

Agenția pentru Dezvoltare Regională Sud Muntenia

PLANUL DE COMUNICARE AL PROGRAMULUI OPERAȚIONAL REGIONAL (REGIO) 2014 - 2020

Martie 2016

SUD MUNTENIA
Agenția pentru Dezvoltare Regională



Inițiativă locală. Dezvoltare regională

Cuprins

I. INTRODUCERE.....	3
II. EXPERIENȚA ADR SUD MUNTENIA ÎN PERIOADA 2007 - 2015: concluzii ale studiilor de evaluare a măsurilor de informare și publicitatePOR	5
III. CADRUL INSTITUȚIONAL ȘI LEGISLATIV.....	8
IV. PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL 2014 - 2020	9
IV.1 Scurtă descriere	9
IV.2 Axele prioritare ale POR 2014 - 2020	10
V. OBIECTIVELE DE COMUNICARE.....	12
VII. TEME DE COMUNICARE ȘI MESAJE.....	14
VIII. IDENTITATE VIZUALĂ	15
IX. PLANUL DE ACȚIUNI DE INFORMARE ȘI COMUNICARE	16
X. DESCRIEREA INSTRUMENTELOR DE COMUNICARE.....	17
X.4 Biroul de informare (helpdesk).....	19
X.5 Activități destinate jurnaliștilor și relațiilor cu presa.....	20
X.6 Publicații.....	20
X.7 Campanii în mass-media	21
X.8 Rețeaua comunicatorilor Regio Sud Muntenia	21
X.9 Comunicarea internă	22
XI. BUGET.....	22
XII. EVALUARE ACȚIUNILOR DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE.....	22
XII.1 Modalități de evaluare	22
XII.2. Indicatori de rezultat (minimali)	24
XIII. RESPONSABILITĂȚI.....	25

I. INTRODUCERE

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

Viziunea ADR Sud Muntenia

Vom fi vârful de lance al Regiunii Sud Muntenia, o zonă prosperă, cu o puternică identitate în România și în Europa, în care vor trăi demn cei peste 3,2 milioane de locuitori ai săi

Misiunea ADR Sud Muntenia

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

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

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

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

VALORILE ADR Sud Muntenia

- Dorim să atingem **exelență** în tot ceea ce facem!
- Credem că mereu avem ceva de învățat și că **învățarea** este un proces continuu!
- Împărtășim aceleași scopuri și valori și lucrăm în **echipă**!
- Ne **respectăm** unul pe celălalt!
- Ne dedicăm cu **entuziasm** misiunii noastre!
- Ne comportăm întotdeauna cu **integritate, verticalitate și cinste**!

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

Agenția are aproximativ 130 de angajați și își desfășoară activitatea în toate cele șapte județe componente ale Regiunii (**Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova și Teleorman**). Sediul central al Agenției se află în Municipiul Călărași, iar în celelalte șase județe, Agenția este reprezentată de câte un Birou județean, unde își desfășoară activitatea câte doi, trei sau patru angajați.

Domeniul de activitate al ADR Sud Muntenia:

- ❑ Organism Intermediar pentru Programul Operațional Regional 2014 - 2020;
- ❑ Administrare portofoliu de programe și proiecte;
- ❑ Asigurarea secretariatului Consiliului pentru Dezvoltare Regională Sud Muntenia;
- ❑ Dezvoltare instituțională;
- ❑ Promovarea regiunii și a Agenției;
- ❑ Programare și planificare regională;

- ❑ Dezvoltarea parteneriatelor locale;
- ❑ Administrare zone defavorizate.

Servicii oferite de ADR Sud Muntenia:

- ❑ Consultanță și sprijin pentru solicitarea de finanțări alocate din Programul Operațional Regional 2014 - 2020;
- ❑ Sprijin în managementul proiectelor finanțate de Programul Operațional Regional;
- ❑ Consiliere pentru ONG-uri;
- ❑ Identificarea oportunităților de finanțare;
- ❑ Consiliere și sprijin în investiții;
- ❑ Intermedierea de parteneriate;
- ❑ Reprezentare regională;
- ❑ Punct de contact pentru donatori;
- ❑ Furnizor de formare profesională a adulților.

Agenția este principala organizație de nivel regional care are responsabilitatea și autoritatea elaborării strategiei și implementării politicilor de dezvoltare regionale. Pentru îndeplinirea atribuțiilor sale, Agenția colaborează cu autorități ale administrației publice centrale și locale, instituții, organisme, societăți comerciale, institute de cercetare, universități și alte persoane juridice și fizice din țară și străinătate interesate în dezvoltarea economică, socială și culturală a regiunii de dezvoltare Sud Muntenia.

Contact ADR Sud Muntenia

Adresă: Str. General Constantin Pantazi, nr. 7 A, cod 910164, mun. Călărași, jud. Călărași
 Tel.: 0242/331.769; 0728/026.708
 Fax: 0242/313.167
 E-mail: office@adrmuntenia.ro
 Website: www.adrmuntenia.ro



www.facebook.com/adrsudmuntenia



twitter.com/ADRSudMuntenia



www.youtube.com/user/ADRSudMuntenia



www.pinterest.com/adrm

Viziunea ADR Sud Muntenia/Organism Intermediar pentru Programul Operațional Regional în Sud Muntenia în domeniul comunicării:

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

Mandatul nostru de comunicare constă în:

- implementarea măsurilor de informare și publicitate la nivelul regiunii Sud Muntenia, ce pot asigura o bună cunoaștere, în rândul grupurilor țintă, a sprijinului oferit de POR, precum și despre contribuția Uniunii Europene la dezvoltarea regiunii noastre;
- asigurarea transparenței utilizării fondurilor alocate din Programul Operațional Regional 2014 - 2020;
- creșterea nivelului de accesibilitate a serviciilor ADR SM/OI în regiunea Sud Muntenia.

Principiile potrivit cărora ne desfășurăm activitatea de comunicare sunt:

- ✓ **Transparență** - capacitatea de a furniza, în timp optim, informația corectă și obiectivă privind activitățile noastre;
- ✓ **Flexibilitate** - capacitatea de a ne adapta rapid la semnalele venite din mediul extern;

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

II. EXPERIENȚA ADR SUD MUNTENIA ÎN PERIOADA 2007 - 2015: concluzii ale studiilor de evaluare a măsurilor de informare și publicitate POR

Din studiile de evaluare realizate de AM POR în perioada 2012 - 2015, pe fiecare categorie de grup țintă de la nivelul celor opt regiuni de dezvoltare, a rezultat o serie de concluzii de care trebuie să țină seama actuala strategie de comunicare pentru Programul Operațional Regional 2014 - 2020.

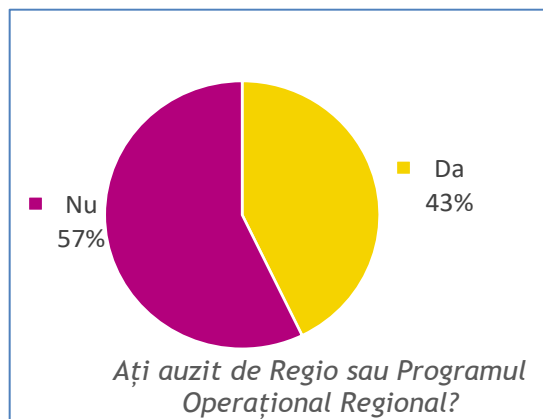
La nivelul publicului general, Regio a beneficiat de o notorietate ridicată - 43% din publicul general a auzit de Regio (iunie 2015).

Conform sondajului desfășurat de AM POR pentru evaluarea măsurilor de informare și publicitate asupra publicului general din Sud Muntenia, pe un eșantion de 493 de persoane, în perioada mai - iunie 2015, la nivelul regiunii noastre, 39% dintre respondenți au afirmat că au auzit despre Regio.

În cele ce urmează prezentăm câteva concluzii relevante din evaluarea măsurilor de informare și publicitate realizate în Sud Muntenia, conform sondajelor AM POR din perioada 2014 - 2015, la care a participat un număr de aproximativ 490 de persoane, având o marjă de eroare admisă de $\pm 4,5\%$.

• Pentru publicul general din Sud Muntenia:

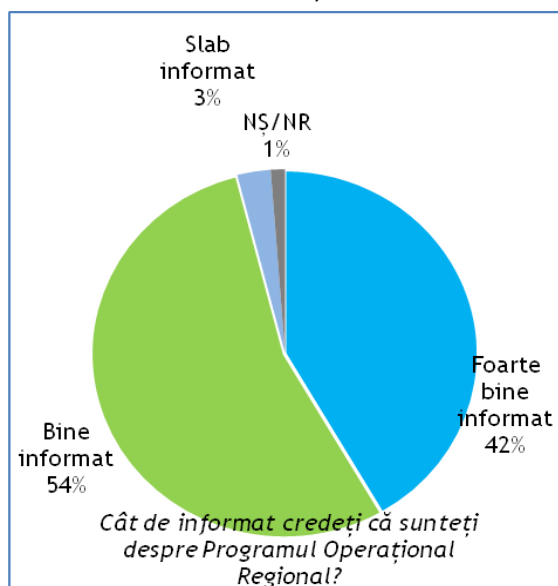
- ✓ 39% din publicul general a auzit de Regio - Programul Operațional Regional;
- ✓ 35% dintre respondenți sunt interesați, iar 12% sunt foarte interesați în legătură cu Regio;
- ✓ Principalele canale de informare cu privire la Regio 2014 - 2020 pe care le-ar prefera persoanele intervievate de la nivelul regiunii Sud Muntenia sunt televiziunea - 95% și radio - 69%. Cu toate acestea, există și alte modalități de comunicare pe care le menționează persoanele intervievate: pliantele sau broșurile ar fi la îndemână pentru 2% dintre aceștia, în timp ce pentru 11% au fost vizibile panourile stradale, iar pentru 7% util a fost internetul pentru informarea despre programul Regio.
- ✓ Din totalul persoanelor intervievate în Sud Muntenia, 31% consideră că, prin proiectele POR 2014 - 2020, s-ar îmbunătăți starea spitalelor din România. De asemenea, o proporție semnificativă, de 41%, consideră că s-ar observa îmbunătățiri în ceea ce privește drumurile asfaltate din țară. În plus, în viziunea a 33% dintre persoanele intervievate, ar urma să se îmbunătățească rețelele de apă și de canalizare;
- ✓ Regio se bucură de un nivel ridicat de încredere în rândul populației: cumulativ, 33% dintre intervievați spun că au multă sau foarte multă încredere în acest program, în timp ce 44% tind să aibă mai degrabă puțină încredere;
- ✓ 22% dintre respondenți au declarat că au cunoștință de proiecte Regio care au contribuit la îmbunătățirea semnificativă a comunității în care trăiesc, iar 85% doresc să fie implementate pe noul POR 2014 - 2020 proiecte care să contribuie la dezvoltarea comunității lor;
- ✓ Diferențe semnificative din punct de vedere statistic sunt semnalate în raportul de evaluare a măsurilor de informare și publicitate POR la nivel național în ceea ce privește vârsta respondenților, cu o preferință clară a respondenților din categoriile 18 - 25 de ani și 26 - 35 ani pentru consultarea paginilor de internet și cu o exclusivitate a categoriilor din intervalul 26 - 55 de ani în ceea ce privește contactarea firmelor de consultanță. Statusul social oferă și el diferențe semnificative între respondenți, din analiza realizată la nivel național. Astfel, contactarea firmelor de consultanță este menționată ca sursă de informare doar de



persoanele cu status ridicat și mediu - ridicat (A și B), iar cei din categoria A - top având o preferință clară pentru consultarea paginilor de internet;

- ✓ În ceea ce privește așteptările pentru viitorul program Regio, publicul general dorește informații mai concrete, explicarea mai clară a domeniilor de care se ocupă. Astfel, este remarcat în raportul de evaluare AM POR un interes crescut pentru emisiuni și dezbateri.

• Pentru autorități publice locale



- ✓ Gradul de informare și de interes în rândul beneficiarilor finanțărilor Regio de tip autorități publice locale sunt foarte ridicate (peste 90% dintre persoanele intervievate la nivel național se declară informate și o proporție ușor mai ridicată se declară interesate de acest program).
- ✓ Gradul de informare despre Regio este ușor mai crescut în rândul subiecților de tip APL (autorități publice locale), cum de altfel este și interesul pentru acest program (99%);
- ✓ Încrederea în Regio este ridicată, 91% dintre respondenții APL declarând că au încredere că acest program va asigura dezvoltarea regiunilor României;

- ✓ Toate sursele de informare cuprinse în chestionar au fost utilizate în proporție ridicată de către persoanele intervievate, cu precădere site-ul www.inforegio.ro, informațiile primite prin e-mail, telefon sau fax, precum și materialele de informare tipărite;
- ✓ În general, părerea respondenților privind activitățile de informare privind POR în relația cu autoritățile locale este foarte bună sau bună. Astfel, utilitatea, corectitudinea, transparența, modul de prezentare a informațiilor, precum și accesul utilizatorului la acestea sunt evaluate profund pozitiv.

• Pentru beneficiari privați, ONG - beneficiari direcți:

- ✓ Principalele surse de informare pe care beneficiarii de la nivel național le utilizează și cele care se bucură de cea mai mare încredere sunt cele oficiale (POR, ADR, MDRAP), accesate cel mai frecvent online (site-uri, e-mail);
- ✓ Publicațiile sau mass-media, precum și social media sunt utilizate de către persoanele intervievate drept sursă de informare în măsură foarte scăzută;
- ✓ Constituirea unor baze de date cu beneficiari și comunicarea ținută a informațiilor relevante pentru aceștia;
- ✓ Organizarea mai multor întâlniri cu beneficiari sau cu potențiali beneficiari, în scopul comunicării unor informații relevante (cu precădere înainte de deschiderea unor noi linii de finanțare sau atunci când apar modificări);
- ✓ Actualizarea promptă și unitară a tuturor surselor de informare oficiale;
- ✓ Anunțarea din timp a noilor oportunități de finanțare, precum și a condițiilor de eligibilitate și a altor informații esențiale pentru realizarea unui proiect;
- ✓ Utilizarea unui limbaj mai accesibil, mai puțin specializat în comunicarea adresată potențialilor beneficiari sau publicului larg;
- ✓ Identitatea vizuală a POR este considerată potrivită, iar regulile de respectare a acesteia nu au ridicat probleme, o proporție foarte redusă a respondenților considerând că ar trebui schimbate anumite elemente în acest sens (site-ul www.inforegio.ro sau sloganul);

- ✓ Informațiile pe care intervievații le consideră drept cele mai de interes pentru ei personal în informările viitoare cu privire la Regio sunt cele legate de tipurile de proiecte ce pot obține finanțări prin intermediul acestui program, precum și cele privind modul în care poate fi obținută o finanțare, respectiv privind eligibilitatea beneficiarilor;

- **Pentru jurnaliști**

- ✓ canalele care sunt cele mai eficiente în comunicarea cu jurnaliștii sunt cele online (mai ales e-mail, dar și site-uri și mai puțin social media) sau față în față (conferințe de presă, ateliere de lucru, training-uri sau alte evenimente organizate în scopul informării);
- ✓ crearea unei legături mai strânse între comunicatorii ADR sau MDRAP și reprezentanții mass-media;
- ✓ informații mai multe despre subiectele abordate de comunicatori, dar care să fie prezentate într-un limbaj accesibil și într-o manieră cât se poate de sintetică;

- **Eurobarometru**

Pentru informații și studii actualizate realizate de Comisia Europeană cu privire la percepția publicului general despre chestiuni legate de Uniunea Europeană consultați studiile efectuate la nivel european, accesând următorul link: http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.html.

Punctele tari ale implementării Planului de comunicare POR 2007 - 2013:

- Gradul ridicat de informare a grupurilor țintă;
- Gradul de interes ridicat al grupurilor țintă;
- Buna funcționare a rețelei de comunicatori;
- Utilizarea Internetului ca primă sursă de informare;
- Rolul crescut al ADR în informarea la nivel local;
- Utilitatea publicațiilor Regio;
- Succesul campaniilor media;
- Creșterea numărului de beneficiari Regio și, implicit, a gradului de absorbție a fondurilor Regio;
- Consolidarea brandului Regio;
- Existența unor resurse financiare suficiente pentru atingerea obiectivelor de informare.

Puncte slabe ale implementării Planului de comunicare Regio 2007 - 2013:

- Suprapunerea unor acțiuni de comunicare la nivel național și regional;
- Limbajul mult prea tehnic utilizat în relația cu beneficiarii și cu jurnaliștii;
- Decalarea sau desincronizarea acțiunilor de comunicare din cauza achizițiilor publice;
- Relația deficitară a comunicatorilor Regio cu jurnaliștii;
- Lipsa unei evaluări periodice sau constante a impactului activităților de comunicare Regio la nivel regional și local;
- Numărul redus al vizitelor de lucru al potențialilor multiplicatori de informație la fața locului sau acolo unde sunt implementate proiectele Regio;
- Numărul redus al vizitelor de schimb de experiență a comunicatorilor Regio în UE.

III. CADRUL INSTITUȚIONAL ȘI LEGISLATIV

III.1 Cadrul instituțional

Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Regional este Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, care are responsabilitatea gestionării activităților de informare și publicitate cuprinse în Planul de comunicare a POR 2014 - 2020.

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

În vederea atingerii obiectivelor înscrise în Planul de comunicare pentru POR 2014 - 2020, în cadrul ADR Sud Muntenia există Serviciul Comunicare, care gestionează toate activitățile de comunicare. Acest serviciu va coordona și implementa activitățile privind informarea și publicitatea pentru POR 2014 - 2020.

Activitățile finanțate în cadrul Planului de Comunicare vor avea drept unic scop promovarea instrumentelor structurale. Nicio altă activitate de comunicare nu va fi considerată eligibilă.

Cu cât numărul organismelor și entităților implicate în rețeaua de comunicare/ informare este mai mare, cu atât mai corect și mai prompt informații vor fi cei care au nevoie de informații relevante. În acest scop, a fost introdusă o măsură specială în Planul de comunicare, „*Rețeaua de informare*” (vezi secțiunea X.8 Rețeaua comunicatorilor Regio Sud Muntenia).

III.2 Cadrul legislativ

III.2.1 Cadrul legislativ european

Planul de comunicare a fost conceput în conformitate cu următoarele regulamente și documente:

- ✓ Regulamentul (UE) nr. 1303/2013 al Parlamentului și al Consiliului European din 17 decembrie 2013, de stabilire a unor dispoziții comune privind Fondul European de Dezvoltare Regională, Fondul Social European, Fondul de Coeziune, Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală și Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime, precum și de stabilire a unor dispoziții generale privind Fondul European de Dezvoltare Regională, Fondul Social European, Fondul de Coeziune și Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 1083/2006 al Consiliului;
- ✓ http://ec.europa.eu/europe2020/index_ro.html;
- ✓ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0320:0469:RO:PDF>;
- ✓ http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/beneficiaries/index.cfm?LAN=RO&lang=ro;

III.2.2 Cadrul legislativ național

- ✓ Legea nr. 315/28 iunie 2004, privind dezvoltarea regională în România;
- ✓ HG nr. 1/2013 privind organizarea și funcționarea Ministerului Dezvoltării Regionale și Administrației Publice;
- ✓ HG nr. 457/2008, privind stabilirea cadrului instituțional pentru coordonarea, implementarea și gestionarea instrumentelor structurale, cu modificările și completările ulterioare;
- ✓ HG nr. 764/2007, privind aprobarea constituirii Comitetelor Regionale de Evaluare Strategică și Corelare și a Regulamentului cadru de organizare și funcționare al acestora, cu modificările și completările ulterioare (HG nr. 1383/04.11.2008);
- ✓ HG nr. 759/2007, privind regulile de eligibilitate a cheltuielilor efectuate în cadrul

operațiunilor finanțate prin programele operaționale, cu completările și modificările ulterioare;

- ✓ OUG nr. 64/2009, privind gestionarea financiară a instrumentelor structurale și utilizarea acestora pentru obiectivul convergență;
- ✓ Hotărârea nr. 218/2012, pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor OUG nr. 64/2009, privind gestionarea financiară a instrumentelor structurale și utilizarea acestora pentru obiectivul convergență;
- ✓ Legea nr. 544/2001, privind liberul acces la informațiile de interes public, cu modificările și completările ulterioare;
- ✓ Legea nr. 554/2004 a contenciosului administrativ, cu modificările și completările ulterioare;
- ✓ Legea nr. 500/2002, privind finanțele publice, cu modificările și completările ulterioare;
- ✓ Ordonanța Guvernului nr. 27/2002, actualizată privind reglementarea activității de soluționare a petițiilor;
- ✓ Acordul Cadru de Implementare a POR 2014 - 2020 semnat de ADR Sud Muntenia, în calitate de Organism Intermediar, cu Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, în calitate de Autoritate de Management pentru POR.

IV. PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL 2014 - 2020

IV.1 Scurtă descriere

Obiectivul major al Programului Operațional Regional 2014 - 2020 este:

Creșterea competitivității economice și îmbunătățirea condițiilor de viață ale comunităților locale și regionale prin sprijinirea dezvoltării mediului de afaceri, a condițiilor infrastructurale și a serviciilor, care să asigure o dezvoltare sustenabilă a regiunilor, capabile să gestioneze în mod eficient resursele, să valorifice potențialul lor de inovare și de asimilare a progresului tehnologic.

Acest obiectiv se corelează cu obiectivul european privind creșterea competitivității regiunilor și promovarea echității sociale.

Obiectivul general al POR va fi realizat prin **obiectivele specifice**, formulate astfel:

- ✓ Crearea și dezvoltarea entităților de inovare și transfer tehnologic, în vederea creșterii capacității acestora de a realiza servicii tehnologice specifice pentru a stimula inițiativele inovative, susținerea și dezvoltarea întreprinderilor inovative;
- ✓ Sprijinirea dezvoltării firmelor, în vederea creșterii competitivității economiilor regionale și creării de locuri de muncă;
- ✓ Îmbunătățirea eficienței energetice în clădirile publice;
- ✓ Creșterea rolului economic și social al orașelor;
- ✓ Valorificarea economică durabilă a potențialului turistic cultural și natural al regiunilor;
- ✓ Creșterea gradului de accesibilitate a zonelor rurale și urbane situate în proximitatea rețelei TEN-T;
- ✓ Dezvoltarea accesibilității și calității serviciilor sociale și medicale acordate și stimularea trecerii de serviciile instituționalizate la serviciile acordate în cadrul comunității;

- ✓ Reducerea concentrării spațiale a sărăciei, prin asigurarea unor condiții proprii de locuit pentru comunitățile defavorizate, precum și prin asigurarea acestora cu servicii de bază - medicale, educaționale, sociale în vederea creșterii gradului de ocupare și incluziune socială a acestora;
- ✓ Îmbunătățirea condițiilor infrastructurii educaționale pentru asigurarea premiselor materiale necesare unui proces educațional la nivel european;
- ✓ Dezvoltarea gradului de acoperire geografică și incluziune a înregistrării proprietăților în Sistemul Integrat de Cadastru și Carte Funciară.

Pentru o imagine completă și detaliată consultați Programul Operațional Regional 2014 - 2020 aprobat la următoarea adresă: http://regio.adrmuntenia.ro/por_2014-2020/.

IV.2 Axele prioritare ale POR 2014 - 2020

Pentru perioada de programare 2014 - 2020, regiunii Sud Muntenia i-au fost alocate **peste 943 milioane de euro**, pentru a finanța următoarele priorități incluse în program:

Axa prioritară 1: Promovarea transferului tehnologic

1.1. Promovarea investițiilor în C&I, dezvoltarea de legături și sinergii între întreprinderi, centrele de cercetare și dezvoltare și învățământul superior, în special promovarea investițiilor în dezvoltarea de produse și de servicii, transferul de tehnologii, inovarea socială, ecoinovarea și aplicațiile de servicii publice, stimularea cererii, crearea de rețele și de grupuri și inovarea deschisă prin specializarea inteligentă, precum și sprijinirea activităților de cercetare tehnologică și aplicată, liniilor-pilot, acțiunilor de validare precoce a produselor, capacităților de producție avansate și de primă producție, în special în domeniul tehnologiilor generice esențiale și difuzării tehnologiilor de uz general.

Axa prioritară 2: Îmbunătățirea competitivității întreprinderilor mici și mijlocii

- 2.1. Promovarea spiritului antreprenorial, în special prin facilitarea exploatării economice a ideilor noi și prin încurajarea creării de noi întreprinderi, inclusiv prin incubatoare de afaceri;
- 2.2 Sprijinirea creării și extinderea capacităților avansate de producție și dezvoltarea serviciilor.

Axa prioritară 3: Sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de carbon

- 3.1. Sprijinirea eficienței energetice, a gestionării inteligente a energiei și a utilizării energiei din surse regenerabile în infrastructurile publice, inclusiv în clădirile publice, și în sectorul locuințelor;
- 3.2. Reabilitarea, modernizarea, dezvoltarea și echiparea infrastructurii serviciilor sociale.

Axa prioritară 4: Sprijinirea dezvoltării urbane durabile

- 4.1. Promovarea strategiilor de reducere a emisiilor de dioxid de carbon pentru toate tipurile de teritoriu, în particular zone urbane, inclusiv promovarea planurilor sustenabile de mobilitate urbană și a unor măsuri relevante pentru atenuarea adaptărilor;
- 4.2. Realizarea de acțiuni destinate îmbunătățirii mediului urban, revitalizării orașelor, regenerării și decontaminării terenurilor industriale dezafectate (inclusiv a zonelor de reconversie), reducerii poluării aerului și promovării măsurilor de reducere a zgomotului;
- 4.3. Oferirea de sprijin pentru regenerarea fizică, economică și socială a comunităților defavorizate din regiunile urbane și rurale;
- 4.4. Investițiile în educație, în formare, inclusiv în formare profesională pentru dobândirea de competențe și învățare pe tot parcursul vieții prin dezvoltarea infrastructurilor de educație și formare.

Axa prioritară 5: Îmbunătățirea mediului urban și conservarea, protecția și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural

- 5.1. Conservarea, protejarea, promovarea și dezvoltarea patrimoniului natural și cultural;
- 5.2. Realizarea de acțiuni destinate îmbunătățirii mediului urban, revitalizării orașelor, regenerării și decontaminării terenurilor industriale dezafectate (inclusiv a zonelor de reconversie), reducerii poluării aerului și promovării măsurilor de reducere a zgomotului.

Axa prioritară 6: Îmbunătățirea infrastructurii rutiere de importanță regională

- 6.1. Stimularea mobilității regionale prin conectarea nodurilor secundare și terțiare la infrastructura TEN-T, inclusiv a nodurilor multimodale.

Axa prioritară 7: Diversificarea economiilor locale prin dezvoltarea durabilă a turismului

- 7.1. Sprijinirea unei creșteri favorabile ocupării forței de muncă, prin dezvoltarea potențialului endogen ca parte a unei strategii teritoriale pentru anumite zone, care să includă reconversia regiunilor industriale aflate în declin, precum și sporirea accesibilității și dezvoltarea resurselor naturale și culturale specifice.

Axa prioritară 8: Dezvoltarea infrastructurii sanitare și sociale

- 8.1. Investițiile în infrastructurile sanitare și sociale ce contribuie la dezvoltarea la nivel național, regional și local, reducând inegalitățile în ceea ce privește starea de sănătate și promovând incluziunea socială prin îmbunătățirea accesului la serviciile sociale, culturale și de recreare, precum și trecerea de la serviciile instituționale la serviciile prestate de colectivitățile locale.

Axa prioritară 9: Sprijinirea regenerării economice și sociale a comunităților defavorizate din mediul urban

- 9.1. Dezvoltare locală plasată sub responsabilitatea comunității.

Axa prioritară 10: Îmbunătățirea infrastructurii educaționale

- 10.1. Investițiile în educație și formare, inclusiv în formare profesională pentru dobândirea de competențe și învățare pe tot parcursul vieții prin dezvoltarea infrastructurilor de educație și formare.

Axa prioritară 11: Extinderea geografică a sistemului de înregistrare a proprietăților în cadastru și cartea funciară

- 11.1. Consolidarea capacității instituționale și o administrație publică eficientă.

Axa prioritară 12: Asistență Tehnică

- 12.1. Asistență tehnică.

Pentru o imagine completă și detaliată consultați Programul Operațional Regional 2014 - 2020 aprobat la următoarea adresă web - <http://regio.adrmuntenia.ro>, secțiunea POR 2014 - 2020, sau de pe site-ul programului - www.inforegio.ro, link: <http://www.inforegio.ro/ro/programare-2014-2020/documente-de-programare.html>.

V. OBIECTIVELE DE COMUNICARE

V.1 Obiectiv general

- ✓ Promovarea rolului și contribuției Programului Operațional Regional 2014 - 2020 la dezvoltarea regională, precum și asigurarea transparenței și diseminarea informațiilor referitoare la sursele de finanțare, în vederea contractării fondurilor alocate prin program către toate categoriile de potențiali beneficiari din România și, implicit, din regiunea Sud Muntenia.

V.2 Obiective specifice

- 1) Creșterea notorietății POR ca program ce finanțează dezvoltarea regională, la nivelul publicului țintă general, de la 43 % la 60%, până la încheierea programului de finanțare (2023);
- 2) Informarea tuturor categoriilor de public țintă cu privire la apelurile de proiecte, lansări de proiecte și stadiul de implementare în vederea creșterii absorbției (publicare pe site, transmitere informații prin e-mail, newsletter etc.);
- 3) Explicarea regulilor și a mecanismului de acordare a finanțărilor și implementare a proiectelor în funcție de specificul fiecărei categorii de public țintă vizat, pe toată perioada de derulare a programului de finanțare: 100% răspunsuri la solicitările de informații;
- 4) Informarea beneficiarilor cu privire la MIV pentru POR 2014 - 2020, astfel încât aceștia să respecte și să aplice regulile de informare, publicitate și vizibilitate în cadrul proiectelor pe care le derulează prin avizarea favorabilă (100% răspunsuri, sprijin la clarificări, MIV realizat în format editabil ca instrument util pentru beneficiari);
- 5) Creșterea notorietății AM - POR și ADR-urilor ca instituții care gestionează REGIO, de la 45%, respectiv la 38%, cu 7% pentru fiecare până la încheierea programului de finanțare (2023);

VI. GRUPURI ȚINTĂ

1) Potențialii beneficiari

- ✓ **Axa 1:** Entități juridic constituite care desfășoară sau își creează o infrastructură cu rol de transfer tehnologic;
- ✓ **Axa 2:** IMM-uri, incubatoare, acceleratoare de afaceri;
- ✓ **Axa 3:** Autorități publice centrale și locale;
- ✓ **Axa 4:** Autorități publice locale - mediul urban;
- ✓ **Axa 5:** Autorități ale administrației publice locale și centrale, unități de cult, definite conform Legii nr. 489/2006, privind libertatea religioasă și regimul juridic al cultelor - UC; ONG-uri; parteneriate între aceste entități;
- ✓ **Axa 6:** Autorități publice locale (CJ), UAT, parteneriate între UAT-uri (UAT județ și UAT oraș/municipiu/comună);
- ✓ **Axa 7:** UAT-uri, parteneriate între UAT-uri;
- ✓ **Axa 8:** Autorități publice locale, furnizori de servicii sociale de drept public și privat,

acreditați conform legii, parteneriate;

- ✓ **Axa 9:** Parteneriate (grup de acțiune locală) între: reprezentanți ai autorității publice locale, ai instituțiilor, ai mediului de afaceri local, ai societății civile, ai zonei urbane marginalizate selectate pentru intervenție;
- ✓ **Axa10:** Unități administrativ-teritoriale (autorități și instituții ale administrației publice), instituții de învățământ superior de stat;
- ✓ **Axa 11:** Agenția Națională de Cadastru și Publicitate Imobiliară;
- ✓ **Axa 12:** Autoritatea de Management POR, Organisme Intermediare POR.

2) Beneficiarii POR

- ✓ Orice entitate care beneficiază de finanțare prin Programul Operațional Regional 2014 -2020 (în urma procesului de evaluare și selecție a cererilor de finanțare)

3) Publicul general

- ✓ Populația din mediul urban și rural, peste 18 ani

4) Publicul intern

- ✓ Angajații din OI POR/ADR Sud Muntenia care gestionează programul, precum și cei din cadrul AM POR;
- ✓ Membrii Comitetului de Monitorizare a Programului Operațional Regional de la nivelul regiunii Sud Muntenia;
- ✓ Consiliul pentru Dezvoltare Regională Sud Muntenia.

5) Jurnaliștii

Având în vedere că mass-media este consideră fie canal de comunicare, fie public țintă, considerăm că presa poate sprijini activitățile de comunicare ale Regio și de aceea trebuie informată constant asupra evoluției implementării programului și a măsurilor de informare și publicitate.

În plus, există instituții/entități care pot contribui semnificativ la promovarea programului. Acestea sunt:

6) Părți interesate (stakeholderi)

- Comisia Europeană;
- Parlamentul European;
- Reprezentanța Comisiei Europene la București;
- Centrele de informare Europe Direct;
- Autorități ale administrației publice centrale și locale;
- Instituții academice/de cercetare academică de la nivelul regiunii Sud Muntenia;
- Societatea civilă din regiunea Sud Muntenia.

VII. TEME DE COMUNICARE ȘI MESAJE

Temele și mesajele recomandate pentru promovarea POR la nivel național și, implicit, la nivelul regiunii Sud Muntenia, ce au rezultat din studiile și sondajele de opinie realizate la finalul primei etape de programare sunt:

- **Regio SPRIJINĂ DEZVOLTAREA ROMÂNIEI**
- **Regio înseamnă:**
 - dezvoltare echilibrată;
 - competitivitate pentru IMM;
 - eficiență energetică;
 - dezvoltare durabilă;
 - conservarea și valorificarea patrimoniului cultural;
 - infrastructură rutieră regională și locală;
 - dezvoltarea turismului;
 - dezvoltarea infrastructurii de sănătate;
 - dezvoltarea infrastructurii educaționale;
 - înregistrarea cadastrală a proprietăților.

De asemenea, din studiile efectuate de experții Comisiei Europene, se recomandă transmiterea unui număr limitat de mesaje, scurte și simple, care să poată fi adaptate la diferite publicuri țintă.

Astfel, în funcție de categoriile de public cărora ne adresăm, au fost identificate următoarele mesaje, ce vor fi testate periodic prin studii sociologice:

- **Pentru beneficiari și potențiali beneficiari:**
 - Uniunea Europeană te ajută să te dezvolti;
 - Cu un proiect bun și eligibil, poți primi finanțare;
 - Managementul Fondurilor Europene Structurale și de Investiții este realizat în parteneriat cu actorii locali și regionali;
 - Proiectul tău contribuie la obiectivele europene.
- **Pentru media regională și locale:**
 - Uniunea Europeană investește în regiunea ta;
 - Ne concentrăm pe rezultate;
 - Managementul Fondurilor Europene Structurale și de Investiții este realizat în parteneriat cu actorii locali și regionali;
 - Banii sunt utilizați transparent.
- **Pentru tineri, public general:**
 - Uniunea Europeană investește în viitorul regiunii tale;
 - Fondurile europene ajută la crearea de locuri de muncă;
 - Cu un proiect bun și eligibil, poți primi finanțare;
 - Managementul Fondurilor Europene Structurale și de Investiții este realizat în parteneriat cu actorii locali și regionali.
- **Pentru stakeholderi:**

- Politica de coeziune sprijină dezvoltarea regiunilor României;
- Resursele disponibile trebuie îndreptate către sectoarele cheie care sprijină dezvoltarea economică și socială;
- Programul are obiective clare și măsurabile, ce vor fi evaluate periodic.
- Pentru liderii de opinie:
 - Politica de coeziune sprijină dezvoltarea regiunilor României;
 - Investițiile vor fi îndreptate către sectoarele cheie de creștere;
 - Ne concentrăm pe rezultate;
 - Utilizarea fondurilor este transparentă;
 - Fondurile sunt accesibile tuturor potențialilor eligibili.

VIII. IDENTITATE VIZUALĂ

În perioada anterioară de programare, Programul Operațional Regional 2007 - 2013 a beneficiat de o identitate vizuală proprie încă de la început, ceea ce l-a diferențiat din punct de vedere vizual față de celelalte programe. Brandul Regio a ajuns să fie cunoscut de 46% din populația României, urban și rural, peste 18 ani, iar la nivelul regiunii Sud Muntenia este cunoscut de către 39%.



Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

Astfel, panourile temporare, plăcile permanente, publicațiile, bannerele, site-urile realizate, toate campaniile în mass-media, materialele promoționale au respectat aceleași reguli de identitate vizuală.

Pentru perioada 2014 - 2020 se vor păstra elemente din sigla actuală, dar care va fi adaptată noului program, astfel încât să nu se piardă capitalul de imagine acumulat.

Noua identitate vizuală va îndeplini următoarele cerințe:

- va respecta principiul simplității, întrucât ceea ce este simplu se reține mai ușor;
- va fi corelată cu identitatea vizuală a instituției coordonatoare și a instituției în cadrul căreia funcționează Autoritatea de Management a programului;
- va fi aprobată printr-un Manual de Identitate Vizuală.

Indicatori:

- Realizarea strategiei de brand pentru noul program;
- Realizarea Manualului de Identitate Vizuală a Programului;
- Creșterea gradului de notorietate al Programului.

IX. PLANUL DE ACȚIUNI DE INFORMARE ȘI COMUNICARE

Dezvoltarea unei strategii de comunicare eficiente este o oportunitate în promovarea Programului Operațional Regional la nivelul regiunii Sud Muntenia. Consolidarea unei comunicări sistematice între ADR Sud Muntenia/OI și grupurile țintă de la nivel regional va avea ca scop stimularea unei contribuții conștiente la implementarea angajamentelor privind absorbția fondurilor nerambursabile UE.

Acțiunile de informare și publicitate vor fi realizate pe categorii de publicuri țintă, pentru un impact sporit al mesajului transmis. Fiecare tip de public POR va beneficia de un anumit gen de acțiuni, în funcție de nevoile și preferințele sale de informare.

Tabel 1. Activități și canale preferate pe publicuri țintă

Nr crt.	Tip de acțiune	Tip grup țintă					
		Potențiali beneficiari	Beneficiari	Publicul general	Jurnaliști	Publicul intern	Grupuri de sprijin/Părți interesate
1	Evenimente	X	X		X	X	X
2	Comunicare online (site/ site cu instrumente de social media integrate/ aplicații web)	X	X	X	X		X
3	Materiale pentru presă				X		
4	Social media			X			
5	Publicații tipărite și online	X	X	X	X		X
6	Birouri de informare	X	X	X			X
7	Campanii mass-media (TV, radio, OOH, indoor, internet, presa scrisă, orice alte mijloace de promovare ce pot atinge indicatorii de informare și publicitate)	X		X			
8	Materiale promoționale	X	X	X	X	X	X

X. DESCRIEREA INSTRUMENTELOR DE COMUNICARE

X.1. Site internet & newsletter & social media

- Site-ul <http://regio.adrmuntenia.ro>, secțiunea dedicată exclusiv Programului Operațional Regional 2014 - 2020 - http://regio.adrmuntenia.ro/por_2014-2020/

Site-ul este mijlocul cel mai important de comunicare cu toate publicurile țintă ale POR de la nivelul regiunii Sud Muntenia și nu numai. Astfel, aici se regăsesc informații pentru potențialii beneficiari, beneficiarii, publicul larg și, nu în ultimul rând, pentru presă. Pentru că este prima și cea mai vizibilă interfață cu orice categorie de public țintă, trebuie să i se acorde o atenție deosebită prin crearea unei ambianțe vizuale deosebite care să respecte principiile:

- **Dinamism** (formulări clare, atractivitate vizuală, actualizarea informațiilor);
- **Simplitate** (navigare ușoară, găsirea rapidă a informațiilor);
- **Proximitate** (valorificarea exemplelor de bună practică, identificarea interlocutorilor responsabili, link-uri către site-ul instituției coordonatoare, al Comisiei, al regiunilor de dezvoltare, al altor programe).

Un site bine realizat, clar și actualizat permanent facilitează înțelegerea informațiilor, reduce sau simplifică timpul acordat răspunsurilor adresate prin celelalte mijloace de informare: mail, fax, telefon, scrisoare.

Informațiile obligatorii ce se regăsesc pe site, conform Regulamentului (UE) nr. 1303/2013 al Parlamentului și Consiliului European din 17 decembrie 2013, Anexa XII:

- ✓ lista de proiecte (contracte) este publicată și actualizată ori de câte ori este nevoie și va conține:
 - denumirea beneficiarului (numai persoane juridice, nu se vor numi persoane fizice);
 - titlul operațiunii;
 - rezumatul operațiunii;
 - data de începere a operațiunii;
 - data de finalizare a operațiunii (data prevăzută pentru încheierea fizică sau implementarea integrală a operațiunii);
 - cheltuielile eligibile totale alocate operațiunii;
 - rata de cofinanțare a Uniunii (pe Axă prioritară);
 - codul poștal al operațiunii sau o altă informație corespunzătoare care să indice localizarea, țara;
 - denumirea categoriei de intervenție pentru operațiune, în conformitate cu articolul 96, alineatul (2), primul paragraf, litera (b), punctul (vi);
 - data ultimei actualizări a listei de operațiuni.
- ✓ titlurile câmpurilor de date se indică, de asemenea, în cel puțin una dinre celelalte limbi oficiale ale Uniunii;
- ✓ sunt afișate exemple de proiecte în una din limbile de largă circulație ale UE, alta decât limba oficială a statului membru în cauză;
- ✓ informații actualizate cu privire la punerea în aplicare a programului, inclusiv principalele sale realizări (la momentul în care rezultatele implementării programului în Sud Muntenia vor deveni vizibile);
- ✓ informații și pachete cu material publicitar (inclusiv în format electronic).

Site-ul <http://regio.adrmuntenia.ro>, secțiunea dedicată exclusiv Programului Operațional Regional 2014 - 2020 - http://regio.adrmuntenia.ro/por_2014-2020/, este deja funcțional și va fi principalul furnizor de informații pentru toate grupurile țintă identificate. Conținutul site-ului este structurat după cum urmează:

- informații generale despre fondurile structurale: regulamente, cadru instituțional etc.;
- informații asupra oportunităților de finanțare, detalii despre utilizarea aplicației MySMIS, criterii de selecție, proceduri de urmat (inclusiv Manualul de Identitate Vizuală Regio);
- lista beneficiarilor, denumirea proiectelor și suma finanțării publice acordate proiectelor depuse pe POR 2014 - 2020;
- arhive documentare și exemple de bună practică, precum și informații despre modul de accesare și utilizare a fondurilor;
- informații pentru reprezentanții mass-media (anunțuri, comunicate de presă, galerie foto, evenimente etc.)
- Newsletter-ul săptămânal, editat electronic - *InfoRegional Sud Muntenia*.

De asemenea, pe pagina de internet <http://regio.adrmuntenia.ro>, secțiunea dedicată exclusiv Programului Operațional Regional 2014 - 2020, se vor reflecta, în mod corespunzător, informațiile privind implementarea programului conținute de site-ul web dedicat Regio - www.inforegio.ro.

Indicatori:

- număr de vizitatori pe site.

• Newsletter-ul *InfoRegional Sud Muntenia*

Newsletterul electronic săptămânal editat de ADR Sud Muntenia - *InfoRegional Sud Muntenia* - este o formă rapidă și gratuită de informare a potențialilor beneficiari în primă fază, ulterior, a beneficiarilor cu privire la noutăți, oportunități de finanțare, modificări de regulamente, legislație etc..

Este un mijloc de informare cu precădere pentru potențialii beneficiari. Acesta trebuie să conțină obligatoriu posibilitatea dezabonării. Nu se va transmite pe adrese de mail private decât cu acord prealabil, acest instrument folosindu-se cu precădere pentru adrese de mail instituționale.

Indicator: Număr de abonați

• Social Media

Deși a căpătat o mare amploare această formă de comunicare, social media sunt utile pentru comunicarea informală. Poate fi folosită pentru promovarea rezultatelor programului, pentru crearea unei comunități în care să fie facilitat schimbul de informații. Studiile efectuate arată că, potențialii beneficiari nu doresc o informare prin aceste mijloace. Însă este un bun instrument de promovare în rândul tinerilor, acoperind o categorie de public general care nu se mai informează de la TV, radio, presă scrisă.

Conturile social Media ale Agenției sunt următoarele:



www.facebook.com/adrsudmuntenia



twitter.com/ADRSudMuntenia



www.youtube.com/user/ADRSudMuntenia



www.pinterest.com/adrsmd

X.2. Evenimente, caravane, expoziții

Evenimentele, un mijloc eficace pentru contactul direct cu audiența, sunt organizate întotdeauna pentru un public precis, unde trebuie livrat un mesaj specific. Ele se pot concretiza în simple sesiuni de informare sau evenimente cu participare regională, care atrag și interesul presei pentru tema respectivă, facilitând promovarea mesajului prin mass-media cu ajutorul jurnaliștilor. Prin intermediul evenimentelor se creează un contact direct între participanți, prin care se pot stabili legături profesionale, schimb de idei și de bune practici.

În toată perioada de implementare, Autoritatea de Management va organiza împreună cu Organismele Intermediare POR 1.200 de evenimente (indicator stabilit prin Programul Operațional Regional 2014 - 2020), din care ADR Sud Muntenia va organiza aproximativ 130 de evenimente.

Expozițiile și caravanele se adresează cu precădere publicului general. **Expozițiile** reprezintă panouri mari, simple și atractive care prezintă informații cu valoare de exemplu, cu titluri și texte scurte, fotografii, hărți, diagrame sau chiar filme video. Acestea pot fi concepute într-o manieră ușor transportabilă pentru expozițiile, evenimentele itinerante.

Caravanele sunt o suită de sesiuni de informare prezentate într-un număr de localități prestabilit de la nivelul regiunii Sud Muntenia, unde pot fi utilizate mijloace de informare diverse: afișe, fluturași, mici obiecte promoționale inscripționate.

X.3 Obiecte promoționale

Obiecte promoționale sunt obiecte pe care se inscripționează sigla programului, a Uniunii Europene, adresa de internet a programului sau alte informații în funcție de suprafața de inscripționare.

Obiectivul realizării acestor obiecte este favorizarea și memorarea identității vizuale a programului. Aceste obiecte promoționale vor fi distribuite participanților la evenimente, precum și celor care vor veni la sediul ADR Sud Muntenia pentru a solicita informații cu privire la oportunitățile de finanțare din cadrul POR 2014 - 2020.

X.4 Biroul de informare (helpdesk)

La nivelul ADR Sud Muntenia/OI, Serviciul Comunicare asigură helpdesk pentru potențialii beneficiari și beneficiarii POR 2014 - 2020. Structura reprezintă principala sursă de informare în regiune, prin oferirea de informații în diferite forme: materiale tipărite (fluturași, broșuri, ghiduri), acces la internet, evenimente. Acesta răspunde în primul rând cerințelor de informare și comunicare ale oricărui cetățean sau instituție care solicită informații.

Totodată, serviciul facilitează accesul potențialilor beneficiari și a beneficiarilor la sursele de informare și oferă îndrumare cu privire la modalitatea de a căuta informații despre accesarea finanțării prin POR 2014 - 2020. De asemenea, aici se acordă îndrumare și consiliere potențialilor beneficiari (prin informare directă, prin mail, telefon, fax sau social-media) pentru pregătirea cererii de finanțare și semonitorizează domeniile de interes ale potențialilor beneficiari, cu privire la acordarea finanțării prin POR 2014 - 2020.

În plus, acest serviciu oferă și consultanță legată de materialele de comunicare pe care trebuie să le elaboreze beneficiarii în conformitate cu Manualul de Identitate Vizuală al Programului Operațional Regional 2014 - 2020.

X.5 Activități destinate jurnaliștilor și relațiilor cu presa

În vederea asigurării transparenței gestionării programului și pentru a răspunde nevoilor de informare ale jurnaliștilor se vor desfășura următoarele tipuri de activități:

- transmiterea comunicatelor de presă către jurnaliști;
- evenimente dedicate jurnaliștilor: sesiuni de informare, vizite la proiecte;
- conferințe de presă;
- alte evenimente.

O atenție deosebită va fi acordată sesiunilor de informare destinate jurnaliștilor, ținând seama de limbajul folosit, întrucât în perioada precedentă de programare, 2007 - 2013, așa cum a fost relevat în studiile de evaluare a măsurilor de informare ale AM POR, s-a utilizat un limbaj tehnic, ce a reprezentat o barieră de comunicare, din cauza căreia nu au reușit să înțeleagă mecanismele de finanțare, etapele, diferențierea dintre programe. Existența acestor sesiuni ar asigura o bună comunicare cu jurnaliștii pe toată perioada de implementare a programului, iar vizitele la proiecte ar concretiza informația primită.

X.6 Publicații

În cadrul măsurilor de informare și publicitate, un rol aparte îl au publicațiile, ce vor fi distribuite către diverse categorii de public țintă. Scopul acestor publicații este de a prezenta informația cât mai personalizat unui anume grup țintă. Întrucât costurile de publicare sunt mai mici cu cât cantitatea pe fiecare publicație este mai mare, se vor edita și tipări acele materiale care prezintă un interes deosebit pentru un anume grup țintă. Aceste publicații pot fi distribuite și în format electronic.

ADR Sud Muntenia va distribui materialele de informare realizate de AM POR către grupurile țintă de la nivelul regiunii Sud Muntenia cărora li se adresează. Acestea vor fi:

- ✓ Ghidul beneficiarului
 - document ce explică procedurile specifice pentru a depune o cerere de finanțare. Acestea vor fi publicate pe site, în format editabil și .pdf, de unde se pot descărca. În cazul în care se dorește tipărirea acestora, va fi întocmită și lista cu potențialii aplicanți și distribuită corespunzător.
- ✓ Fluturași, pliante
 - în cadrul campaniilor de informare și nu numai se vor realiza fluturași și pliante cu o grafică atrăgătoare, cu un conținut minim de informație, care să trimită la principalele surse de informare. Acestea se adresează, în general, publicului larg și potențialilor beneficiari.
- ✓ Broșuri
 - acestea au menirea de a prezenta unui anume public țintă, într-un limbaj accesibil și mai puțin specializat, diverse informații: de la cele generale la explicarea mecanismului de finanțare, termeni tehnici etc.. Realizate preponderent electronic, ele se pot tipări și distribui în cazul în care prezintă un interes foarte crescut.
- ✓ Afișe
 - în cadrul campaniilor de informare se vor realiza și afișe cu o grafică atrăgătoare, cu un conținut minim de informație, care să trimită la principalele surse de informare. Acestea se adresează, în general, publicului larg și potențialilor beneficiari.

În plus, ADR Sud Muntenia va realiza diferite materiale de informare și promovare a programului Regio 2014 - 2020 privind stadiul implementării POR exclusiv în Sud Muntenia.

O parte dintre aceste publicații vor fi periodice, iar altele vor fi realizate ca urmare a unor cerințe specifice sau identificate ca urmare a interacțiunii cu grupurile țintă, astfel: broșuri, pliante, rapoarte, fluturași, buletine informative electronice etc.

X.7 Campanii în mass-media

Campaniile prin mijloacele media - televiziuni, radio, panotaj exterior sau interior, presă scrisă sau mediul online - sunt cele mai eficiente canale pentru a transmite publicului larg informații ca: lansarea programului și a disponibilității fondurilor alocate prin POR 2014 - 2020, conștientizarea publicului larg asupra rolului și contribuției Uniunii Europene la dezvoltarea României și, implicit, a regiunii Sud Muntenia, rezultatele programului.

Prin măsurile de informare și publicitate derulate, gradul de conștientizare a publicului general din România privind Programul Operațional Regional 2014 - 2020 va trebui să crească de la 43% (2015) la 60% (2022).

Campaniile media sunt preferate de publicul general ca mijloc de informare, îndeosebi pe TV. De aceea se vor realiza campanii media pentru lansarea programului, pentru informarea potențialilor beneficiari privind oportunitățile de finanțare din POR și asigurarea unui grad de contractare cât mai ridicat. Totodată, se vor derula campanii de promovare a rezultatelor programului Regio în Sud Muntenia.

De asemenea, ori de câte ori vor fi identificate a fi necesare campanii media, acestea vor fi prevăzute prin planurile anuale.

În plus, în conformitate cu POAT 2014 - 2020, se vor lansa campanii de conștientizare privind fraudă, conflictul de interese și incompatibilitatea.

X.8 Rețeaua comunicatorilor Regio Sud Muntenia

În perioada 2007 - 2015 a fost creată și a funcționat Rețeaua comunicatorilor Regio, la nivel național, cu aproximativ 1.000 de membri în toată țara din rândul beneficiarilor, a jurnaliștilor și a publicului intern, cu rol în diseminarea informațiilor în rețea și schimbul de bune practici, promovarea poveștilor de succes, rezolvarea problemelor de informare prin asigurarea sesiunilor punctuale de Q&A. Din 2010 a fost organizat, anual, Forumul Comunicatorilor Regio.

La nivelul regiunii Sud Muntenia, rețeaua este formată din aproximativ 100 de membri, care în perioada precedentă de programare au fost informați constant despre oportunitățile de finanțare din POR, despre rezultatele implementării programului la nivelul regiunii Sud Muntenia, precum și despre activitățile realizate de Agenție în vederea creșterii gradului de absorbție a fondurilor alocate regiunii prin POR.

Pentru membrii Rețelei Regio Sud Muntenia au fost organizate anual, începând din 2010, întâlniri de informare și au fost sprijiniți în informarea despre posibilitățile de finanțare prin POR. Totodată, aceștia au participat, alături de reprezentanții ADR Sud Muntenia, la Forumul Comunicatorilor Regio, organizat de AM POR.

Pentru viitor, rețeaua trebuie revitalizată, organizarea mai targetată pe publicuri țintă a evenimentelor pentru aceștia, precum și motivarea lor de a participa la acțiuni de informare și comunicare.

Rețeaua comunicatorilor Regio de la nivelul regiunii Sud Muntenia a fost creată în 2009 și include instituții publice (regionale și locale), organizații non-guvernamentale, instituții academice, asociații profesionale și mass-media.

X.9 Comunicarea internă

Din experiența etapei anterioare s-a observat necesitatea realizării și aplicării unei proceduri clare și cât mai simple de comunicare internă, pentru a realiza fluidizarea informațiilor și scurtarea timpilor de transmitere a acestora, evitarea blocajelor de comunicare:

- către jurnaliști;
- către site;
- către biroul de informare;
- către publicul intern, pe orizontală și pe verticală.

Publicul intern este printre altele și purtătorul de imagine a Programului. În acest sens, trebuie realizate sesiuni de informare periodice, prin care acesta să fie informat, conștientizat și motivat să cunoască și să aplice identitatea vizuală a Programului. Acesta trebuie să cunoască responsabilitățile de informare și publicitate și strategia de brand a programului pe care trebuie să o folosească.

Publicul intern este reprezentat de:

- angajații care gestionează programul din cadrul ADR Sud Muntenia;
- angajații care gestionează programul din alte instituții colaboratoare.

XI. BUGET

Suma necesară pentru activitățile de informare și comunicare pentru perioada de programare 2014 - 2020 este de 760.000 de lei.

XII. EVALUARE ACȚIUNILOR DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE

XII.1 Modalități de evaluare

Scopul acțiunilor de informare și publicitate este atingerea indicatorilor asumați prin POR 2014 - 2020. Strategia de informare și publicitate POR 2014 - 2020 își propune să atingă până în 2023 un **grad de conștientizare a publicului general privind POR de 60%.**

De asemenea, un alt indicator asumat este organizarea a 1.200 de evenimente la nivel național până la finalul implementării Programului, din care aproximativ 130 de evenimente în regiunea Sud Muntenia.

Evaluarea măsurilor de informare și publicitate se face printr-o diversitate de indicatori, pe care îi vom descrie pentru preluarea corectă în raportări și proceduri.

- **Indicatori de produs**
Acest indicator măsoară dacă ceea ce este finanțat este îndeplinit.
Se evaluează intern de către responsabilii de informare și publicitate, prin raportările realizate conform procedurilor interne.
- **Indicatori de rezultat**
Acești indicatori măsoară efectele directe asupra publicului țintă.
Se evaluează intern de către responsabilii de informare și publicitate, prin raportările realizate conform procedurilor interne și prin studii sociologice realizate de instituții specializate.
- **Indicatori de impact**
Acest indicator măsoară consecințele asupra destinatarilor direcți ale acțiunilor de comunicare după finalizarea acestora. Se evaluează intern de către responsabilii de informare și publicitate, prin raportările realizate conform procedurilor interne și prin studii sociologice realizate de instituții specializate.

Tabel 2. Activități și indicatori

	Măsuri și activități	Indicatori de realizare	Indicatori de rezultat	Indicatori de impact
1.	Respectarea identității vizuale a noului program	▪ respectarea identității vizuale a programului: logo, siglă și slogan		gradul de recunoaștere a siglei programului
2.	Site-ul - http://regio.adrmuntenia.ro/	▪ 1 site funcțional și actualizat	▪ număr vizite pe site	
3.	Newsletter-ul <i>InfoRegional Sud Muntenia</i>	▪ 1 newsletter editat săptămânal	▪ număr de abonați la newsletter	
4.	Social media - pagină/cont Facebook	▪ 1 pagină/cont Facebook actualizată		crearea unei imagini pozitive asupra programului
5.	Serviciul Comunicare - helpdesk	▪ 1 departament care asigură helpdesk	▪ număr de întrebări și răspunsuri oferite	
6.	Comunicate de presă	▪ materiale de informare transmise presei	▪ număr de articole/comunicate publicate	
7.	Conferințe de presă	▪ număr conferințe de presă realizate	▪ număr de conferințe de presă realizate ▪ număr de jurnaliști participanți	
8.	Vizite la proiecte	▪ realizarea de vizite la proiecte în regiunea Sud Muntenia	▪ număr vizite la proiecte realizate ▪ număr jurnaliști participanți	
9.	Publicații tipărite	▪ tipuri de publicații realizate		
10.	Publicații electronice	▪ realizarea de publicații electronice		
11.	Expoziții/caravane	▪ realizarea de expoziții/caravane		
12.	Evenimente	▪ realizare evenimente la nivelul regiunii Sud	▪ număr de evenimente	

		Muntenia		
13.	Campanii mass-media	<ul style="list-style-type: none"> realizarea de campanii la nivelul regiunii Sud Muntenia 		gradul de informare ca urmare a realizării campaniei, audiență
14.	<ul style="list-style-type: none"> Materiale promoționale 			

XII.2. Indicatori de rezultat (minimali)

Tabel 3. Indicatori minimali AM POR și OI POR/ADR SM

Nr. crt.	Măsurile și activități	2014		2019		2023	
		AM POR	OI POR	AM POR	OI POR	AM POR	OIPOR
1.	Evenimente	0	0	30	70	134	140
2.	Număr vizitatori pe site-ul noului program	0	0	750.000	70.000	1.500.000	125.000
3.	Număr tipuri publicații (tipărite sau electronice)	0	0	12	5	36	10
4.	Număr comunicate de presă transmise	0	0	100	80	250	160
5.	Campanii de informare (integrate AM): TV, radio, online, panotaj stradal, presa scrisă	0	0	2	2	4	4
6.	Număr răspunsuri birouri de informare (vizitatori, e-mail, fax, telefonic)	0	0	7.000	3.500	15.000	7.000
7.	Număr tipuri materiale promoționale	0	0	20	10	40	20
8.	Număr studii de evaluare	0	0	6	2	15	4

XIII. RESPONSABILITĂȚI

- **Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Regional**

Autoritatea de Management este responsabilă cu realizarea activităților la nivel național:

- elaborarea, aplicarea și evaluarea Planului de comunicare a POR 2014 -2020;
- stabilirea și transmiterea mesajelor generale conform Planului de comunicare 2014 -2020;
- corelarea mesajelor cu cele ale Strategiei de comunicare pentru FESI;
- realizarea identității vizuale a Programului;
- realizarea unui site complet și actualizat, simplu, clar al Programului cu trimiteri spre instituțiile colaboratoare;
- realizarea evenimentelor la nivel național cu participarea tuturor regiunilor;
- realizarea campaniilor de informare a publicului general la nivel național în conformitate cu rezultatele studiilor de evaluare efectuate și necesitățile de informare la acel moment;
- realizarea materialelor de informare scrise și electronice;
- asigurarea corelării activităților regiunilor, astfel încât rezultanta să fie un efect de multiplicare, și nu o complicare a mesajelor și informațiilor;
- realizarea evaluării acțiunilor de informare și publicitate prin studii ample la nivel național.

- **ADR Sud Muntenia/OI are rolul de a implementa Planul de comunicare la nivel regional și local. Atribuțiile ADR SM/OI includ:**

- realizarea Planului de comunicare regional;
- transmiterea mesajelor generale conform Strategiei de comunicare 2014 - 2020 și adaptarea acestora la regiunea Sud Muntenia;
- însușirea, aplicarea și verificarea aplicării de către beneficiari a Identității Vizuale a Programului;
- realizarea de secțiuni pe site-ul ADR Sud Muntenia cu trimitere la site-ul Programului;
- realizarea evenimentelor regionale cu participarea AM POR, dacă este cazul;
- realizarea de campanii de informare punctuale (pe axe, teme etc.) în conformitate cu rezultatele studiilor de evaluare efectuate;
- realizarea materialelor de informare scrise și electronice cu specific regional;
- realizarea evaluării acțiunilor de informare și publicitate prin studii la nivel regional.

- **Beneficiarii Regio din regiunea Sud Muntenia**

Responsabilitățile beneficiarilor sunt cele din Anexa 12 a Regulamentului (UE) nr. 1303/2013 al Parlamentului și al Consiliului european din 17 decembrie 2013.

Toate materialele de informare și publicitate realizate de către beneficiarii POR, prin proiectele finanțate, vor respecta regulile de identitate vizuală Regio, utilizând logo-ul individualizat pentru regiunea Sud Muntenia.

1. Toate măsurile de informare și comunicare furnizate de beneficiar confirmă contribuția fondurilor pentru operațiune prin afișarea:

(a) siglei Uniunii, în conformitate cu caracteristicile tehnice prevăzute în actul de punere în aplicare adoptat de Comisie, în temeiul articolului 115, alineatul (4), precum și o trimitere la Uniune;

(b) o trimitere la fondul sau la fondurile din partea cărora operațiunea a primit contribuții. Atunci când o măsură de informare sau de comunicare vizează o operațiune sau mai multe operațiuni cofinanțate de mai multe fonduri, trimiterea prevăzută la litera (b) poate fi înlocuită cu trimiterea la fondurile ESI.

2. În cursul implementării unei operațiuni, beneficiarul informează publicul larg cu privire la contribuția obținută din partea fondurilor prin:

(a) afișarea pe site-ul internet al beneficiarului, în cazul în care există un astfel de site internet, a unei scurte descrieri a operațiunii, proporțională cu nivelul sprijinului, inclusiv scopurile și rezultatele acesteia, evidențiind contribuția financiară din partea Uniunii;

(b) expunerea, în cazul operațiunilor ce nu se încadrează la punctele 4 și 5, cel puțin a unui afiș cu informații despre proiect (dimensiunea minimă A3), inclusiv despre contribuția financiară din partea Uniunii, într-un loc ușor vizibil publicului, cum ar fi zona de intrare a unei clădiri.

3. Pentru acțiunile susținute de FSE și, în cazuri adecvate, pentru operațiunile sprijinite de FEDR sau de Fondul de coeziune, beneficiarul se asigură de faptul că cei care participă la o operațiune au fost informați cu privire la această finanțare.

Orice document referitor la implementarea unei anumite operațiuni care este utilizat pentru public sau participanți, inclusiv orice listă de prezență sau orice alt certificat, include o declarație cu privire la faptul că Programul operațional a fost cofinanțat de fondul sau de fondurile în cauză.

4. În cursul implementării unei operațiuni sprijinite de FEDR sau de Fondul de coeziune, beneficiarul expune, într-un loc ușor vizibil publicului, un panou temporar de o dimensiune semnificativă pentru fiecare operațiune ce constă din finanțarea infrastructurii sau a unor operațiuni de construire pentru care contribuția publică totală alocată operațiunii depășește 500.000 EUR. (Legea 347/458 Jurnalul Oficial al Uniunii Europene 20.12.2013 RO)

5. În termen de cel mult trei luni de la finalizarea unei operațiuni, beneficiarul expune o placă sau un panou permanent, de dimensiuni considerabile, într-un loc ușor vizibil publicului pentru fiecare operațiune care îndeplinește următoarele criterii:

(a) contribuția publică totală alocată operațiunii depășește 500.000 EUR;

(b) operațiunea constă în achiziționarea unui obiect fizic sau în finanțarea infrastructurii sau a unor operațiuni de construcție. Placa sau panoul menționează denumirea și obiectivul principal al operațiunii. Formatul său îndeplinește caracteristicile tehnice stabilite de Comisie în conformitate cu articolul 115, alineatul (4).

ANEXA - INFORMAREA ȘI COMUNICAREA PRIVIND CONTRIBUȚIILE DIN PARTEA FONDURILOR

1. LISTA OPERAȚIUNILOR

Lista de operațiuni prevăzută la articolul 115 alineatul (2) conține, în cel puțin una dintre limbile oficiale ale statului

membru, următoarele câmpuri de date:

- denumirea beneficiarului (numai persoane juridice; nu se vor numi persoane fizice);
- titlul operațiunii;
- rezumatul operațiunii;
- data de începere a operațiunii;
- data de finalizare a operațiunii (data prevăzută pentru încheierea fizică sau implementarea integrală a operațiunii);
- cheltuielile eligibile totale alocate operațiunii;
- rata de cofinanțare a Uniunii (pe axă prioritară);
- codul poștal al operațiunii; sau o altă informație corespunzătoare care să indice localizarea;
- țara;
- denumirea categoriei de intervenție pentru operațiune, în conformitate cu articolul 96 alineatul (2) primul paragraf litera (b) punctul (vi);
- data ultimei actualizări a listei de operațiuni.

Titlurile câmpurilor de date se indică, de asemenea, în cel puțin una dintre celelalte limbi oficiale ale Uniunii.

2. ACȚIUNI DE INFORMARE ȘI COMUNICARE DESTINATE PUBLICULUI

Statul membru, autoritatea de management și beneficiarii iau măsurile necesare de informare a publicului și de comunicare privind operațiunile care beneficiază de contribuții în cadrul unui program operațional, în conformitate cu prezentul regulament.

2.1. Responsabilitățile statului membru și ale autorității de management

1. Statul membru și autoritatea de management se asigură de faptul că măsurile de informare și comunicare sunt

implementate în conformitate cu strategia de comunicare și că acestea vizează cea mai cuprinzătoare acoperire mass-media posibilă prin utilizarea diverselor forme și metode de comunicare la nivelul adecvat.

2. Statul membru sau autoritatea de management au responsabilitatea de a organiza cel puțin următoarele măsuri de informare și comunicare:

(a) organizarea unei activități majore de informare prin aducerea la cunoștința publicului a lansării programului sau a programelor operațional(e), chiar înainte de aprobarea strategiilor de comunicare relevante;

(b) organizarea câte unei activități majore de informare pe an, care promovează oportunitățile de finanțare și strategiile urmărite și prezintă realizările programului sau programelor operațional(e), inclusiv, dacă este

relevant, proiectele majore, planurile de acțiune comune și alte exemple de proiecte;

(c) afișarea emblemei Uniunii la sediul fiecărei autorități de management;

(d) publicarea, pe cale electronică, a listei de operațiuni în conformitate cu secțiunea 1 din prezenta anexă;

(e) oferirea de exemple de operațiuni, pe tipuri de programe operaționale, pe site-ul internet unic sau pe site-ul internet al programului operațional care poate fi accesat prin intermediul portalului internet unic; exemplele ar trebui să fie într-una din limbile oficiale de largă circulație ale Uniunii, alta decât limba oficială (limbile oficiale) a(le) statului membru în cauză;

(f) informații actualizate cu privire la implementarea programului operațional, inclusiv, după caz, principalele sale realizări, pe site-ul internet unic sau pe site-ul internet al programului operațional care poate fi accesat prin intermediul portalului internet unic.

3. Autoritatea de management implică, după caz, în măsurile de informare și comunicare, în conformitate cu legile și practicile naționale, următoarele organisme:

(a) partenerii menționați la articolul 5;

(b) centrele de informare privind Europa și reprezentanțele Comisiei și birourile de informare ale Parlamentului

European din statele membre;

(c) instituțiile de învățământ și cercetare.

Aceste organisme diseminează la scară largă informațiile descrise la articolul 115 alineatul (1).

2.2. Responsabilitățile beneficiarilor

1. Toate măsurile de informare și comunicare furnizate de beneficiar confirmă contribuția fondurilor pentru operațiune prin afișarea:

(a) siglei Uniunii, în conformitate cu caracteristicile tehnice prevăzute în actul de punere în aplicare adoptat de

Comisie în temeiul articolului 115 alineatul (4), precum și o trimitere la Uniune;

(b) o trimitere la fondul sau la fondurile din partea cărora operațiunea a primit contribuții. Atunci când o măsură de informare sau de comunicare vizează o operațiune sau mai multe operațiuni cofinanțate

de mai multe fonduri, trimiterea prevăzută la litera (b) poate fi înlocuită cu trimiterea la fondurile ESI.

2. În cursul implementării unei operațiuni, beneficiarul informează publicul larg cu privire la contribuția obținută din partea fondurilor prin:

(a) afișarea pe site-ul internet al beneficiarului, în cazul în care există un astfel de site internet, a unei scurte descrieri a operațiunii, proporțională cu nivelul sprijinului, inclusiv scopurile și rezultatele acesteia, evidențiind contribuția financiară din partea Uniunii;

(b) expunerea, în cazul operațiunilor care nu se încadrează la punctele 4 și 5, cel puțin a unui afiș cu informații despre proiect (dimensiunea minimă A3), inclusiv despre contribuția financiară din partea Uniunii, într-un loc ușor vizibil publicului, cum ar fi zona de intrare a unei clădiri.

3. Pentru acțiunile susținute de FSE și, în cazuri adecvate, pentru operațiunile sprijinite de FEDR sau de Fondul de coeziune, beneficiarul se asigură de faptul că cei care participă la o operațiune au fost informați cu privire la această finanțare. Orice document referitor la implementarea unei anumite operațiuni care este utilizat pentru public sau participanți, inclusiv orice listă de prezență sau orice alt certificat, include o declarație cu privire la faptul că programul operațional a fost cofinanțat de fondul sau de fondurile în cauză.

4. În cursul implementării unei operațiuni sprijinite de FEDR sau de Fondul de coeziune, beneficiarul expune, într-un loc ușor vizibil publicului, un panou temporar de o dimensiune semnificativă pentru fiecare operațiune care constă din finanțarea infrastructurii sau a unor operațiuni de construcție pentru care contribuția publică totală alocată operațiunii depășește 500 000 EUR.

5. În termen de cel mult trei luni de la finalizarea unei operațiuni, beneficiarul expune o placă sau un panou permanent, de dimensiuni considerabile, într-un loc ușor vizibil publicului pentru fiecare operațiune care îndeplinește următoarele criterii:

(a) contribuția publică totală alocată operațiunii depășește 500 000 EUR;

(b) operațiunea constă în achiziționarea unui obiect fizic sau în finanțarea infrastructurii sau a unor operațiuni de construcție.

Placa sau panoul menționează denumirea și obiectivul principal al operațiunii. Formatul său îndeplinește caracteristicile tehnice stabilite de Comisie în conformitate cu articolul 115 alineatul (4).

3. ACȚIUNI DE INFORMARE A BENEFICIARILOR POTENȚIALI ȘI A BENEFICIARILOR

3.1. Măsurile de informare a beneficiarilor potențiali

1. Autoritatea de management se asigură, în conformitate cu strategia de comunicare, că strategia și obiectivele și oportunitățile de finanțare ale programului operațional oferite în comun de Uniune și statul membru sunt difuzate la scară largă către beneficiarii potențiali și

toate părțile interesate, însoțite de detalii privind contribuția financiară oferită de fondurile în cauză.

2. Autoritatea de management se asigură că beneficiarii potențiali au acces la informațiile relevante, inclusiv la informații actualizate, după caz, și, ținând cont de accesibilitatea serviciilor de comunicare electronice sau de alt tip pentru anumiți beneficiari potențiali, cu privire la cel puțin următoarele:

- (a) oportunitățile de finanțare și lansarea cererilor de candidaturi;
- (b) condițiile de eligibilitate a cheltuielilor care trebuie îndeplinite pentru a beneficia de o contribuție în cadrul unui program operațional;
- (c) o descriere a procedurilor de examinare a cererilor de finanțare și a termenelor aferente;
- (d) criteriile de selecție a operațiunilor care urmează a beneficia de contribuții financiare;
- (e) persoanele de contact de la nivel național, regional sau local care pot furniza informații privind programele operaționale.
- (f) responsabilitatea potențialilor beneficiari de a informa publicul cu privire la scopul operațiunii și la sprijinul din partea fondurilor, acordat operațiunii, în conformitate cu punctul 2.2. Autoritatea de management poate solicita potențialilor beneficiari să propună în textul candidaturii activități de comunicare orientative, proporționale cu dimensiunea operațiunii.

3.2. Măsurile de informare a beneficiarilor

1. Autoritatea de management informează beneficiarii de faptul că acceptarea finanțării constituie o acceptare a includerii lor pe lista de operațiuni publicată în conformitate cu articolul 115 alineatul (2).

2. Autoritatea de management furnizează, după caz, informații și instrumente de comunicare, inclusiv formulare în format electronic, pentru a ajuta beneficiarii să își îndeplinească obligațiile prevăzute în secțiunea 2.2.

4. ELEMENTE DIN STRATEGIA DE COMUNICARE

Strategia de comunicare întocmită de către autoritatea de management și, după caz, de către statul membru include următoarele elemente:

- (a) o descriere a abordării în materie de comunicare, inclusiv a principalelor măsuri de informare și comunicare care urmează a fi luate de statele membre sau de autoritatea de management adresate beneficiarilor potențiali, beneficiarilor, difuzorilor de informații și publicului larg, în conformitate cu obiectivele prevăzute la articolul 115;
- (b) o descriere a materialelor care vor fi puse la dispoziție în formate accesibile pentru persoanele cu handicap;
- (c) o descriere a modului în care beneficiarii vor fi sprijiniți în activitățile lor de comunicare;
- (d) bugetul orientativ pentru implementarea strategiei;
- (e) o descriere a organismelor administrative, inclusiv a resurselor de personal, responsabile cu implementarea măsurilor de informare și comunicare;
- (f) modalitățile de realizare a acțiunilor de informare și comunicare menționate în punctul 2, inclusiv site-ul internet sau portalul internet la care pot fi accesate aceste date;
- (g) o descriere a modului de evaluare a măsurilor de informare și comunicare din perspectiva vizibilității și cunoașterii politicii, programelor operaționale, operațiunilor și rolului avut de fonduri și de Uniune;
- (h) după caz, o descriere a modului de utilizare a principalelor rezultate ale programului operațional anterior;
- (i) o actualizare anuală care să prezinte activitățile de informare și comunicare ce urmează să fie realizate în anul următor.