare în cazul persoanelor din mediul urban, cu studii superioare și ocupații intelectuale.
- Opinia față de Programul Operațional Regional este predominant pozitivă, argumentată prioritar prin efectele POR pentru dezvoltarea zonei, prin proiectele de succes implementate și impactul așteptat asupra creșterii nivelului de trai. Principalele aspecte negative evidențiate sunt preluate majoritar din media și țin de lipsa de vizibilitate a proiectelor și de nivelul ridicat de birocrație.
- Principalele obiective percepute ale Programului Operațional Regional, în Regiunea Sud-Muntenia vizează: îmbunătățirea condițiilor de viață ale comunităților locale și regionale (selectată de aproximativ o treime dintre respondenți), dezvoltarea mediului de afaceri, dezvoltarea infrastructurii și serviciilor, creșterea competitivității economice.
- Dezvoltarea infrastructurii este domeniul spre care se îndreaptă așteptările majorității populației în ceea ce privește orientarea fondurilor europene. 55% dintre respondenți au ales acest domeniu ca fiind prioritar. Creșterea numărului de investiții la nivel local se

Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

situează pe primul loc în topul așteptărilor specifice față de POR 2014-2020, urmată de nevoia de transparență în utilizarea fondurilor.

- Principalul instrument de comunicare la nivelul publicului larg este mass-media, instrument ales de aproximativ două treimi din total eșantion. Acest instrument este urmat de unul clasic, care presupune participare directă la evenimente dedicate Programului Operațional Regional și de un instrument consacrat în marketing, respectiv distribuția de materiale promoționale.