



MINISTERUL DEZVOLTĂRII REGIONALE
ȘI ADMINISTRAȚIEI PUBLICE



Agentia pentru Dezvoltare Regionala Bucuresti-Ilfov

Plan de comunicare

2007 - 2013

Editie revizuita 2013



Inițiativă locală. Dezvoltare regională.

www.inforegio.ro

www.regioadrbi.ro

CUPRINS

1. INTRODUCERE.....	5
2. CONTEXT SI FUNDAMENTARE.....	7
3. OBIECTIVE SI MESAJE.....	10
4. PUBLIC TINTA.....	12
5. MASURI SI ACTIUNI.....	12
6. PLAN DE ACTIUNI 2007-2015.....	21
7. CALENDARUL ACTIVITATILOR 2007-2015.....	24
8. BUGET.....	25
9. RESPONSABILITATI.....	26
10. EVALUARE SI RAPORTARE.....	27

Lista acronimelor si abrevierilor

ADR	Agentia pentru Dezvoltare Regionala
ADRBI	Agentia pentru Dezvoltare Regionala Bucuresti-Ilfov
APL	Administratie Publica Locala
AM	Autoritate de Management
AM POR	Autoritate de Management pentru Programul Operational Regional
BI	Bucuresti-Ilfov
C&D	Cercetare & Dezvoltare
CDI	Cercetare, Dezvoltare, Inovare
CDR	Consiliul pentru Dezvoltare Regionala
CDRBI	Consiliul pentru Dezvoltare Regionala Bucuresti-Ilfov
CE	Comisia Europeana
CES	Coeziune Economica si Sociala
CMPOR	Comitetul de Monitorizare POR
CNDR	Consiliul National pentru Dezvoltare Regionala
DMP	Departamentul Monitorizare Proiecte din cadrul ADRBI
DPPMPP	Departamentul Planificare, Programare, Monitorizare si Portofoliu Proiecte din cadrul ADRBI
DPRI	Departamentul Promovare Regionala si Investitii din cadrul ADRBI
DRUDO	Departamentul Dezvoltarea Resurselor Umane si Dezvoltare Organizationala din cadrul ADRBI
DVP	Departamentul Verificare Proiecte din cadrul ADRBI
FEDR	Fondul European pentru Dezvoltare Regionala
FS	Fonduri Structurale
FSE	Fondul Social European
IMM	Intreprinderi Mici si Mijlocii
INCDT	Institutul National pentru Cercetare si Dezvoltare in Turism
INS	Institutul National pentru Statistica
ISD	Investitii Straine Directe
ISPA	Instrumentul Structural de Preaderare
MDRAP	Ministerul Dezvoltarii Regionale si Administratiei Publice
MFP	Ministerul Finantelor Publice
MFE	Ministerul Fondurilor Europene

NUTS	Nomenclatorul Unitatilor Statistice Teritoriale
OI	Organism Intermediar
OI ADRBI	Organismul Intermediar Agentia pentru Dezvoltare Regionala Bucuresti-Ilfov
ONG	Organizatii Non-Guvernamentale
PDR	Planul de Dezvoltare Regionala
PDRBI	Planul de Dezvoltare Regionala Bucuresti-Ilfov
PIB	Produsul Intern Brut
PNAA	Programul National pentru Adoptarea Acquis-ului
PND	Planul National de Dezvoltare
PNUD	Programul Natiunilor Unite pentru Dezvoltare
PO	Programul Operational
POR/Regio	Programul Operational Regional/ Regio
POS	Program Operational Sectorial
RBI	Regiunea Bucuresti-Ilfov
SAPARD	Programul Special de Pre-aderare pentru Agricultura si Dezvoltare Rurala
SG	Scheme de Grant
SIIR	Sistemul Informational Integrat Regional
SWOT	Puncte tari, puncte slabe, oportunitati si amenintari
TAIEX	Unitatea de Asistenta Tehnica pentru Schimb de Informatii
TIC	Tehnologii Informationale si Comunicatii
UE	Uniunea Europeana
USAID	Agentia Statelor Unite pentru Dezvoltare Internationala

1. INTRODUCERE

1.1 Consideratii generale

Abordarea strategica a comunicarii prioritaticilor din Programul Operational Regional - Regio, 2007-2013, se impune ca o necesitate tinand cont de legaturile evidente dintre succesul politicii de dezvoltare Regionala si un sistem coerent de masuri de informare si publicitate¹. Aceste masuri trebuie sa reflecte continutul activitatilor intreprinse in cadrul programului si sa garanteze un grad inalt de transparenta in utilizarea fondurilor, precum si publicitatea cuvenita conceptului de dezvoltare regionala.

Masurile si activitatile ce urmeaza sa fie desfasurate prin Planul de Comunicare trebuie sa fie programate si implementate in mod eficient, astfel incat, odata cu implementarea prioritaticilor din POR - Regio, comunicarea insasi sa devina un avantaj strategic pentru OI ADRBI.

1.2 Cadrul legal si institutional

Ministerul Fondurilor Europene a fost organizat si functioneaza ca organ de specialitate al administratiei publice centrale, cu personalitate juridica, in subordinea Guvernului avand atributii privind coordonarea si gestionarea instrumentelor structurale. Planul de comunicare al OI ADRBI pentru Regio este conceput in conformitate cu prevederile Regulamentelor UE relevante (vezi nota subsol).

Cadrul legal si institutional se refera la informarea de catre autoritatile de management si de organismele intermediare a beneficiarilor potentiali si finali din grupurile tinta vizate de program, despre oportunitatile oferite prin asistenta financiara si la informarea publicului larg despre rolul jucat de Comunitate, precum si despre rezultatele sale.

Continutul si strategia masurilor de informare si publicitate sunt astfel modelate incat sa atinga scopurile propuse la nivel national:

- Sa asigure o informare corecta si transparenta catre toate grupurile tinta asupra oportunitaticilor de finantare de care pot sa beneficieze prin Regio 2007-2013;
- Sa promoveze impactul economic si social al asistentei financiara si sa informeze publicul general asupra valorii adaugate a asistentei comunitare si a rolului avut in dezvoltarea regionala a Romaniei;
- Sa asigure informarea, constientizarea si conformitatea cu privire la temele orizontale: egalitatea de sanse si dezvoltarea durabila;
- Sa stabileasca un sistem eficient pentru comunicare in regiunea Bucuresti-Ilfov si intre toate partile interesate, implicate in implementarea masurilor din Regio.

Urmatoarele organisme au fost desemnate in scopul gestionarii Programului Operational Regional:

-
- Regulamentul CE nr. 1083/2006 privind normele generale asupra Fondurilor Structurale
 - Regulamentul CE nr.1828/2006 privind regulile de implementare a Regulamentului CE nr.1083/2006
 - Regulamentul nr.1080/2006 al Parlamentului si al Consiliului privind Fondul European pentru Dezvoltare Regionala
 - Regulamentul CE nr. 846/2009 pentru modificarea Regulamentului CE nr. 1828/2006

- Comisia Europeana - forul care tuteleaza la nivel european implementarea Programului Operational Regional
- Ministerul Dezvoltarii Regionale si Administratiei Publice ca Autoritate de Management (AMPOR) este responsabila cu gestionarea activitatilor de informare si publicitate cuprinse in Planul de Comunicare la nivel national.
- Cele 8 Agentii de Dezvoltare Regionala ca Organisme intermediare (OIPOR), intre care si OI ADRBI.

Rolul OI ADRBI in privinta informarii si promovarii este de a comunica mesaje la nivel regional si local, in mod planificat, transparent catre toti cetatenii. In acest scop, pe 26 ianuarie 2006, AM a delegat o parte din atributiile sale legate de informare si publicitate catre OI ADRBI prin „Acordul cadrul privind implementarea Programului Operational Regional 2007- 2013 in Romania”. De asemenea, pentru a asigura o mai mare transparenta asupra intregului proces de implementare a Regio in BI, rezultatele acestuia sunt promovate si la nivelul UE si international.

1.3 Programul Operational Regional - Regio

Obiectivul strategic al Regio - POR, stabilit prin documentele de programare, consta in sprijinirea unei dezvoltari economice, sociale, echilibrate teritorial si durabila a regiunilor Romaniei, corespunzator nevoilor lor si resurselor specifice, prin concentrarea asupra polilor urbani de crestere, prin imbunatatirea conditiilor infrastructurale si ale mediului de afaceri, pentru a face din regiunile Romaniei, in special cele ramase in urma, locuri mai atractive pentru a locui, a fi vizitate, a investi si a munci.

Obiectivele specifice ale Programului Operational Regional sunt:

- *Cresterea rolului economic si social al centrelor urbane*, prin adoptarea unei abordari poli-centrice, in vederea stimulării unei dezvoltari mai echilibrate a regiunilor;
- *Imbunatatirea accesibilitatii regiunilor* si, in particular, a accesibilitatii centrelor urbane si a legaturilor cu zonele inconjuratoare;
- *Cresterea calitatii infrastructurii sociale* a regiunilor;
- *Cresterea competitivitatii regiunilor*, ca destinatii pentru afaceri;
- *Cresterea contributiei turismului* la dezvoltarea regiunilor.

Prioritatile POR:

Axa prioritara 1: Sprijinirea dezvoltarii durabile a oraselor - poli urbani de crestere

Axa prioritara 2: Imbunatatirea infrastructurii de transport regionale si locale

Axa prioritara 3: Imbunatatirea infrastructurii sociale

Axa prioritara 4: Consolidarea mediului de afaceri regional si local

Axa prioritara 5: Dezvoltarea durabila si promovarea turismului

Axa prioritara 6: Asistenta tehnica.

Solicitantii eligibili ai Programului Operational Regional sunt:

- Autoritati ale administratiei publice locale
- Asociatii de dezvoltare intercomunitara
- Parteneriate intre autoritati ale administratiei publice locale (si/sau intre autoritati ale administratiei publice locale si ONG-uri/furnizori de servicii sociale)

- Furnizori de servicii sociale, acreditati in conditiile legii
- Universitati de stat
- Institutii publice furnizoare de servicii de formare profesionala continua
- Intreprinderi mici si mijlocii
- Microintreprinderi
- Unitati de cult
- ONG.

2. CONTEXT SI FUNDAMENTARE

Odata cu aderarea Romaniei la Uniunea Europeana, situatia Romaniei in raport cu utilizarea fondurilor europene s-a schimbat. Fondurile Structurale impun o alta abordare: asumarea unui inalt grad de responsabilitate, atat in administrarea fondurilor, cat si in urmarirea rezultatelor, tintind atingerea celor mai importante deziderate: diminuarea disparitatilor inter si intra regionale, atingerea coeziunii sociale si economice prin imbunatatirea nivelului de trai al populatiei, impunerea catorva principii fundamentale: cresterea competitivitatii si eficientei economice, solidaritatea sociala si cresterea increderii populatiei in institutiile europene, ca garant al prosperitatii.

In cazul Regiunii Bucuresti-Ilfov, ADRBI este institutia neguvernamentala, nonprofit si de utilitate publica, ce functioneaza in conformitate cu Legea nr. 315/2004 privind dezvoltarea regionala in Romania. ADRBI si-a inceput activitatea la 1 iulie 1999, ca organism responsabil de implementare a politicii de dezvoltare regionala la nivelul Regiunii Bucuresti-Ilfov aflat in subordinea Consilului pentru Dezvoltare Regionala Bucuresti Ilfov (CDRBI). In data de 16.07.2007, a fost infiintat Organismul Intermediar in cadrul ADRBI (OIADRBI) prin Hot. CDRBI nr. 82, pentru implementarea in Regiunea Bucuresti-Ilfov a atributiilor delegate de catre AM POR.

Structura obiectivelor si constructia Regio ilustreaza foarte bine sintagma: „Gandeste global si actioneaza local”. In consecinta, Planul de comunicare OIADRBI va raspunde acestui deziderat: comunicarea va porni de la nivel regional si va colabora, in parteneriat, cu celelalte nivele: local, national, european si international in vederea realizarii unui amplu proces de constientizare, contribuind la intelegerea si aplicarea politicii de dezvoltare regionala.

OI ADRBI functioneaza in conditiile in care regiunea nu este entitate administrativ-teritoriala, iar canalele de comunicare la nivel regional si local nu sunt suficient dezvoltate. Din acest motiv este necesara infiintarea si dezvoltarea unei retele regionale de comunicatori ai informatiei referitoare la Regio si intarirea rolului de coordonator regional al OI ADRBI, in contextul programelor operationale, in vederea dezvoltarii durabile a Regiunii Bucuresti-Ilfov.

Sondajele realizate de AMPOR in anul 2008 si in anul 2010 prezinta aspecte relevante, atat la nivel national cat si regional, pentru elaborarea planurilor de comunicare:

- Perceptiile negative asupra distribuirii si utilizarii fondurilor UE prin mediatizarea excesiva a cazurilor frauduloase, in detrimentul numeroaselor proiecte de succes;
- Temerile in privinta birocratizarii excesive a accesului la fonduri.

Toate acestea pot fi contracarate printr-o informare eficienta si transparenta care va duce la cresterea calitatii proiectelor depuse si a coerentei portofoliilor de proiecte la nivel local si regional.

De aici apare necesitatea urmatoarelor actiuni:

- mediatizarea rezultatelor proiectelor (rezultatele trebuie sa fie mai vizibile, sa fie facute publice, sa fie promovate ca exemple de buna practica ce au obtinut finantare) si /sau care au fost principalele greseli si modul de evitare a acestora.
- sporirea nivelului de incredere in institutiile publice, in special a celor care gestioneaza fonduri europene.
- facilitarea unei mai bune comunicari intre partile implicate in gestionarea fondurilor UE, asigurand astfel circulatia rapida a informatiei, promptitudinea procesului decizional, transmiterea imediata si corecta a informatiei catre publicul tinta.

Comunicarea in ceea ce priveste dezvoltarea regionala sustinuta de Uniunea Europeana este un domeniu specializat, fapt care reflecta insasi complexitatea subiectului. La nivel general, nevoia unor activitati de comunicare sustinute prin campanii de informare si publicitate provine din necesitatea unei informari imediate, corecte si transparente.

In cazul comunicarii in domeniul fondurilor europene, in afara activitatilor de **constientizare** asupra fondurilor disponibile prin Programul Operational Regional, masurile de informare si publicitate au drept obiectiv si cresterea nivelului de **transparenta** si al **increderei publice** in institutiile care gestioneaza aceste fonduri, acestea fiind principalele subiecte de ingrijorare pentru public asa cum demonstreaza cercetarile sociologice intreprinse de Autoritatea de Management pentru Programul Operational Regional in ultimii 3 ani².

Planul de Comunicare National pentru Regio stabileste liniile de actiune strategice (la nivel national) oferind o imagine asupra nevoilor de informare ale publicului larg, dar si ale grupurilor tinta specifice. In ceea ce priveste principalele surse de informare asupra finantarii europene, cercetarile mentionate au identificat urmatoarele surse:

- Autoritati locale³
- TV si presa scrisa
- Internet
- Centrul de informare InfoEuropa.

Studiile sus mentionate au aratat ca majoritatea oamenilor au auzit de fondurile de preaderare, in mod special de Phare si SAPARD, desi majoritatea asociaza fondurile structurale cu dezvoltarea infrastructurii, investitii in anumite zone, termenul de „fonduri structurale” este cunoscut destul de putin.

Ca urmare a sondajului comandat de MDRT, desfasurat in perioada 15 aprilie - 23 iulie 2010 pentru evaluarea impactului campaniei media de promovare a Regio - Programul Operational Regional a fost identificat impactul diferitelor canale de informare cu privire la Programul Operational Regional si a fost evaluat gradul de satisfactie a

² Aceste cercetari au fost realizate in cadrul a 3 proiecte cu finantare PHARE: “Sprijin pentru organizarea campaniilor de informare si facilitarea pregatirii aplicatiilor” (RO 0108.03.06.01.04), “Campanie nationala de informare si publicitate pentru programul PHARE CES” -RO 2002/000-586.05.02.04.01.03, ” Campanie de informare pentru Programul Operational Regional” - RO 2004/016-772.04.03.01.03.05

³ Conform sondajelor mentionate, principalele surse de informare pentru populatie cu privire la Regio sunt: primaria (57%), mass media nationala (presa, radioul, televiziunea) si mass media locala (presa, radioul, televiziunea).

populatiei fata de activitatile de informare desfasurate in cadrul campaniei de promovare din 2009. Esantionul constituit din 2000 de persoane a asigurat o reprezentativitate a datelor pentru populatia urbana adulta neinstitutionalizata a Romaniei, cu o eroare tolerata de +/-2.6%, pentru un nivel de incredere de 95%.

Analiza nivelului de informare a populatiei cu privire la existenta Programului Operational Regional - Regio a pus in evidenta faptul ca 39,8% dintre respondenti au auzit de POR. De altfel, aproape jumătate din respondenti au declarat ca nu sunt deloc informati cu privire la acest program specific, desi este posibil ca o parte din acestia sa fi auzit de existenta lui. Acest lucru ne conduce la concluzia ca programul trebuie sa beneficieze de o campanie de informare corespunzatoare si intensiva in perioada 2011-2015.

Conform sondajului MDRT, din anul 2010, **televiziunea reprezinta canalul de informare predominant** prin intermediul caruia respondentii au aflat de existenta REGIO. De altfel, majoritatea participantilor la sondajul de opinie apreciaza ca televiziunea constituie canalul de comunicare cel mai eficient pentru promovarea Programului. In acest sens, aproape 7 din 10 respondenti mentioneaza televiziunea ca fiind canalul de comunicare cu cel mai mare impact asupra publicului.

Analiza impactului diferitelor canale de informare asupra publicului general a mai relevat faptul ca televiziunea se situeaza pe primul loc in preferintele populatiei ca mijloc de informare, devenind astfel principalul canal de comunicare prin care cei intervievati pot fi informati despre Regio.

In sondajul de opinie realizat de AM POR in anul 2011⁴ fata de cel realizat in 2010 se remarca o crestere a procentului de populatie care a auzit de fonduri europene (96,8%). Principalele concluzii ale sondajului sunt:

- Regiunea Bucuresti-Ilfov este regiunea in care procentul de populatie care a auzit de fonduri structurale este cel mai mare 22,8%.
- Majoritatea populatiei intervievate declara ca a auzit in orasul in care locuieste au fost realizate proiecte cu bani europeni (68,8%).
- Mai putin de jumătate dintre persoanele intervievate declara ca au auzit de Programul Operational Regional-REGIO (43,7%).
- 55,9% dintre persoanele intervievate nu recunosc logo-ul REGIO si declara ca nu au mai vazut acest logo.
- Principalele instrumente validate de respondenti, in cadrul campaniei de promovare REGIO, sunt televiziunile, panourile stradale si internetul.
- Conferintele sunt mentionate ca surse de informare de catre respondentii din capitala semnificativ mai mult decat cei din restul tarii.

In urma sondajului de opinie realizat de AM POR in luna iulie 2012⁵ in vederea masurarii gradului de informare a publicului general privind Regio - Programul Operational Regional, a rezultat ca in regiunea Bucuresti-Ilfov un procent semnificativ (peste 50% din esantionul intervievat) are cunostinta despre fondurile europene, dar, in ceea ce priveste Regio, procentul este relativ scazut (sub 50%) si acest lucru este valabil si pentru elementele de informare si de identitate vizuala (sigla, panouri stradale, afisaj stradal, produse inscriptionate etc.) Pe de alta parte, 45,7% din esantion nu poate exprima o opinie clara despre program, iar cea mai mare parte a esantionului (peste

⁴ <http://www.inforegio.ro/sites/default/files/RAPORT%20CERCETARE%20iulie%202012.pdf>

⁵ <http://www.inforegio.ro/sites/default/files/RAPORT%20CERCETARE%20iulie%202012.pdf>

97%) a obtinut informatiile in cadrul evenimentelor de informare si promovare care, alaturi de ADR constituie pricipalele surse de informare. In fine, principalele teme de interes pentru cei intervievati au constat in tipurile de proiecte ce pot fi finantate, rezultatele investitiilor si conditiile de obtinere a finantarilor. Toate aceste concluzii conduc la elaborarea celor mai adecvate masuri si activitati de comunicare, ca si la definirea instrumentelor cu care acestea vor fi implementate.

In ceea ce priveste politica de comunicare, OI ADRBI isi argumenteaza Planul de comunicare pe baza sondajelor de mai sus, a experientei dobandite incepand cu anul 1999 in domeniu si a principiilor de mai jos.

Principiile aplicate in desfasurarea activitatilor de comunicare:

- *Transparenta* - capacitatea de a furniza in timp optim informatia obiectiva si corecta privind activitatile OI ADRBI si care sa permita audientelor formarea si formulare unui punct de vedere asupra lor, eventual influentarea anumitor decizii care privesc comunitatile.
- *Constanta* - capacitatea de a furniza in mod constant informatii utile grupurilor tinta in scopul fidelizarii acestora.
- *Flexibilitate* - capacitatea de a ne adapta rapid la semnalele venite din mediul extern;
- *Eficienta* - utilizarea optima a resurselor in vederea atingerii impactului maxim.
- *Unitate* - oferirea unui mesaj coerent, pe „o singura voce”.

In cazul informarii asupra fondurilor UE, in plus fata de cresterea gradului de **constientizare** asupra disponibilitatii fondurilor prin Regio, activitatile de comunicare mai au si urmatoarele scopuri: stabilirea unui **nivel de incredere intre institutiile care gestioneaza programe si fonduri europene si publicurile acestora** - fie publicuri tinta, fie publicul larg, care sa genereze un dialog deschis, constructiv, care sa duca la atingerea unui al doilea scop: **crearea premiselor si a cadrului optim pentru dezvoltare**, prin refacerea constiintei comunitare si schimbarea viziunii oamenilor asupra propriei existente.

3. OBIECTIVE SI MESAJE

Asa cum se mentioneaza in Regulamentul CE Nr. 1083/2006 masurile si activitatile de informare si publicitate intreprinse de Statele Membre privind asistenta oferita prin Fondurile Structurale au ca scop fundamental: **cresterea nivelului de informare, transparenta si constientizare** in ceea ce priveste activitatile Uniunii Europene si **crearea unei imagini coerente a asistentei oferite.**

Scopurile planului national de comunicare sunt, pe de-o parte, *generarea constientizarii prin intermediul instrumentelor de publicitate si informare asupra oportunitatilor de finantare*, iar pe de alta parte, *aducerea la cunostinta publicului larg a contributiei Uniunii Europene la dezvoltarea echilibrata a regiunilor Romaniei, inclusiv contributia la implementarea politicii de dezvoltare regionala.*

Plecand de la aceste scopuri stabilite la nivel national, planul de comunicare regional al POR pentru Bucuresti-Ilfov are urmatoarele **obiective strategice si specifice**:

Obiectiv strategic: 1. Informarea grupurilor tinta asupra oportunitatilor socio-economice de dezvoltare oferite prin Regio, ca program al UE

Obiective specifice

1.1 Grupuri tinta informate despre Regio: cunoasterea scopului programului, a domeniilor de interventie, criteriilor de eligibilitate si a rolului institutiilor care gestioneaza acest program.

1.2 Grupuri tinta informate referitor la utilizarea ghidurilor solicitantului si la modul de completare a cererilor de finantare.

1.3 Beneficiari informati asupra procedurilor de implementare a contractului de finantare a proiectului (de ex. Rapoarte de progres, cereri de rambursare, aplicare MIV, achizitii publice, aplicarea temelor orizontale etc).

1.4 Public (intern si extern) informat asupra viziunii, misiunii, valorilor, activitatilor si serviciilor oferite de catre OI ADRBI.

Mesaje: Regio implementeaza principiul solidaritatii in regiunea Bucuresti-Ilfov. Cetatenii acestei regiuni sunt beneficiarii finali ai investitiilor finantate prin Regio 2007-2013.

Obiectiv strategic: 2. Asigurarea unei mai mari transparente in utilizarea Regio

Obiective specifice

2.1. Promovarea Regio in contextul programelor finantate de Uniunea Europeana.

2.2. Aplicarea principiului transparentei privind implementarea programului in relatia cu beneficiari potentiali si finali si cu publicul larg.

2.3. Proiecte de succes promovate in vederea diseminarii bunelor practici vs. activitatile care au afectat negativ implementarea proiectelor, pentru a se evita repetarea greselilor.

2.4. Temele orizontale: egalitatea de sanse, tehnologia informatiei, protectia mediului, dezvoltarea durabila promovate grupurilor tinta.

Mesaj: Regio este implementat, la nivelul regiunii Bucuresti-Ilfov, cu succes si in mod transparent prin intermediul OI ADRBI.

Obiectiv strategic: 3. Afirmarea Regio ca principal instrument de realizare a politicii Regionale in BI

Obiective specifice

3.1. Retea regionala de comunicatori ai informatie Regio creata, dezvoltata si activa.

3.2. Parteneriate cu ceilalti actori interesati in dezvoltarea regiunii Bucuresti Ilfov.

3.3. Grupuri tinta active si implicate in elaborarea si implementarea proiectelor finantate prin Regio.

3.4. OI ADRBI implicat activ in realizarea transferului de experienta in derularea Regio in alte regiuni europene.

Mesaje: Regiunea si implicit comunitatile locale din Bucuresti Ilfov beneficiaza de reale oportunitati de dezvoltare accelerata prin Regio. Dezvoltarea in parteneriat a comunitatilor locale din Bucuresti-Ilfov prin Regio este un exemplu pentru regiunile europene in curs de aderare la UE.

4. PUBLIC TINTA

1. Publicul intern:

- Personalul ADR BI si OI ADRBI;
- Consiliul pentru Dezvoltare Regionala BI;
- AM POR
- CM POR.

2. Publicul extern:

- Beneficiari potentiali si finali
- Reteaua regionala de comunicatori de informatie din Bucuresti-Ilfov
- Mass-media
- Publicul larg din regiunea Bucuresti Ilfov, Romania, Europa

Grupuri de sprijin:

- Institutii europene
- Reprezentanta Comisiei Europene
- Parlamentul Romaniei
- Guvernul Romaniei
- Comunitatea academica: profesori, personalitati culturale
- Asociații profesionale
- Administratia publica locala.

5. MASURI SI ACTIUNI

Planul de comunicare pentru Regio BI are ca scop, pe de o parte, generarea constientizarii prin intermediul instrumentelor de comunicare, publicitate si promovare create de OI ADRBI, iar pe de alta parte, diseminarea instrumentelor informative create de AMPOR, ca si pe cele create de OI-urile Regionale pentru POS-uri, specifice nevoilor regiunii.

Masurile intreprinse pentru punerea in aplicare a planului de comunicare pentru POR vizeaza: **informarea, promovarea si evaluarea planului de comunicare.**

Mijloace/instrumente de comunicare:

Pentru publicul intern:

- Comunicare directa
- Seminarii de informare

- Comunicare intranet/retea si internet (cu acces numai pentru membrii).

Pentru publicul extern:

- evenimente pentru informare generala/ tehnica;
- evenimente pentru promovarea proiectelor de succes si a exemplilor de buna practica;
- comunicare electronica (internet/e-mail);
- audiovizuala: prin mass-media specializate, pagini web, filme de prezentare, spoturi radio-TV, materiale multi-media;
- publicatii tiparite (cu caracter general si specializate, incluzand materiale informative de interes public: buletine informative, fise sectoriale, fluturasi, brosure, pliante, afise etc.);
- aparitii in publicatii cu caracter general si specializate - machete publicitare, publi-reportaje, articole in publicatii specializate din tara si din strainatate.

MASURA A: INFORMARE

Actiuni si activitatile implicate

- a. Campanii de informare si publicitate, sesiuni de informare tematica in regiunea Bucuresti-Ilfov
- b. Crearea si dezvoltarea paginii de internet dedicata programului pentru regiune: www.regioadrbi.ro, buletinul regional, fisa sintetica de informare pe domenii majore de interventie (DMI), revista presei, comunicare electronica si gestionare baza de date;
- c. Crearea si operationalizarea biroului de informare
- d. Publicatii de informare/promovare a Regio
- e. Relatia cu mass-media;
- f. Reteaua regionala a comunicatorilor Regio (lucru in reseaua regionala si utilizarea sprijinului retelelor cu mai multa experienta din tara, din Europa si la nivel international).

a. Campanii de informare si publicitate, sesiuni de informare tematica interne si externe in regiunea Bucuresti Ilfov

Campaniile de informare vor fi adaptate grupurilor tinta cu care se va lucra. Acestea vor consta in seminarii de informare, conferinte, mese rotunde, caravane de informare, intalniri de corelare/tematice de lucru interne si externe, distribuirea de materiale informative si de promovare, dezbateri, intalniri cu jurnalistii, campanie outdoor, promovarea activitatilor biroului de informare etc.

In baza primelor trei principii care ne conduc in activitatea de comunicare: transparenta, consecventa si flexibilitate, se impune:

- respectarea procedurilor de comunicare formala si dezvoltarea abilitatilor de comunicare ale OI ADRBI si grupurile sale tinta, in vederea realizarii unui flux de comunicare.
- *cresterea gradului de informare in randul publicului intern*, schimbul de date, sprijin reciproc intre OI ADRBI si institutiile implicate in Regio si retelele de comunicatori de informatie.

Obiective:

- Crearea unui dialog care sa favorizeze construirea unor relatii permanente si a increderii in OI ADRBI, ca partener pentru dezvoltarea durabila a regiunii.

- Pregătirea potențialilor beneficiari pentru cunoașterea documentației specifice finanțării europene; cunoașterea și înțelegerea pachetului informativ - ghidul solicitantului și cererea de finanțare.
- Pregătirea beneficiarilor pentru cunoașterea procedurilor de implementare, a contractului de finanțare a proiectului (de ex. Rapoarte de progres, cereri de rambursare, aplicare MIV, achiziții publice, aplicarea temelor orizontale etc).
- Acordarea de sprijin AMPOR în organizarea activităților de comunicare la nivelul regiunii București-Ilfov.
- Promovarea rezultatelor implementării Regio la nivelul regiunii București Ilfov.

Grupurile tinta: publicul intern și extern, mass-media și grupurile de sprijin

Temele principale:

- informații și modalități de accesare a programelor și lucrul prin proiecte;
- promovarea temelor orizontale ale Regio în rândul publicului extern;
- promovarea proiectelor de succes și a exemplurilor de bună practică din Regiunea București-Ilfov;
- Regiunea București-Ilfov și România în UE - oportunități și riscuri, întrebări frecvente în vederea accesului la dezvoltare durabilă a comunităților locale în contextul Uniunii Europene;
- susținerea inter-operabilității (Legile nr. 52 și nr. 544 privind accesul liber la informația de interes public, precum și legea transparenței decizionale, creează cadrul general de acțiune individual sau instituțional, dar alături de aceste legi este nevoie de bună voință și deschidere în aplicarea bunelor practici definite la nivel instituțional);
- dezvoltarea competențelor în gestionarea eficientă a Regio în regiunea București-Ilfov.

Acțiuni și instrumente:

- sesiuni de informare și promovare pentru publicul extern- conferințe, seminarii, întâlniri, caravane etc
- editarea de materiale de informare și promovare (pliante, afișe, broșuri pentru „proiecte de succes”) și/sau multi-media în format atractiv
- promovarea Regio, a AM POR, a OI ADRBI și a biroului de informare.

Editarea de publicații se va face complementar publicațiilor AM POR și în funcție de necesarul la nivel local și regional cu informații specifice.

Organizarea evenimentelor și a întâlnirilor directe reprezintă oportunități pentru atingerea obiectivelor strategice - informarea, asigurarea transparenței activității instituțiilor care gestionează finanțările Uniunii Europene, conștientizarea contribuției UE la dezvoltarea echilibrată a regiunilor, promovarea Regio ca instrument financiar pentru dezvoltare.

b. Pagina de internet www.regioadrbi.ro, buletinul regional BI, fișe pe domenii, revista presei

Situația actuală a mediului de comunicare:

Pagina de internet www.adrbi.ro administrată de ADRBI constituie un mediu dinamic de informație care necesită o nouă arhitectură și o restructurare de conținut. Site-ul a avut în anul 2007 un număr de peste 22.000 de vizitatori pe an.

Pentru o buna gestionare a informatiilor Regio, s-a impus crearea si dezvoltarea unui nou site in anul 2008: www.regioadrbi.ro, care sa asigure un design creativ pentru identificarea usoara a informatiilor, in vederea atragerii unui numar mai mare de vizitatori. Aceasta pagina de internet, dedicata Regio in regiunea Bucuresti Ilfov din anul 2009, are integrata facilitatea transmiterii on-line a solicitarilor de informatii printr-un formular special conceput. Pentru gestionarea tuturor solicitarilor/raspunsurilor Regio va fi integrat un sistem de gestionare a acestor date din anul 2010, care va permite analizarea si raportarea in timp real a tuturor informatiilor necesare raportarilor.

Buletin regional BI - buletin informativ electronic va cuprinde noutati privind activitatile desfasurate de principalele institutii de dezvoltare regionala si reprezinta o baza de date oficiala pentru mass-media, beneficiari potentiali de finantari si pentru publicul larg.

Fise sintetice de informare pe DMI - publicatie ce vine in sprijinul grupurilor tinta cu informatie de ultima ora - modificari ale documentelor ce trebuie completate de acestia, a legislatiei, corrigenda etc.

Revista presei - publicatie electronica a OI ADRBI ce cuprinde principalele evenimente aparute in presa scrisa cu impact asupra regiunii BI.

Comunicare electronica - gestionarea postei electronice. (de ex: informari catre grupuri tinta, rasunsuri la solicitari de informatii, transmitere invitatii etc)

Gestionare baza de date - dezvoltarea bazei de date in vederea eficientizarii comunicarii.

Obiective:

- sa reprezinte pozitia oficiala a OI ADRBI;
- sa ofere publicului de nisa si publicului larg informatie actualizata cu privire la OI ADRBI si actiunile legate de dezvoltarea durabila a regiunii prin Regio.
- sa dezvolte interesul diferitelor segmente de public pentru activitatea OI ADRBI si pentru oportunitatile oferite de aceasta institutie - intarirea si intretinerea imaginii publice a OI ADRBI.

Grupurile tinta: publicul intern, publicul extern, mass-media si grupurile de sprijin.

Tema principala: Regio ca instrument al dezvoltarii regiunii Bucuresti-Ilfov.

Actiuni si instrumente

- Administrarea continutului site-ului (editare, actualizare, procesare multimedia)
- constant;
- Elaborarea, editarea si publicarea buletinului regional BI - lunar;
- Elaborarea, editarea si publicarea fiselor sintetice pe DMI ori de cate ori se impune actualizarea informatiilor;
- Elaborarea, editarea si publicarea revistei presei.

Campanii de promovare a Regio in contextul programelor UE pentru Romania: anunturi de presa, comunicate de presa, editare de materiale informative - trimestrial sau functie de calendarul lansarii programelor.

c. Relatiile cu mass-media:

Interesul presei locale, regionale, nationale, europene si internationale privind aspectele ce vizeaza dezvoltarea regiunii Bucuresti-Ilfov este in continua crestere.

Obiective:

- transmiterea catre mass-media de informatii relevante si de actualitate despre Regio; valorificarea si dezvoltarea parteneriatelor cu mass-media;
- familiarizarea mass-media regionale cu logo-ul si sloganul Regio precum si al OI ADRBI prin transmiterea catre acestia de produse de informare si promovare;
- cresterea interesului jurnalistilor pentru articole de analiza privind dezvoltarea regionala si programele/proiectele Uniunii Europene, precum si proiectele proprii ale OI ADRBI.

Grup tinta: mass-media locale, regionale, nationale si europene.

Temele principale: dezvoltarea durabila a regiunii Bucuresti-Ilfov, avantajele si oportunitatile de afaceri prin Regio, proiecte ale regiunii, activitatea OI ADRBI pentru implementarea Regio.

Actiuni si instrumente

Conferinte de presa/comunicate de presa/informari/interviuri/ raspunsuri la solicitarile mass-media privind informatiile detinute de OI ADRBI, astfel:

- conferinta de presa, lunar sau in functie de necesitati;
- comunicate de presa de cate ori este nevoie;
- interviuri - in functie de solicitarea presei sau de nevoia institutiei de a transmite un mesaj catre grupul/rile tinta/ publicul larg;
- organizarea de evenimente specifice pentru mass-media - de ex., vizite impreuna cu presa la proiectele aflate in derulare in regiunea de dezvoltare BI;
- organizarea vizite in cadrul campaniilor si caravelor in vederea promovarii proiectelor de succes din regiune etc;
- sesiuni de briefing pe subiecte de interes, in functie de evenimentele publice si de interesul manifestat de mass-media;
- monitorizare mass-media;
- rezervarea unor rubrici (unui spatiu) in paginile unui/mai multor cotidiene si publicatii de afaceri romanesti si europene - de ex; Open days buletin (colaborari la Euractiv, Euroobserver, etc).

d. Networking - Reteaua regionala a comunicatorilor Regio

ADRBI a folosit expertiza acumulata ca membru al retelei de multiplicatori de informatie europeana⁶ si isi propune crearea,coordonarea si dezvoltarea unei Retele regionale de comunicatori de informatie pentru Regio in regiunea Bucuresti-Ilfov incepand cu anul 2008.

Obiectivul strategic al Retelei este in concordanta cu regulamentul CE Nr. 1159/2006 privind masurile de informare si publicitate intreprise de Statele Membre asupra asistentei oferite prin Instrumentele Structurale de a **creste nivelul de informare, transparenta si constientizare** in ceea ce priveste activitatile Uniunii Europene si de **creare a unei imagini coerente a asistentei oferite**, implicit a **REGIO**. Astfel, informatia despre Regio va fi adusa mai aproape de grupurile tinta, in vederea

⁶ reseaua multiplicatorilor de informatie europeana a fost infiintata in anul 2000 de catre Delegatia Comisiei Europene in Romania

diseminarii acesteia catre publicul larg, avand in vedere dezvoltarea armonioasa a regiunii Bucuresti-Ilfov.

Obiective specifice

- Cresterea *impactului* activitatilor de informare europeana prin imbunatatirea expertizei multiplicatorilor si intarirea cooperarii dintre acestia;
- Cresterea *coeziunii* Retelei prin implementarea unor scheme de coordonare eficiente si dezvoltarea de standarde de calitate in comunicarea europeana;
- *Planificarea strategica* a viitorului Retelei, inclusiv prin dezvoltarea de parteneriate ce pot aduce o valoare adaugata sustenabilitatii acesteia.

Structura si membrii Retelei

Reteaua Comunicatorilor este o structura informala care numara, din iulie 2008, aproximativ 50 de institutii si include urmatoarele tipuri de multiplicatori/comunicatori:

1. Structuri guvernamentale
2. Administratie publica locala si prefecturi
3. Agentia pentru Dezvoltare Regionala Bucuresti-Ilfov
4. Camere de Comert
5. ONG-uri
6. Organisme intermediare POS-uri
7. Centre de documentare si informare
8. Universitati, centre culturale sau religioase
9. Inspectorate Scolare Judetene, servicii deconcentrate
10. Altele

Grupurile tinta: administratia publica, societati comerciale, asociatii profesionale, ONG-uri, unitati de cult, institutii de invatamant, Reprezentanta CE, Autoritatea de Management.

Temele principale: oportunitati de finantare prin Regio si de investitii pentru dezvoltarea regiunii Bucuresti-Ilfov, cadrul institutional si legal pentru Regio, exemple de succes etc.

Actiuni si instrumente

- realizarea cadrului de functionare a retelei de comunicatori regionali de informare,
- crearea si operationalizarea punctelor de contact ale retelei de informare Regio pentru regiunea Bucuresti-Ilfov,
- intalniri cu membrii retelei de comunicatori din regiunea BI,
- distribuire directa de informatii in functie de cerere (Help desk/ Biroul de informare)
- realizarea unei platforme electronice de comunicare⁷

⁷ <http://www.regioadrbi.ro/regio/retea.aspx>

MASURA B: PROMOVARE

VII. Evenimente speciale

➤ Organizarea unui eveniment propriu in cadrul „ Open Days - Saptamana europeana a regiunilor si a oraselor” - organizat in luna octombrie la Bruxelles de catre Comisia Europeana (DG „Regio”) si Comitetul Regiunilor. In cadrul acestor manifestari se va realiza un schimb de experienta intre actorii dezvoltarii regionale din cele peste 200 de regiuni reprezentate si promovarea rezultatelor implementarii programului in regiunea BI. De asemenea, cu aceasta ocazie va fi promovat principalul instrument de dezvoltare regionala POR. Luand in considerare ca este un Program finantat cu bani publici europeni, consideram necesara promovarea acestuia pe o scara cat mai larga in cadrul UE si numai. Prin promovarea intensiva si catre un public cat mai larg se poate prezenta ADRBI ca institutie cu experienta in planificarea si derularea de fonduri publice spre folosul cetatenilor din aceea comunitate, cu un impact din ce in ce mai considerabil asupra dezvoltarii UE, ca ansamblu, cat si la nivel global ce apare o data cu cresterea nivelului de trai a fiecrei zone din cadrul UE.

Organizarea unui eveniment de promovare a bunelor practici in procesul de a implementa REGIO si a unor exemple de succes de nivel regional poate sa asigure o mai buna transparenta a utilizarii fondurilor publice europene si sa mai reduca din imaginea incapacitatii romanilor de a utiliza fonduri europene. Astfel, organizarea evenimentului la Bruxelles - capitala UE intr-o perioada de maxima atractivitate pentru dezvoltarea regionala datorat evenimentului - Open days poate sa asigure o larga vizibilitate a REGIO, a institutiei - ADRBI si implicit a regiunii cu costuri mici si un impact mare dat de numarul de participanti la eveniment, posibilitatile de a intra in contact cu cat mai multe regiuni europene si posibilitatea de a mediatiza evenimentul nu numai local, regional si national, ci si international.

➤ Aniversarea REGIO va avea loc cu ocazia Conferintei regionale anuale cand vor fi premiati parteneri REGIO si vor fi prezentate momente relevante din cadrul implementarii proiectelor etc.

Participari la evenimente interne si externe in perioada

a) interne - participarea la evenimentele organizate de AM si de OI-urile din celelalte regiuni si la alte evenimente legate de activitatile de comunicare pentru promovarea REGIO (ex.: targuri, forumuri, conferinte, seminarii etc.). Activitatea se desfasoara in functie de invitatiile primite de catre OIADRBI.

b) externe - participarea la conferinte, seminarii si pregatiri in strainatate (ex.: targuri, forumuri, conferinte, seminarii etc.) Activitatea se desfasoara in functie de invitatiile primite de catre OIADRBI.

VIII. Campanii publicitare

Pentru a asigura transmiterea mesajelor legate de implementarea Regio catre publicul tinta, avem in vedere contractarea unor spatii publicitare in mass-media regionale si nationale/europene in care sa inseram informatii de actualitate legate de derularea Regio in regiunea Bucuresti-Ilfov si de rezultatele concrete obtinute in cadrul proiectelor implementate prin acesta.

Campania prin internet

La nivelul Regiunii Bucuresti-Ilfov vor fi publicate in mediul virtual articole avand ca tematica finantarile disponibile prin Regio 2007 - 2013, stadiul implementarii

programului si rezultatele obtinute etc. Se va posta un banner care va fi activ si va putea fi accesat pe intreaga perioada a campaniei.

Obiectul acestui demers este de a atrage cat mai multe persoane din grupurile tinta REGIO si de a-i informa asupra oportunitatilor de finantare disponibile prin REGIO pentru regiunea Bucuresti Ilfov, exemple de proiecte implementate si de a reflecta in termeni practici beneficiile care rezulta din implementarea acestuia etc.

Campania radio

La nivelul Regiunii Bucuresti-Ilfov se vor difuza spoturi/saptamana si se va realiza o mini emisiune / saptamana. Prin intermediul difuzarii de interviuri informative destinate promovarii oportunitatilor disponibile prin REGIO, a rezultatelor implementarii programului etc.

Campania TV

Acest tip de campanie poate oferi o informatii imediate celor care vor viziona interviul din cadrul emisiunii. Aceasta vine sa completeze celelalte campanii si celalate activitati de informare si promovare (conferinte, seminarii, realizare si diseminare produse tiparite si de promovare etc).

Pentru campania TV se estimeaza oferirea de interviuri in cadrul emisiunilor tematice (de ex- economice, finante, fonduri EU etc).

Campanie in presa scrisa

Obiectul acestui demers este de a atrage cat mai multe persoane din grupurile tinta REGIO si de a-i informa asupra realizarilor REGIO, de a oferi exemple de proiecte implementate si de a reflecta in termeni practici beneficiile care rezulta din implementarea acestuia etc.

IX. Campanie outdoor/out of home

Campania outdoor are ca obiectiv informarea publicului larg despre disponibilitatea finantarii alocate prin REGIO si a rolului ADR BI in calitate de Organism Intermediar la nivelul regiunii Bucuresti Ilfov. In acelasi timp campania va evidentia calitatea de finantator atat in ce priveste Uniunea Europeana cat si Guvernul Romaniei, prin promovarea identitatii vizuale a celor doua entitati in conformitate cu prevederile Manualului de Identitate Vizuala pentru REGIO. Se are in vedere realizarea unor produse specifice, cum ar fi: standuri expozitionale, infopoint-uri etc, cat si utilizarea acestora si a steagurilor.

X. Producere/Inscriptionare obiecte promotionale

Se vor realiza obiecte promotionale care vor fi inscriptionate conform Manualului de identitate vizuala REGIO si au ca scop fidelizarea grupurilor tinta fata de REGIO si stimularea interesului de a ne contacta in vederea obtinerii de informatii privind REGIO. Se are in vedere o gama larga de produse, cum ar fi: pixuri, cani, memory stick, plachete, brelocuri etc.

XI. Participari la evenimente externe - in regiune, tara si UE

MASURA C: EVALUARE

Evaluarea implementarii PC se va realiza prin instrumente specifice, in mare masura create in cadrul ADRBI, cum ar fi: chestionare de evaluare, intrebari punctuale, minutele unor intalniri.

De asemenea, in masura identificarii de finantari se vor contracta studii specializate in masurarea impactului mass-media in regiune ca urmare a promovarii REGIO.

Periodic, se realizeaza de catre ADRBI un raport de implementare a PC, in conformitate cu procedura de informare si promovare, cat si a altor rapoarte solicitate de catre anumite institutii.

6. PLANUL DE ACTIUNI 2007-2015

MASURI/ACTIVITATI	PRODUSE / REZULTATE	RESPONSABIL	GRUPURI TINTA VIZATE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE
A. INFORMARE				
I. Organizare conferinte/sesiuni de informare	I.1. Participare la conferinta nationala de lansare POR	OI ADRBI	Potentialii beneficiari, mass-media, publicul general	Iulie 2007
	I.2. Conferinta Regionala de lansare POR	DPRI, AM POR	Administratie centrala, APL BI, ONG, IMM, societati comerciale	Octombrie 2007
	I.3. Conferinte Regionale de prezentare a rapoartelor anuale POR	DPRI, DPPMPP, DVP si DMP	Administratie centrala, mass-media, beneficiari potentiali si finali POR, publicul larg	2008-2014
	I.4. Participare la conferinta nationala de finalizare POR	OI ADRBI	Potentialii beneficiari, mass-media, publicul larg	2015
	I.5. Conferinta Regionala de finalizare POR	DPRI, AM POR	Administratie centrala, APL BI, ONG, Societati comerciale, IMM	2015
	I.6. Seminarii de informare despre domenii majore de interventie sau teme de actualitate Regio	DPRI, DPPMPP	Beneficiari potentiali si finali, reseaua regionala a comunicatorilor Regio, mass-media, publicul larg	2008 - 2015
	I.7. Mese rotunde pe teme tehnice	DMP, DPRI	Beneficiari	2009-2013
	I.8. Caravane de informare	DPRI, DPPMPP, DMP	Grupurile tinta si mass-media	2008-2015
	I.9. Seminarii de informare pentru publicul intern	DPRI, DPPMPP, DMP	OI ADR BI, CDR BI	2008-2015
	I.10. Intalniri de corelare intre OI- POR- si POS	DPRI, DPPMPP, DMP	OI POR si POS	2008-2015
II. Creare, intretinere web site	II.1 Creare web-site (gazduire, furnizare de informatii, actualizarea informatiilor, administrare)	OI ADRBI	Toate grupurile tinta mentionate: potentialii beneficiari, beneficiari, publicul larg, mass-media, publicul intern	2008-2015
III. Biroul de informare	III. Creare, operationalizare si functionare biroul de informare (helpdesk) si call center	DPRI, DPPMPP, DMP	Beneficiari potentiali si finali, publicul larg	2007-2015

MASURI/ACTIVITATI	PRODUSE / REZULTATE	RESPONSABIL	GRUPURI TINTA VIZATE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE
IV. Publicatii	IV.1. Brosura OI ADR BI	DPRI	Toate grupurile tinta	2010 - 2012
	IV.2. Brosuri proiecte in RBI	DPRI, DPPMPP, DMP	Toate grupurile tinta	2010 - 2015
	IV.3. Pliante OI si HD	DPRI	Toate grupurile tinta	2009 - 2015
	IV.4. Buletin informativ electronic	DPRI	Publicul larg, potentialii beneficiari, beneficiari	2008-2015
	IV.5. Ghidul beneficiarului (multiplicare)	DPRI	Potentiali beneficiari	2008
	IV.6. Pliant proiecte	DPRI, DPPMPP, DMP	Publicul larg, potentialii beneficiari, beneficiari	2010-2015
	IV.7. Brosura beneficiarului	DPRI, DPPMPP, DMP	Potentiali beneficiari, publicul larg	2010 - 2012
	IV.9. CD-uri informative	DPRI	Toate grupurile tinta ale POR	2008-2013
	IV. 10 Film prezentare OI ADRBI	DPRI	Toate grupurile tinta ale POR	2011-2015
	IV.11 Afis „Harta alocarii financiare Regio”	DPRI	Toate grupurile tinta ale POR	2010
	IV.12 Mape	DPRI	Toate grupurile tinta ale POR	2010, 2012, 2014
	IV.13 Notes	DPRI	Toate grupurile tinta ale POR	2010-2014
	IV.14 Afis „Implementare Regio In regiunea Bucuresti Ilfov”	DPRI	Toate grupurile tinta ale POR	2012,2013,2014
	IV.15 Alte produse in functie de necesitati	DPRI	Toate grupurile tinta ale POR	2011-2015
	V. Relatii cu mass-media	V.1 Conferinte de presa V.2 Evenimente pentru presa (vizite la diverse proiecte de succes) V.3 Comunicate de presa, aparitii TV ale purtatorilor de imagine si de cuvant ai OI-ADRBI, interviuri, articole V.4. BI Regio Cafe	DPRI	Mass-media

MASURI/ACTIVITATI	PRODUSE / REZULTATE	RESPONSABIL	GRUPURI TINTA VIZATE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE
VI. Reteaua comunicatorilor de informatie	VI.1 Crearea, intretinerea si dezvoltarea bazei de date cu reprezentanti ai organizatiilor publice si private care colaboreaza la promovarea si informarea pentru POR VI.2 Intalniri de lucru	DPRI	Grupuri tinta Regio	2008-2015
B. PROMOVARE				
VII. Evenimente speciale de promovare	VII.1 Aniversare Regio	DPRI	Grupuri tinta Regio	2008-2015
	VII. 2 Organizare evenimente prezentare realizari POR BI la Bruxelles	DPRI	Institutiile europene si publicul larg	2012-2014
VIII. Publicitate	Anunturi, prezentari etc	DPRI	Grupurile tinta Regio	2008-2015
IX. Campanie outdoor	IX.1. Panouri	DPRI	Publicul larg	2011-2013
	IX.2. Banner/afis/steag	DPRI	Publicul larg	2011-2015
X. Producere/ Inscriptiune obiecte promotionale	X.1. Materiale, obiecte promotionale cu logo-ul POR, OI ADRBI	DPRI	Grupurile tinta Regio	2008-2015
XI. Participari la evenimente interne si externe	XI.1. Deplasari in regiune, tara si strainatate (state membre si candidate UE); Prezentari la evenimente nationale si europene	DPRI	Grupurile tinta Regio	Din trim IV, 2007-2015
C. EVALUARE				
XII. Evaluarea impactului implementarii PC	XII.1. Studii / sondaje/cercetari de impact Planului de comunicare	DPRI	Grupuri tinta Regio, AM POR, CDRBI, mass-media, publicul larg	2012-2015
	XII.2. Analiza nevoilor de informare ale grupurilor tinta Regio			2008-2015
XIII. Monitorizarea si raportarea implementarii PC	Rapoarte	DPRI	AMPOR, prefecturi Bucuresti/Ilfov, CDRBI	2007-2015

Activitatile vor fi detaliate in planurile anuale de actiuni care se intocmesc in conformitate cu procedurile specifice aprobate si avizate.

7. CALENDARUL ACTIVITATILOR 2007-2015

Masura si activitatea/Perioada	2007				2008				2009				2010				2011				2012				2013				2014				2015								
	-	=	≡	≥	-	=	≡	≥	-	=	≡	≥	-	=	≡	≥	-	=	≡	≥	-	=	≡	≥	-	=	≡	≥	-	=	≡	≥	-	=	≡	≥					
A. INFORMARE																																									
I. Conferinta nationala de lansare Regio				█																																					
I. Conferinta Regionala de lansare Regio				█																																					
I. Conferinte de prezentare rapoarte Regio								█				█								█																					
I. Participare la Conferinta nationala pentru inchiderea Regio																																									
I. Conferinta Regionala de inchidere Regio in BI																																									
I. Seminarii de informare, corelare si caravane																																									
II. Creare si intretinere web site Regio				█																																					
III. Biroul de informare pentru Regio (help-desk)				█																																					
IV. Publicatii				█																																					
V. Relatii mass-media				█																																					
VI. Reteaua comunicatorilor de informatie																																									
B. PROMOVARE																																									
VII. Evenimente speciale																																									
VIII. Publicitate																																									
IX. Campanie outdoor																																									
X. Producere, inscripcionare obiecte promotionale																																									
XI. Participari la evenimente interne si externe																																									
C. EVALUARE																																									
XII. Monitorizare, evaluare, raportare																																									
XIII. Cercetare nevoi de informare ale grupurilor tinta																																									

8. BUGET indicativ (lei)

Masura	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Informare, promovare	49.314,11	217.399,83	146.426.05	177.301,37	426.074,42	670.000	400.000	130.000

9. RESPONSABILITATI

Rolurile si responsabilitatile (pentru asigurarea unei comunicari, informari si publicitati coordonate, coerente a Regio) sunt impartite pe 3 niveluri:

AM POR este responsabila la nivel national de conformitatea cu cerintele de informare si publicitate asupra tuturor masurilor din REGIO (art. 60, alin. (j) din Regulamentul CE 1083/2006). In acest context, AM POR elaboreaza, implementeaza si evalueaza Planul de comunicare national. Prin acest plan, AM POR planifica strategic, in stransa cooperare cu OI, actiunile de promovare si publicitate asupra programului pentru toata perioada de implementare a acestuia.

AM POR este responsabila pentru implementarea masurilor de informare si publicitate, conform planului de comunicare national avand in vedere utilizarea unor canale adecvate, potrivite pentru diseminarea informatiilor si comunicare in general. AM POR implementeaza o gama larga de activitati in colaborare cu OI, printre care:

- coordonarea campaniei media la nivel national;
- organizarea conferintelor de lansare, evaluare si incheiere a POR;
- dezvoltarea si diseminarea materialelor publicitare (ex: fluturasi, brosure);
- actualizarea website-ului dedicat POR;
- publicarea pe site a listei beneficiarilor (inclusiv denumirea proiectului si suma alocata acestuia din fonduri publice), a intrebarilor frecvente etc.
- organizarea sesiunilor de briefing, a seminarilor si conferintelor pentru reprezentantii media, solicitanti si beneficiari, asigurand conformitatea cu cerintele UE;
- formarea unor reprezentanti ai grupurilor tinta
- sprijinirea OI in implementarea actiunilor proprii de comunicare;
- informarea Comitetului de monitorizare pentru POR asupra progresului inregistrat in implementarea Planului de comunicare, a masurilor intreprinse si a cailor de comunicare utilizate;
- transmiterea informatiilor de interes general catre Ministerul Fondurilor Europene
- arborarea steagului Uniunii Europene pe durata unei saptamani, incepand cu data de 9 mai a fiecarui an, la sediul Autoritatii de Management;
- evaluarea anuala a planului de comunicare si, dupa caz, propunerea de modificare a acestuia,
- elaboreaza si actualizeaza Manualul de identitate vizuala a Programului Operational Regional pentru crearea unei imagini coerente si unitare la nivel national si regional a programului Regio.

La nivel regional:

- **OI POR** are un rol important in implementarea Planului de comunicare la nivelul regiunii Bucuresti-Ilfov si local. Seful Departamentului Promovare Regionala si Investitii din cadrul OI ADRBI este responsabil cu coordonarea actiunilor pentru realizarea, implementarea si evaluarea Planului de Comunicare a Regio in Bucuresti Ilfov.

Atributiile OI ADRBI includ:

- pregatirea, implementarea si monitorizarea planului propriu de comunicare in corelare cu PC al AM POR;

- transmiterea catre AM a informatiilor necesare pentru actualizarea website-ului si pentru redactarea materialelor informative;
- raportare periodica catre AM POR;
- comunicare constanta si continua cu AM POR si celelalte OI-uri din regiune si din tara;
- crearea, dezvoltarea si intretinerea site-ului Regio Bucuresti-Ilfov;
- crearea unei baze de date de contacte regionale;
- coordonarea campaniei media la nivel regional;
- coordonarea retelei regionale de comunicatori de informatie Regio;
- realizarea publicitatii Regio cu „amprenta” regiunii Bucuresti-Ilfov;
- sprijinirea beneficiarilor in implementarea manualului de identitate vizuala, pentru promovarea proiectelor si a bunelor practici;
- organizare de evenimente interne si externe;
- participare la evenimente;
- infiintarea si functionarea biroului regional de informare din cadrul OI ADRBI;
- arborarea drapelului UE si al Romaniei cu ocazia zilei de 9 mai, a zilei portilor deschise;
- evaluarea anuala a planului de comunicare si adoptarea masurilor eventuale de modificare.

La nivel local:

- **Beneficiarii POR** vor fi responsabili de informarea publicului asupra asistentei obtinute prin POR, in conformitate cu legislatia europeana in vigoare:
 - Indeplinirea activitatilor de informare si publicitate conform prevederilor Regulamentului CE nr. 1828/2006;
 - Realizarea raportului asupra masurilor de informare si publicitate;
 - Realizarea de produse de informare si publicitate in acord cu Manualul de Identitate Vizuala pentru POR;
 - Crearea unei evidente cu produsele de informare si publicitate realizate;
 - Anuntarea, prin comunicate de presa, a inceperii si finalizarii unui proiect;
 - Publicarea, la finalizarea proiectului, a unei ample informari asupra proiectului si a rezultatelor sale in ziarul local cu cea mai mare audienta;
 - Transmiterea catre OI ADRBI de materiale informative/documentare si de promovare (produse audio-video, imagini etc.) in vederea includerii acestora in portofoliul de proiecte al regiunii Bucuresti-Ilfov.

10. EVALUARE si RAPORTARE

Evaluarea activitatilor de informare si publicitate din cadrul Planului de comunicare are in vedere gradul de constientizare a publicurilor tinta asupra unor probleme ca: actiuni comune ale Romaniei si Uniunii Europene pentru implementarea Regio, co-finantarea UE, obiectivele fondurilor, utilizarea fondurilor.

O asemenea evaluare va contribui la definirea mai precisa a viitoarelor activitati de comunicare, realizandu-se, in principal, prin:

- analiza nevoilor de informare ale grupurilor tinta pentru satisfacerea acestora si constientizarea asupra instrumentelor si beneficiilor Regio (aplicarea de chestionare realizate de companii specializate si/sau de personalul DPRI);
- interviuri focus - grup.

Studiile de mai sus au ca scop, printre altele, aflarea raspunsurilor la urmatoarele intrebari:

- A primit publicul tinta informatiile? In ce cantitate /la ce calitate?
- Informatiile sunt utile sau nu?
- Prin ce canal media sau alt canal a primit publicul tinta informatiile?
- Prin ce canal/mediu ar prefera publicul tinta sa primeasca informatiile si in ce forma - audio, video, print?

Indicatori de evaluare

1. Indicatori de eficacitate

”Expunerea” indica gradul in care publicul tinta a receptionat mesajul campaniei, de cate ori mesajul a fost expus, si daca publicul tinta a acordat atentie campaniei, putand sa-si aminteasca sau sa recunoasca mesaje care au fost transmise in timpul implementarii planului de comunicare. Acest indicator releva daca mesajul/campania “patrunde” si se mentine in mintea publicului tinta. Instrumentele de comunicare (publicatii tiparite, internet, televiziune, radio) vor fi supuse unei monitorizari constante, in acest scop.

Vor fi efectuate, in mod regulat, cercetari calitative si cantitative pentru a masura schimbarile in ceea ce priveste nivelul de transparenta si cunoastere (ex: cunostinte despre fondurile alocate prin Regio, perceptia despre dezvoltare regionala si fonduri europene). Toate actiunile intreprinse vor fi evaluate in termeni cantitativi (numar de vizitatori pe site, numar de publicatii distribuite, numar de vizitatori la help-desk, numar de evenimente organizate etc.) si calitativi.

Acesti indicatori vor evalua fiecare masura, actiune si produs in ceea ce priveste calitatea si consistenta. Metodologia utilizata pentru obtinerea acestor date va fi interviuarea grupurilor tinta prin sondaje sau interviuri focus grup.

2. Indicatori de cantitate

Vor fi evaluate cantitativ toate actiunile ce vor fi intreprinse: numarul de vizitatori ai website-ului, numarul de intrebari primite telefonic, numarul de publicatii distribuite, numarul de persoane care a vizitat punctul de informare, numarul de abonati ai buletinelor informative, numarul de persoane care au beneficiat de instruire in cadrul seminariilor, numarul de evenimente organizate, numar de participanti, numar de chestionare aplicate pentru evaluare impactului, registrul electronic al sesizarilor din partea solicitantilor, numarul de proiecte depuse etc.

3. Indicatori de calitate

Acesti indicatori vor evalua fiecare masura, actiune si produs al planului de comunicare, in termeni de calitate si consistenta. Metoda tehnica de colectare a datelor o constituie interviuarea publicului tinta prin intermediul sondajelor de opinie.

Nr.	Actiuni	Grupuri tinta	Evaluare										
			Indicatori	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
A. INFORMARE													
0.	Conferinte	Grupuri tinta POR	indicatori de rezultat		-	-			-	-	-	-	
			numar de participanti	100	-	292	150	100	100	100	100	100	
			numar de aparitii in mass-media	10	15	15	10	10	10	10	10	10	
			numar de materiale distribuite	-	-	292	150	100	100	100	100	100	
I.	Sesiuni de informare	APC, APL, mass-media, beneficiari potentiali si finali, public larg	indicatori de rezultat										
			numar de participanti	100	535	993	800	600	500	400	200	200	
			numar de sesiuni	1	11	43	35	25	20	15	10	10	
			indicatori de impact										
II.	Pagina de internet Regio BI	Toate grupurile tinta si publicul larg	indicatori de rezultat										
			numar de accesari	-	-	-	17000	20000	10000	10000	10000	10000	
			numar de abonati	100	653	1330	2500	3000	3500	4000	4500	4500	
			indicatori de calitate										
III.	Biroul de informare BI	Beneficiari potentiali si finali, publicul larg	indicatori de rezultat										
			numar raspunsuri la solicitari de informatii	20	542	1249	1500	500	300	300	-	-	
IV.	Publicatii	Beneficiari potentiali si finali, publicul larg	indicatori de rezultat										
			numar de publicatii distribuite:										
			a. MDRAP	-	4650	850	5000	5000	5000	5000	500	500	
b. ADRBI	-	5102	3473	10000	15000	25000	10000	1000	500				
V.	Relatii mass-media	Mass-media	indicatori de rezultat										
			numar de participanti	20	130	176	125	130	125	110	90	50	
			numar de spoturi radio	-	6	-	-	2	2	2	1	1	
			numar de aparitii in mass-media		50	90	70	70	50	50	30	20	
VI.	Reteaua comunicatorilor de informatii Regio	Beneficiari potentiali si finali, publicul larg	indicatori de rezultat										
			numar de membri	-	40	70	75	80	85	90	90	90	
			evenimente organizate			3	4	2	2	2	1	1	

Nr.	Actiuni	Grupuri tinta	Evaluare									
			Indicatori	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
B. PROMOVARE												
VII.	Evenimente speciale	APC, institutii europene, potentiali beneficiari, publicul larg	indicatori de rezultat									
			numar de sesiuni	-	3	3	3	3	3	3	2	2
			indicatori de impact									
VIII.	Publicitate	Grupuri tinta POR, publicul larg	indicatori de rezultat									
			numar de materiale produse	1	2	2	2	2	4	2	1	1
IX.	Campania outdoor: afise, panouri, bannere	Publicul larg	indicatori de rezultat									
			numar de materiale produse	-	-	-	-	2	2	1	1	-
X.	Materiale promotionale	Potentiali beneficiari, beneficiari, mass-media	indicatori de rezultat									
			numar materiale utilizate		2000	4000	-	5000	5000	5000	-	-
XI.	Participare la evenimente interne si externe	Public intern, public international	indicatori de rezultat									
			numar de paticipari		10	10	10	10	10	10	10	8
C. EVALUARE												
XII.	Studii de impact	AM POR, APC, APL, beneficiari, publicul larg	indicatori de rezultat									
			numar de studii				-			1		-
XIII	Monitorizarea si raportarea PC	AM POR	indicatori de rezultat									
			numar de rapoarte		2	2	2	2	2	2	2	2