



Fondurile europene pe intelesul tuturor

# *Raport de cercetare Calitativa si Cantitativa*



# Cuprins

## I. Introducere

Contextul analizei de nevoi pag 5 - 6  
Metodologie pag 7

## II. Cercetare calitativa

Concluzii generale despre Programele Operationale pag 12-14  
Grupuri tinta si surse de informare pag 15 - 17  
Recomandari pag 18 -20  
Programul Operational Capital Uman pag 21 -24  
Programul Operational Competitivitate pag 25 - 28  
Programul Operational Regional pag 29- 32  
Programul Operational Asistenta Tehnica pag 33 - 36  
Programul Operational Capacitate Administrativa pag 37- 40  
Programul Operational Infrastructura Mare pag 41 - 44  
Cunoasterea si intelegerea fondurilor europene pag 56 - 61  
Surse de informare si informatii dorite pag 62 - 67  
Programe Operationale pag 68 - 83  
Concluzii si recomandari pag 84 - 95

## III. Cercetare cantitativa

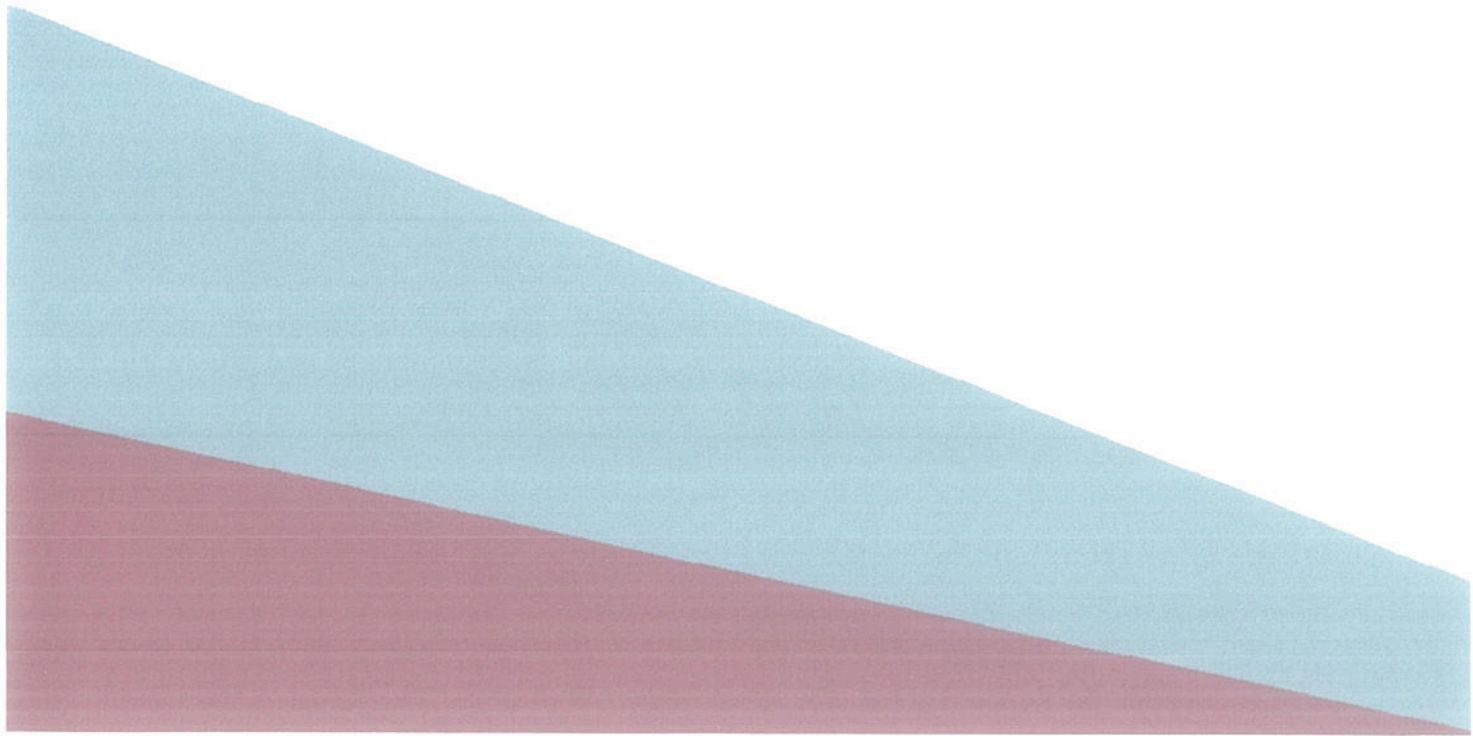
## IV. Concluzii si recomandari

Corelatie Calitativ-Cantitativ pag 96 - 98

## V. Anexa

Structura esantionului cantitativ pag 99 - 101





# INTRODUCERE





## CONTEXTUL ANALIZEI DE NEVOI

Context: Ca membră a Uniunii Europene, România beneficiază de fonduri structurale și de coeziune, instrumente financiare menite să contribuie la reducerea decalajelor economice și sociale dintre Statele Membre UE.

Se dorește: Promovarea intervenției financiare europene și a contribuției Guvernului la dezvoltarea statului respectiv. Ministerul Fondurilor Europene (MFE) și Serviciul Comunicare Instrumente Structurale (SCIS) coordonează gestionarea fondurilor europene structurale și de investiții (fonduri ESI)

-În cadrul fiecărui program operațional există mai multe axe prioritare care corespund domeniilor de intervenție pentru care se asigură finanțare din respectivul program.

- Fondurile disponibile pot fi accesate în cadrul sesiunilor de cereri de proiecte.
- Ghidul solicitantului detaliază condițiile de eligibilitate care trebuie îndeplinite pentru ca un proiect să primească finanțare europeană.

O bună cunoaștere a domeniilor de intervenție, a axelor prioritare, a obiectivelor alocării fondurilor europene, așa cum sunt ele reflectate în Ghidurile Solicitantului, are ca efecte atât conștientizarea publicului cu privire la contribuția financiară a UE la dezvoltarea României, cât și atragerea categoriei potrivite de aplicanți și obținerea unor propuneri de proiecte de calitate.





## CONTEXTUL ANALIZEI DE NEVOI

**Ce se dorește:** promovarea oportunităților de finanțare prin realizarea și difuzarea la televiziune și în media socială (Facebook și Youtube) a unor spoturi video publicitare în tehnică 3D cu personaj real/uman, spoturi care se constituie într-o campanie prin aderarea la un concept de campanie unic. Promovarea coerentă a domeniilor de intervenție a programelor operaționale, axelor prioritare, măsurilor finanțate, a obiectivelor alocării fondurilor europene din Fondul European de Dezvoltare Regională, Fondul Social European și Fondul de Coeziune.

Pentru a reduce diferențele de dezvoltare economică și socială dintre România și celelalte state europene, Uniunea Europeană susține și completează eforturile naționale în numeroase domenii: îmbunătățirea calității vieții, crearea de locuri de muncă, creșterea competitivității întreprinderilor, progresul economic și dezvoltarea durabilă.

**Scopul campaniei este informarea publicului larg și a celorlalte categorii de grup țintă cu privire la obiectivele fondurilor europene** (mai multe locuri de muncă, o economie europeană solidă, un mediu sănătos etc.), la măsurile/intervențiile din fonduri europene, la modul cum sunt gestionate de România, la modalitatea prin care pot fi accesate și la impactul scontat Campania va evidenția faptul că de proiectele finanțate din fonduri europene beneficiază toți românii.

Conceptul creativ al campaniei de promovare trebuie să ofere soluția conceptuală pentru o comunicare care va rezuma în mod original, într-un limbaj accesibil publicului țintă, oportunitățile concrete pe care le oferă fondurile europene societății românești. Obiectivul proiectului este acela de a promova și transmite informații referitoare la oportunitățile de finanțare ~~axelor~~ prioritare, obiective specifice, apeluri de proiecte) din fondurile Europene Structurale și de Investiții 2014 – 2020.



# METODOLOGIE

## Cercetare calitativa

### **Exact Business Solutions a realizat 12 interviuri in profunzime – doi interlocutori/interviu (diade)**

Cei intervievatii sunt reprezentanti ai structurilor implicate in gestionarea fondurilor europene structurale si de investitie, direct responsabili de programele operationale vizate de campania de comunicare:

- Programul Operational Capital Uman;
- Programul Operational Competitivitate;
- Programul Operational Asistenta Tehnica;
- Programul Operational Regional;
- Programul Operational Capacitate Administrativa;
- Programul Operational Infrastructura Mare;

## Cercetare cantitativa

**Cine?** 18-70 ani, barbati si femei, reprezentativ national in functie de gen, varsta si grad de urbanizare.

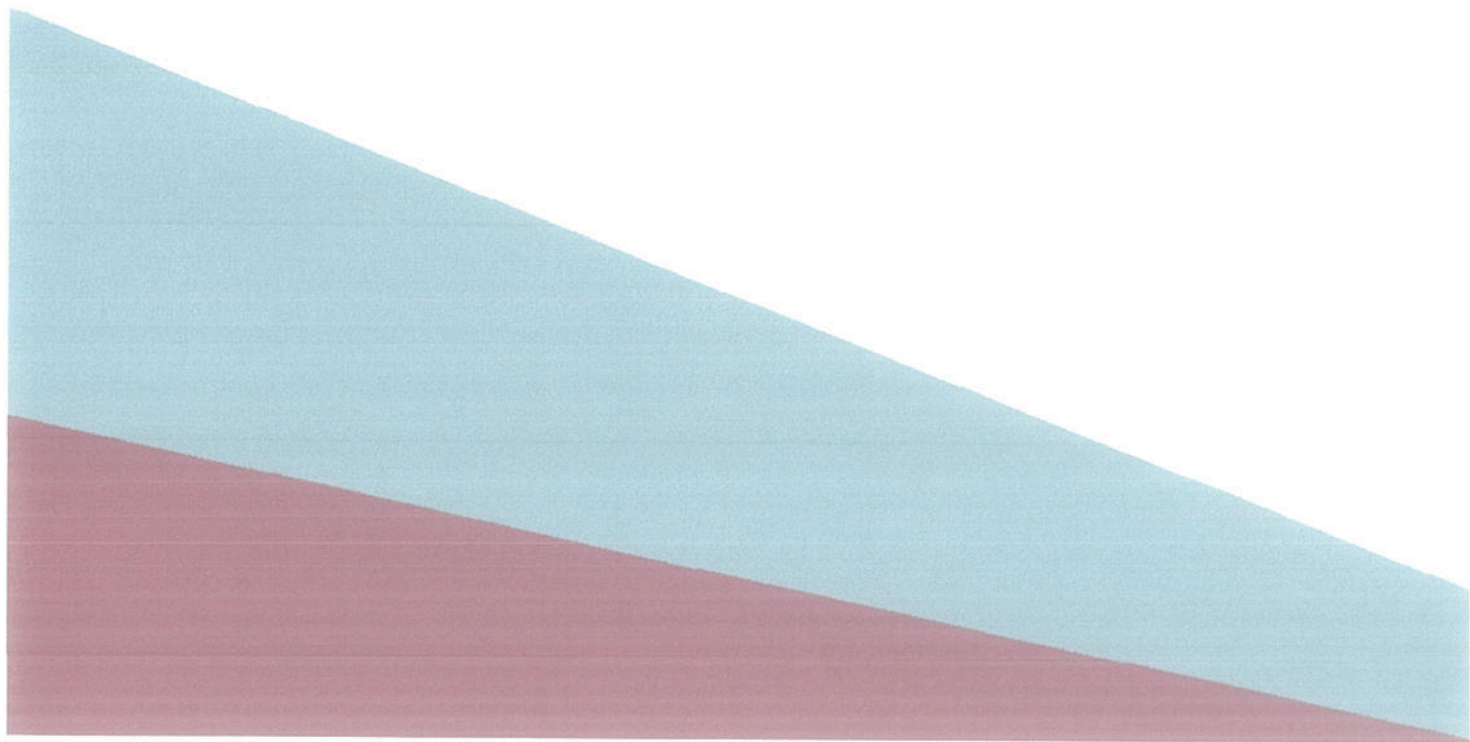
**Cati?** 1083 interviuri, eroare maxima de esantionare  $\pm 2.98\%$

**Cand?** 12-26 Martie 2019

**Cum?** Computer Assisted Telephonic Interviews (CATI)

**Cat?** Durata medie a interviului: 18 minute





# CERCETARE CALITATIVA





# Cuprins – Cercetari calitativ

## I. Introducere

Metodologie

## II. Concluzii generale si recomandari

Concluzii generale despre Programele Operationale

Grupuri tinta si surse de informare

Recomandari

## III. Rezultate

Programul Operational Capital Uman

Programul Operational Competitivitate

Programul Operational Regional

Programul Operational Asistenta Tehnica

Programul Operational Capacitate Administrativa

Programul Operational Infrastructura Mare



# METODOLOGIE



## **Exact Business Solutions a realizat 12 interviuri in profunzime – doi interlocutori/interviu (diade)**

Cei intervievatii sunt reprezentanti ai structurilor implicate in gestionarea fondurilor europene structurale si de investitie, direct responsabili de programele operationale vizate de campania de comunicare:

- Programul Operational Capital Uman;
- Programul Operational Competitivitate;
- Programul Operational Asistenta Tehnica;
- Programul Operational Regional;
- Programul Operational Capacitate Administrativa;
- Programul Operational Infrastructura Mare;



## GHID DE DISCUTIE

### I. INTRODUCERE (5 min.)

Moderatorul le va prezenta respondentilor cateva informatii despre:

- studii, durata discutiilor si despre metodologia care sta la baza acestuia (oceaasta cercetare face parte din proiectul „Fondurile europene pe intelesul tuturor”, proiect al carui beneficiar este Serviciul Comunicare Instrumente Structurale din MFE. Proiectul este cofinanțat din Fondul European de Dezvoltare Regionala, prin Programul Operational Asistenta Tehnica 2014-2020; pe baza rezultatelor acestui studiu va fi realizat conceptul unei companii de comunicare a masurilor finantate/apelurilor de proiecte din fonduri europene)
- le va expune termenii de confidentialitate
- le va explica rolul mijloacelor de inregistrare (audio)
- ii va incuraja ca pe parcursul discutiei sa fie cat mai deschisi, spontani, creativi.

### II. GENERALITATI (5 min.)

1. Cum ati descrie modul in care se deruleaza Programele Operationale in Romania?
2. Care sunt punctele tari vs. punctele slabe? De ce se intampla asa? Detalii.
3. Care sunt grupurile tinta pentru Programele Operationale sau cui ar trebui sa se adreseze actiunile de comunicare pentru promovarea oportunitatilor de finantare?

### III. GRAD DE INFORMARE SI INTERES (10 min.)

4. Cum apreciati gradul de informare despre Programele Operationale al diferitelor grupuri-tinta? Ce stie publicul-tinta despre acestea?
5. Prin ce se diferentiaza comunicarea privind Programele Operationale de comunicarea din cadrul altor programe? Cum asa?
6. Ce tip de proiecte se stie ca sunt finantate? Puteti da cateva exemple de proiecte finantate prin Programele Operationale care sunt mai cunoscute? De ce acestea?
7. Cat de interesat este publicul-tinta de Programele Operationale? Din ce motiv se intampla asa? Ce s-ar putea face astfel incat publicul-tinta sa manifeste mai mult interes mai mult interes fata de Programele Operationale? Detalii si motivati.

### IV. SURSE DE INFORMARE SI NEVOI DE COMUNICARE (15 min.)

1. Care credeti ca ar fi principalele nevoi de comunicare ale grupurilor-tinta privind promovarea oportunitatilor de finantare? De ce acestea?
2. Care credeti ca sunt principalele surse de informare despre Programele Operationale?
3. Prin ce canale media au primit grupurile-tinta informatiile despre Programele Operationale?
4. Care considerati sursele de informare cele mai potrivite/eficiente privind Programele Operationale? Dar cele mai de incredere? De ce?

### 1. Presa:

- Cum vedeti rolul presei in promovarea informatiilor privind Programele Operationale?
- Cum ati descrie calitatea, utilitatea, corectitudinea, modul de prezentare a informatiilor in presa?
- Ce credeti ca ar trebui facut in plus la nivelul acesta pentru o promovare mai buna a oportunitatilor de finantare?

### 2. Comunicare electronica/social media:

- Cum vedeti rolul acestora in promovarea informatiilor privind Programele Operationale?
- Care dintre acestea ies din evidenta in promovarea informatiilor privind Programele Operationale? Prin ce anume? De ce?
- Cum ati descrie calitatea, utilitatea, corectitudinea, modul de prezentare a informatiilor pe diverse canale/medii sociale/platforme?
- Ce credeti ca ar trebui facut in plus la nivelul acesta pentru o promovare mai buna a oportunitatilor de finantare?

### V. PROGRAME OPERATIONALE (masuri finantate/apeluri de proiecte) – VIZIBILITATE SI IMPACT (15 min.)

3. Care considerati ca sunt cele mai importante masuri finantate/apeluri de proiecte din Programul Operational Capital Uman/ Programul Operational Competitivitate/ Programul Operational Infrastructura Mare/ Programul Operational Asistenta Tehnica/Programul Operational Regional/Programul Operational Capacitate Administrativa? De ce?
4. Care masuri finantate/apeluri de proiecte au (avut) cel mai mare impact in special la nivelul publicului tinta vizat de program si, in general, la nivelul Romaniei? Putem face un top al acestora? Cum anume a fost acest impact? (ex: a creat cele mai multe locuri de munca, a ajutat dezvoltarea infrastructurii de sanatate, a ajutat dezvoltarea urbana durabila, a sprijinit tehnologia informatiei si a comunicatiilor etc.) De ce acestea au (avut) un mai mare impact decat altele?
5. Care considerati in momentul de fata ca sunt cele mai vizibile masuri finantate/apeluri de proiecte cu impact social, educational, economic? De ce acestea? Prin ce sunt ele vizibile?
6. Care sunt acele masuri finantate/apeluri de proiecte care ar merita aduse si promovate in fata publicului, desi sunt necunoscute in acest moment? Din ce motiv? Cum le-ati vedea promovate pentru a fi cat mai vizibile si a crea interes?

### VI. RECOMANDARI (10 min)

1. Ce credeti ca ar trebui facut pe viitor in vederea imbunatatirii comunicarii acestor masuri finantate/apeluri de proiecte?
2. Cum v-ati dori in viitor sa fie comunicate aceste masuri finantate/apeluri de proiecte astfel incat sa fie vizibile si de impact?
3. Ce categorii de informatii sa fie comunicate in mod special? De ce acestea?
4. Cum sa fie comunicate mai bine catre potentialii beneficiari/public-tinta?
5. Care ar trebui sa fie mesajul si temele transmise publicului-tinta?







# CONCLUZII GENERALE DESPRE PROGRAMELE OPERATIONALE



## CONCLUZII GENERALE

In general, Programele Operationale din Romania sunt vazute de interlocutori ca derulandu-se intr-un mod eficient, transparent si corect. Acestia considera ca toti cei care se ocupa sau sunt angajati in cadrul Programelor Operationale depun eforturi comune pentru a sustine derularea eficienta a tuturor procedurilor si sprijinirea beneficiarilor/potentialilor beneficiari.

### ASPECTE POZITIVE

- **Pecepute ca fiind transparente, flexibile si eficiente** (capacitatea de a se adapta schimbarilor frecvente, oferirea unor informatii corecte si concrete, gestionarea eficienta a resurselor spre atingerea obiectivelor)
- **Personal specializat/instruit** (capabil sa rezolve/solutioneze problemele, cu experienta lunga si vasta in domeniu)
- **Dorinta de a ajuta beneficiarii** (propunerea unor solutii/planuri pentru eficientizarea si simplificarea procedurilor; ex. Platforma online)
- **Grad de absorbtie ridicat** la nivelul tuturor Programelor



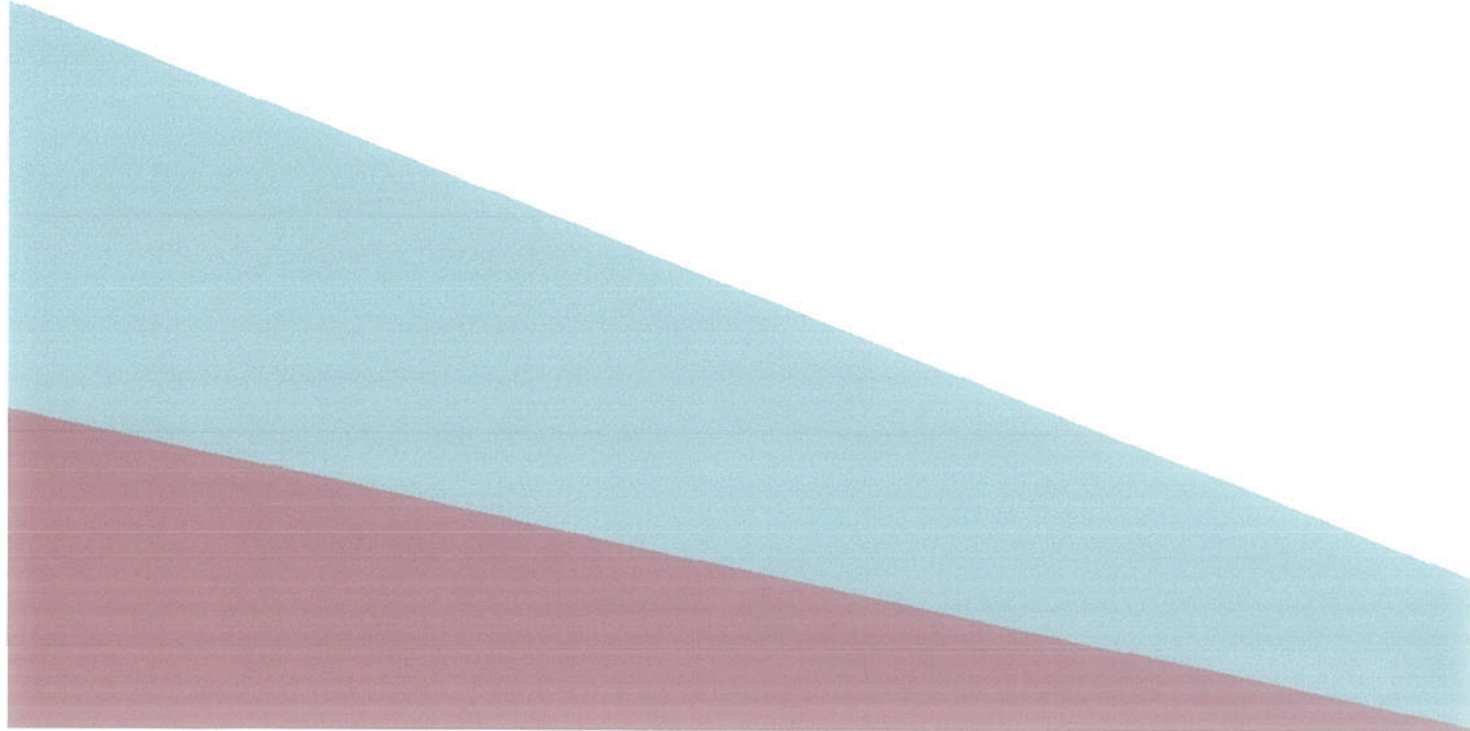
# CONCLUZII GENERALE

## ASPECTE NEGATIVE

- **Personal limitat/migrarea personalului de la un Program la altul** (aglomerare, incapacitate de a recupera intarzierile)
- **Schimbari frecvente de legislatie** (nu se asigura o continuitate, documentele trebuiesc refacute des)
- **Lipsa promovarii** (campanie de informare care sa prezinte rezultatele vizibile si de impact la nivelul fiecarui Program)
- **"Mitul Fondurilor Europene"** - datorita lipsei de informare, la nivelul publicului larg, Programele Operationale nu sunt puse intr-o lumina buna: "bani irositi", "nu se face nimic cu banii", "este lipsa de transparenta" etc.  
*"Si presa cred ca ar trebui sa joace un rol mai important in zona asta. Cred ca ar trebui sa se implice mult mai activ, campanii pe care ar trebui sa le faca si in media, care sa promoveze masurile finantate la nivelul tuturor Programelor Operationale pentru a inlatura acest mit, creat in jurul fondurilor, ca nu cunosc decat 2-3 ce se intampla si ca este lipsa de transparenta."* – angajat POCA
- **Vizibilitate scazuta a implementarilor** (rezultatele sunt mai degraba evidentiate prin intermediul cifrelor (procente, statistici) sau in cadrul unor evenimente majore organizate anual unde participarea este restransa)
- **Accreditare tarzie la nivel de Programe** (supra-aglomerarea personalului, intarzieri)

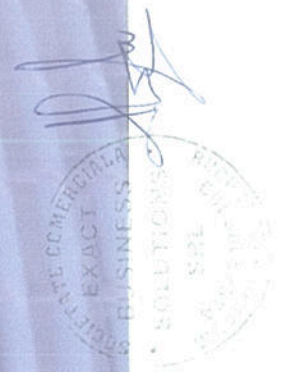






# GRUPURI TINTA SI SURSE DE INFORMARE







# SURSELE DE INFORMARE

## SITE

- ↑ **sursa principala de informare** in randul beneficiarilor si potentialilor beneficiari
- ↑ considerata **cea mai comoda modalitate de a accesa informatiile** (nu e nevoie de o deplasare, de stat la ghisee, nu deranjezi pe nimeni cu intrebari)
- ↑ **informatiile prezente pe site sunt cele oficiale, corecte si verificate** (acestea fiind nealterate de alte surse exterioare – presa, diverse alte canale afiliate politic sau social media)
- ↓ de cele mai multe ori, site-ul este perceput ca fiind **prea tehnic pentru "publicul larg"**, care incearca sa obtina finantare

## NEWS

## PRESA

- ↑ informatiile ajung usor si zilnic la public (comodate, mai ales in randul persoanelor in varsta)
- ↓ perceputa ca avand o importanta majora in promovarea informatiilor despre Programele Operationale, insa nu este foarte activa
- ↓ promoveaza mai degraba proiectele mari, cu impact vizibil (ex. laserul de la Magurele), omitand alte proiecte importante
- ↓ informatiile nu sunt verificate si culese de specialisti (jurnalisti/reporteri instruiti), de aceea exista riscul sa fie transmise intr-un mod incorect/distorsionat catre publicul tinta



## COMUNICAREA ELECTRONICA/SOCIAL MEDIA

- ↑ sursa eficienta de informare, mai ales in randul tinerilor (ex. retele de socializare, Facebook/Instagram/Twitter al Ministerului Fondurilor Europene)
- ↑ anunta informatiile de actualitate, astfel incat acestea sa fie "share-uite/distribuite" mai usor (prelungirea termenelor, avansarea unor noi apeluri, afisarea listelor cu programele care au fost finantate, etc.)
- ↑ comunicarea eficienta a informatiilor si solutionarea eventualelor probleme ale beneficiarii/potentialii beneficiari (prin intermediul grupurilor de Facebook – ex. POCU)
- ↓ folosita cu precadere pentru informatii ce tin de promovarea unor evenimente (prezentarile rezultatelor, informare privind Programele Operationale, campanii, spectacole, workshop-uri, etc.)

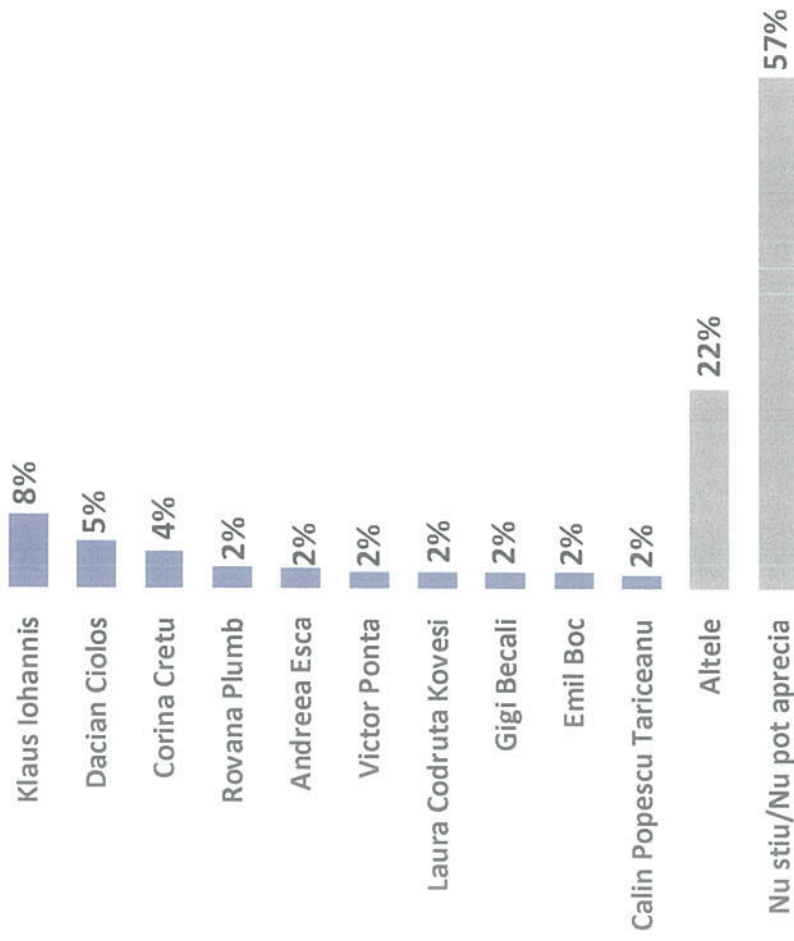


EXACT  
SPECIAL  
BUSINESS



# Persoane publice de incredere

## Raspunsuri spontane



Alte mentiuni, cu sub 2%:

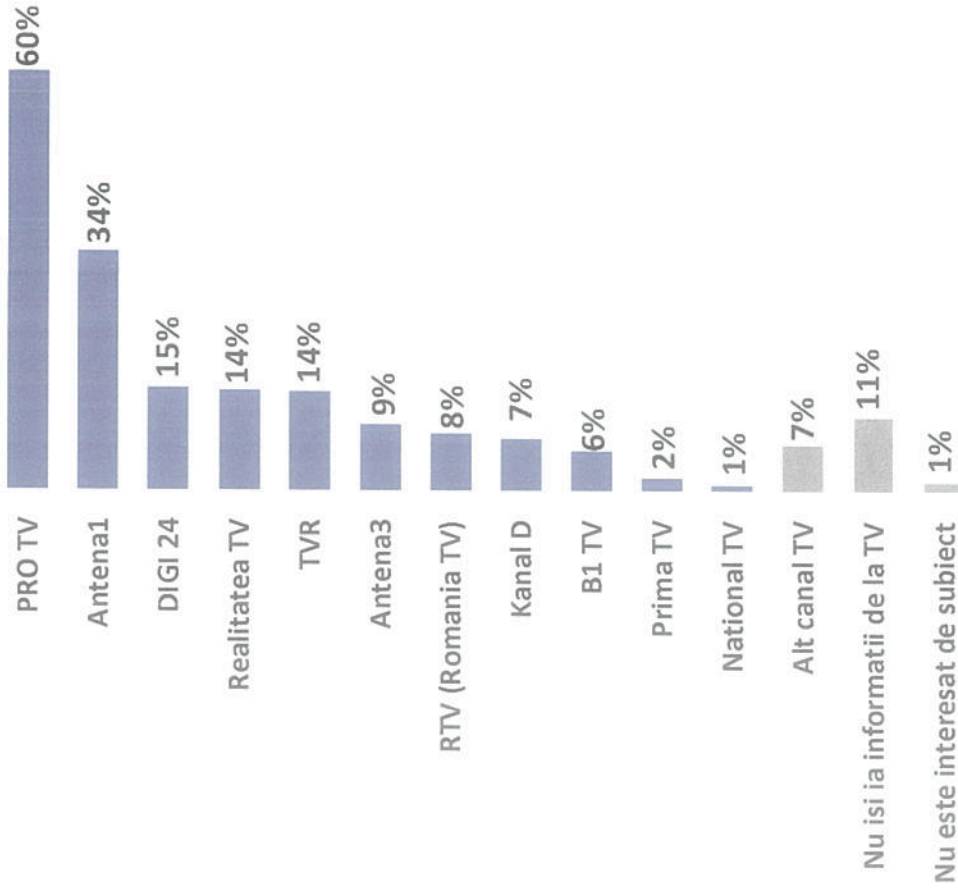
- 1-2%: Simona Halep, Traian Basescu, Viorica Dancila, Ion Tiriac, Moise Guran, Gabriela Firea, Liviu Dragnea, Andi Moisescu, Andreea Marin, Mugur Isarescu, Tudor Chirilus, Petre Daea, Eugen Teodorovici, Andra Maruta, Florin Calinescu, Vlad Voiculescu, Florin Piersic, Lia Olguta Vasilescu, Gica Hagi, Smiley
- Sub 1%: Alex Dima, Victor Rebengiuc, Rares Bogdan, Mircea Diaconu, Cristian Tudor Popescu

Care sunt principalele doua personalitati (persoane publice/vedete) in care ati avea incredere daca v-ar vorbi despre Fondurile europene pentru Investitii Structurale si de Baza = 1083, toti respondenti



Signature and stamp of the communication agency.

# Canale TV



Sunt mai multe femei decat barbati care isi iau informatii de la Antena 1 (39% vs 29% barbati), iar barbatii isi iau mai mult decat femeile informatii de la Realitatea TV (18% vs 11% femei).

Respondentii cu varste de peste 55 de ani se uita mai mult decat totalul la:

- Romania TV (19%)
- Antena 3 (18%)
- B1 TV (13%)
- Realitatea TV (25%)

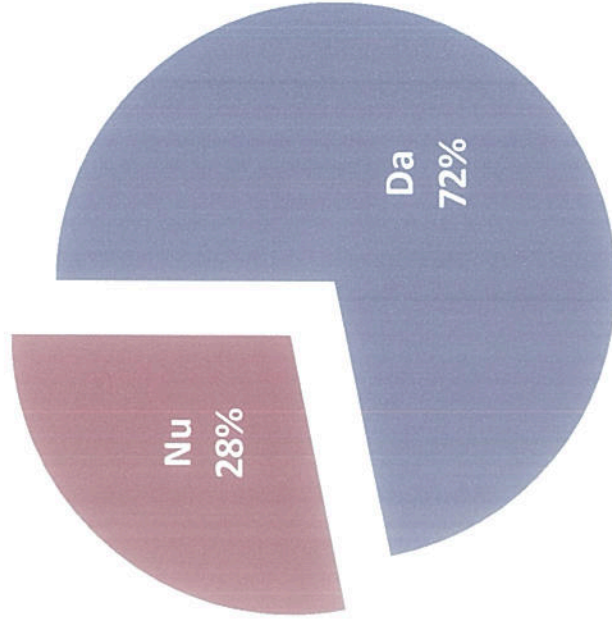
Respondentii cu educatie superioara se uita mai mult decat totalul la DIGI 24 (22% vs 15% total), post preferat si de respondentii cu un venit personal de peste 3000 de lei (25% vs 15% total), dar si de cei din Bucuresti (31% vs 15% total).

Sunt mai multi respondenti cu venit personal mai mare de 3000 de lei care nu-si iau informatii de la TV (18% vs 11% total).



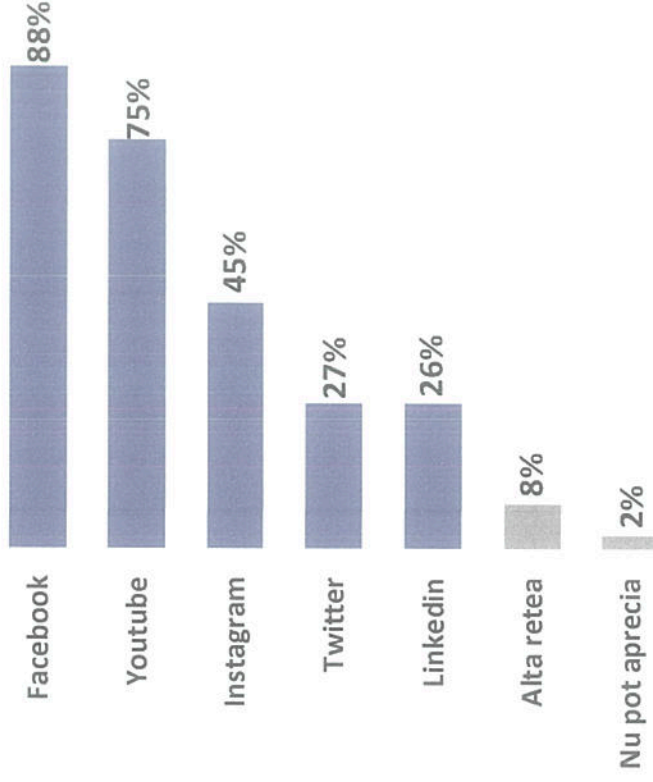
# Retele Sociale

Interesati sa gaseasca informatii pe retele sociale



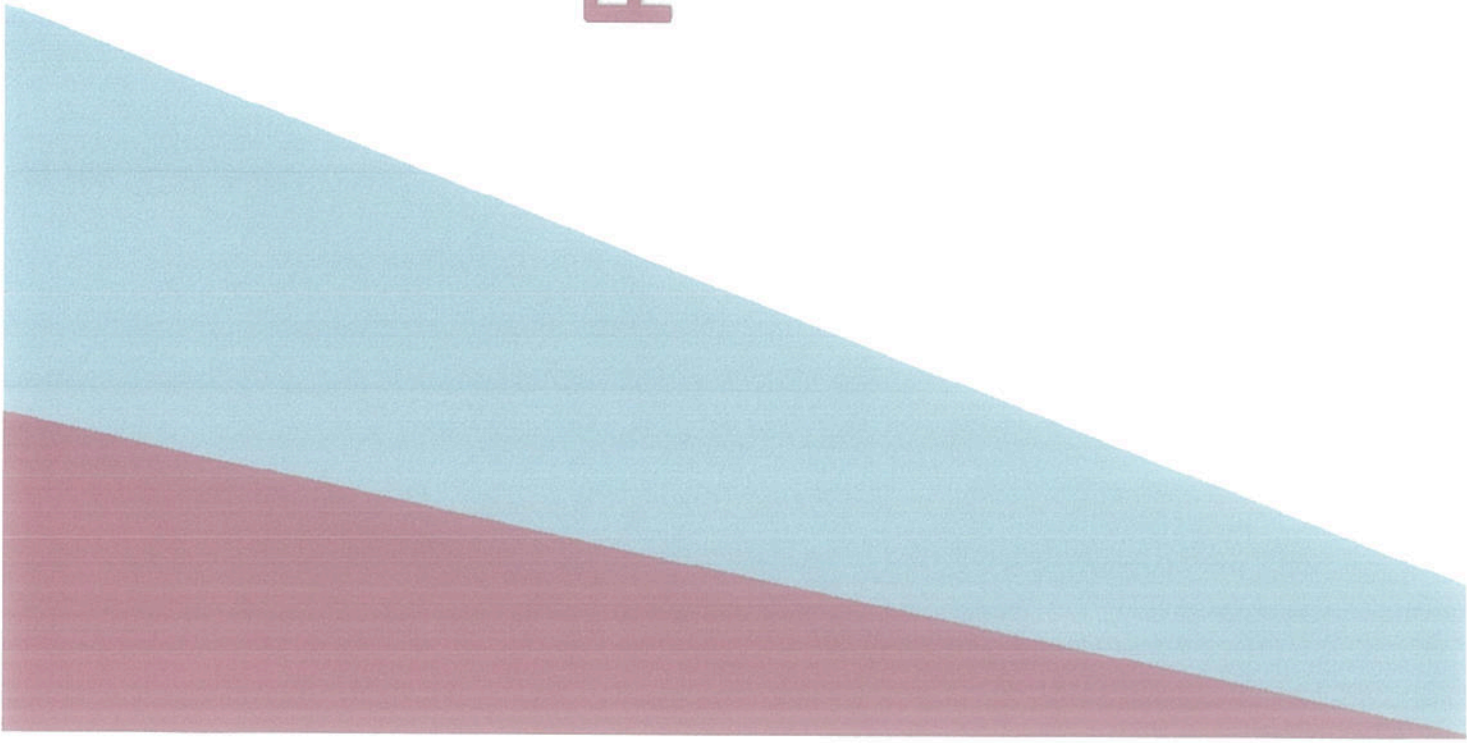
Sunt mai multi tineri cu varste cuprinse intre 25-34 de ani care isi doresc sa vada informatii despre fondurile europene pe retelele sociale (83% vs 72% total).

Retelele sociale preferate  
N=778



Respondentii cu educatie superioara isi doresc mai mult sa gaseasca informatii despre fondurile europene pe LinkedIn (38% vs 26% total), iar cei cu educatie medie isi doresc mai mult decat cei cu educatie superioara sa gaseasca informatii pe Instagram (49% vs 40%).





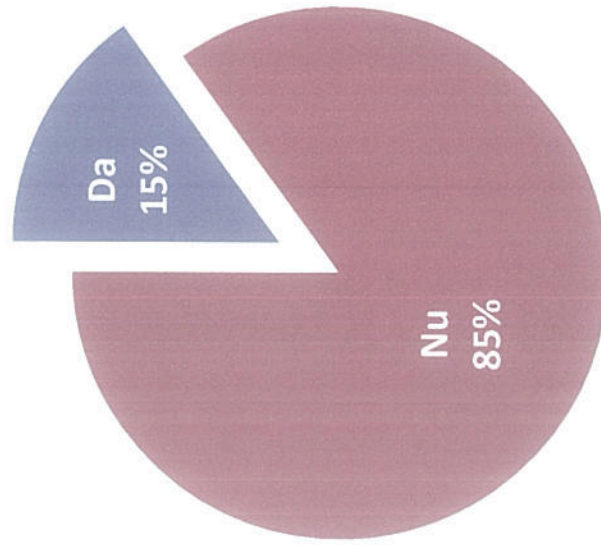
# Programme Operationale



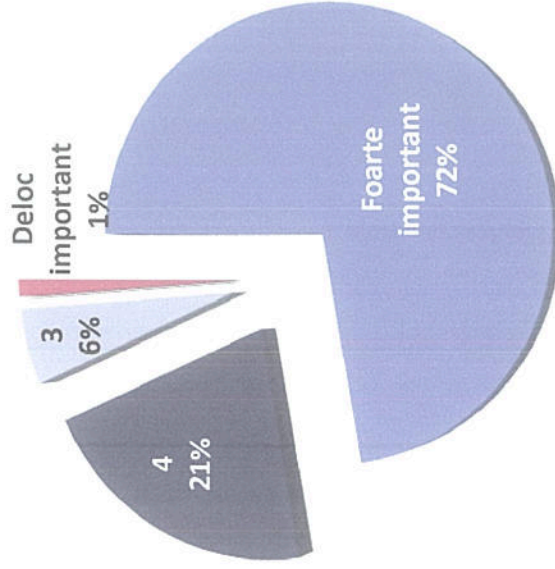
# PROGRAMUL OPERATIONAL CAPITAL UMAN

## - POCU -

Cunoasterea programului



Importanta programului  
N=163



Sunt mai multi respondenti cu educatie superioara care au auzit de Programul Operational Capital Uman (POCU) – 23% vs 15% total.

Ati auzit de Programul Operational Capital Uman (POCU)?

Cat de important este Programul Operational Capital Uman (POCU) pentru populatie?

Vo rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Deloc important", iar 5 inseamna "Foarte important".

Baza = 1083, toti respondenti / respondenti care au auzit despre acest program

Respondentii cu varste de peste 55 de ani sunt cei care considera cel mai mult ca acest program este foarte important.

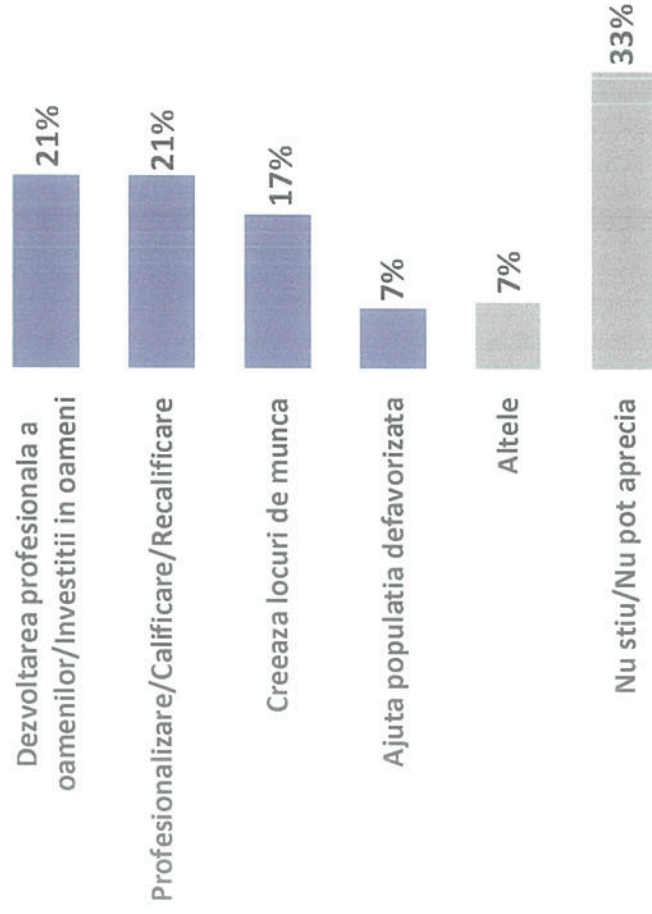


arena

arena

# Intelegerea Programului Operational Capital Uman

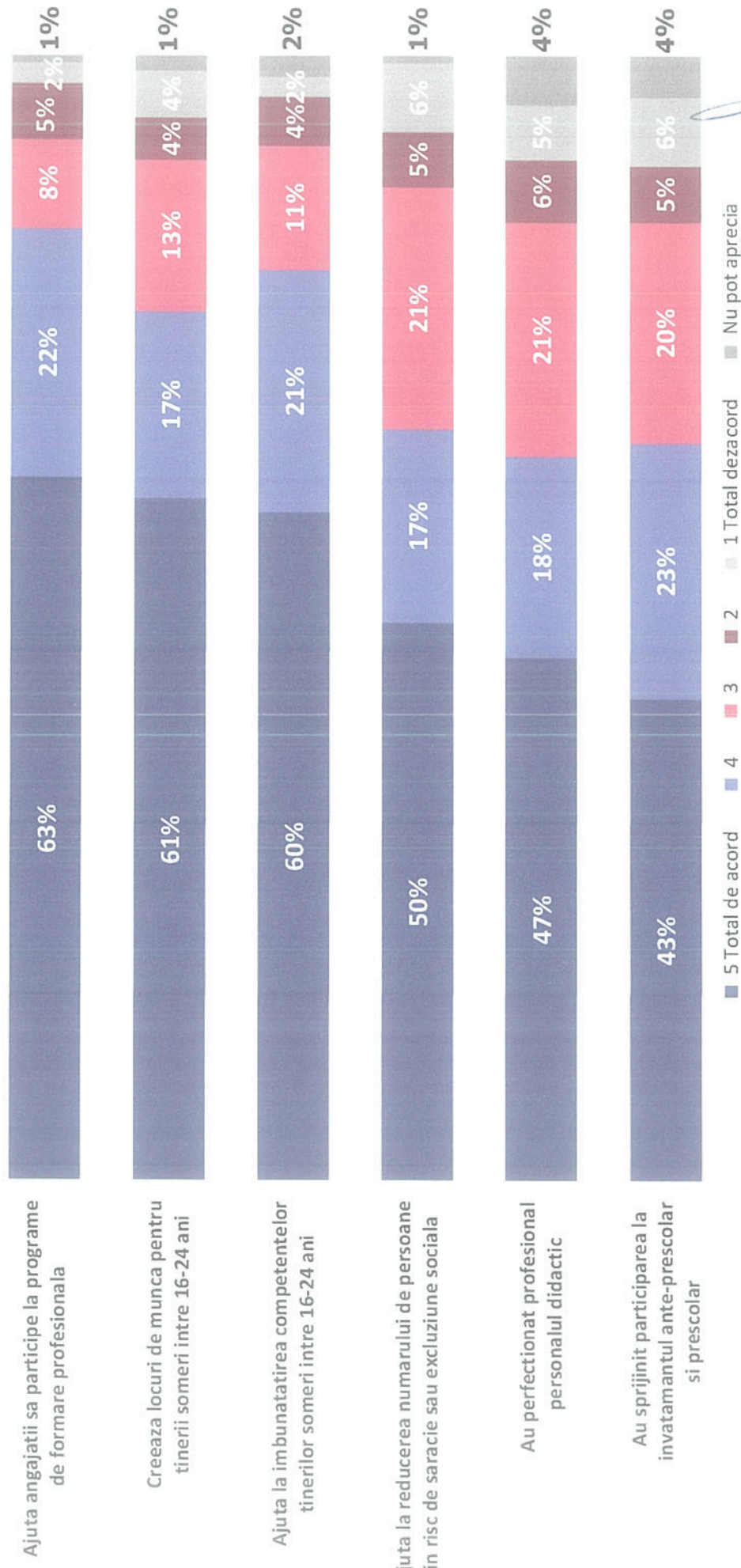
## Raspunsuri spontane



*[Handwritten signature]*



# Asocierea Programului Operational Capital Uman cu actiunile specifice acestuia



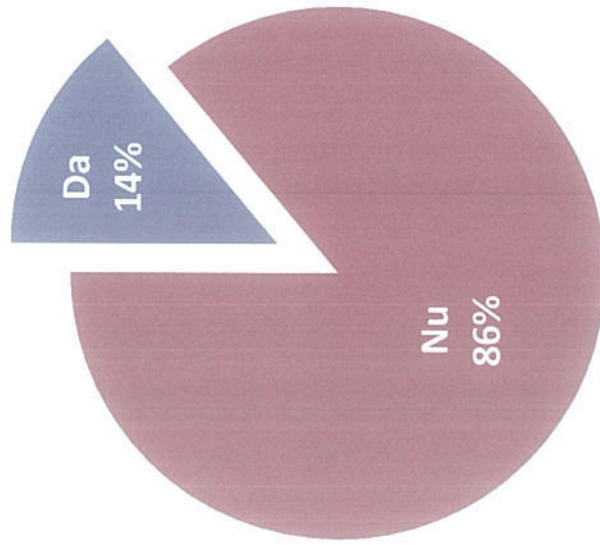
Sunteti de acord cu urmatoarele afirmatii despre proiectele realizate prin Programul Operational Capital Uman (POCU)?  
 Va rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Total deza acord", iar 5 inseamna "Total de acord".

Baza =163, respondenti care au auzit despre acest program

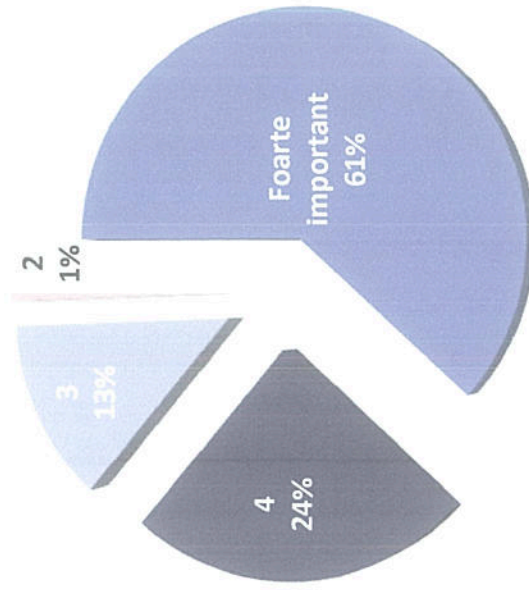
# PROGRAMUL OPERATIONAL COMPETITIVITATE

- POC -

Cunoasterea programului



Importanta programului  
N=152



Ati auzit de Programul Operational Competitivitate (POC)?

Cat de important este Programul Operational Competitivitate (POC) pentru populatie?

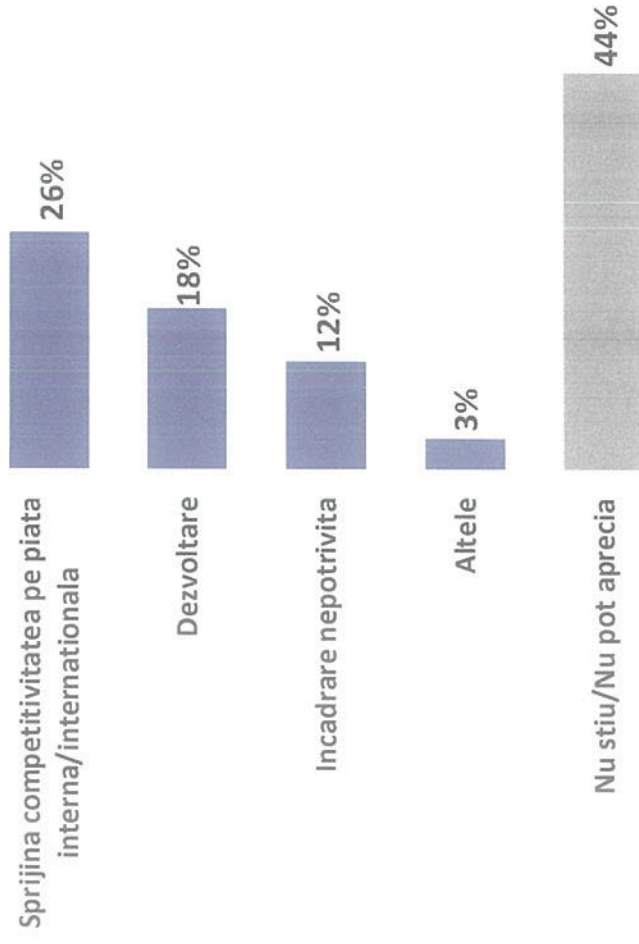
Va rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Deloc important", iar 5 inseamna "Foarte important".

Baza = 1083, toti respondentii / respondenti care au auzit despre acest program



# Intelegerea Programului Operational Competitivitate

## Raspunsuri spontane





# Asocierea Programului Operational Competitivitate cu actiunile specifice acestuia

Ajuta la imbunatatirea continutului digital si a infrastructurii tehnologice in domeniul e-educatie, e-incluziune, e-sanatate si e-cultura



Sprijina utilizarea tehnologiei informatiei si comunicarii (TIC) pentru dezvoltarea afacerilor, in special a cadrului de derulare a comerului electronic.



Ajuta la imbunatatirea infrastructurii in banda larga si a accesului la Internet



Ajuta la dezvoltarea unor retele de centre de Cercetare-Dezvoltare



■ 5 Total de acord ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 Total dezacord ■ Nu pot aprecia



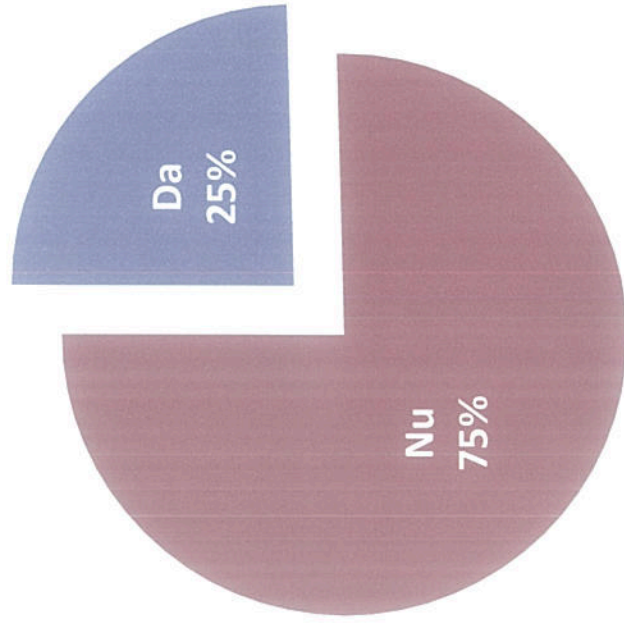
Sunteti de acord cu urmatoarele afirmatii despre proiectele realizate prin Programul Operational Competitivitate (POC)?

Va rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Total dezacord", iar 5 inseamna "Total de acord".

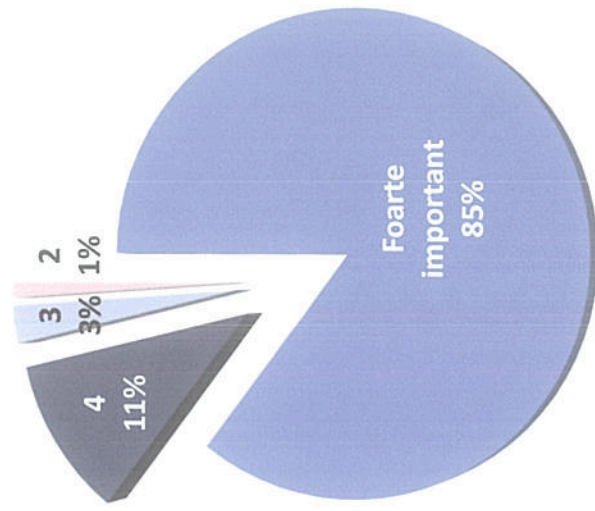
Baza =152, respondenti care au auzit despre acest program

# PROGRAMUL OPERATIONAL INFRASTRUCTURA MARE - POIM -

Cunoasterea  
programului



Importanta programului  
N=266



Sunt mai multi barbati decat femei care au auzit de Programul Operational Infrastructura Mare (30% vs 20% femei).  
De asemenea, sunt mai multi respondenti cu varste de peste 55 de ani care au auzit despre acest program (35% vs 25% total).

Ati auzit de Programul Operational Infrastructura Mare (POIM)?

Cat de important este Programul Operational Infrastructura Mare (POIM) pentru populatie?

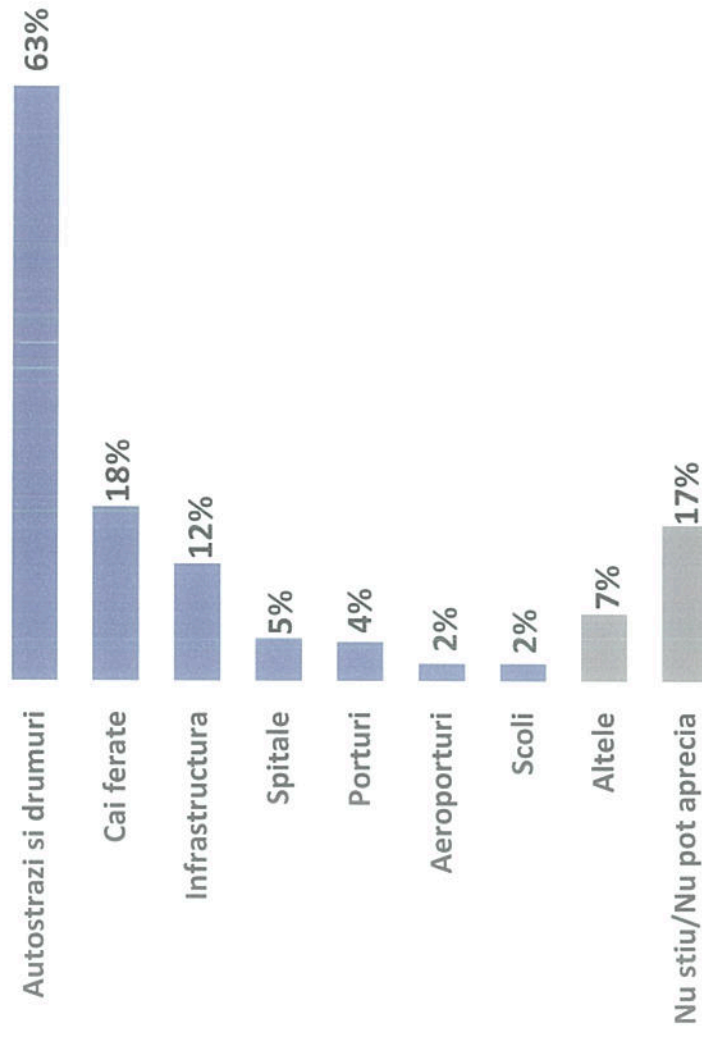
Va rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Deloc important", iar 5 inseamna "Foarte important".

Baza = 1083, toti respondenti / respondenti care au auzit despre acest program



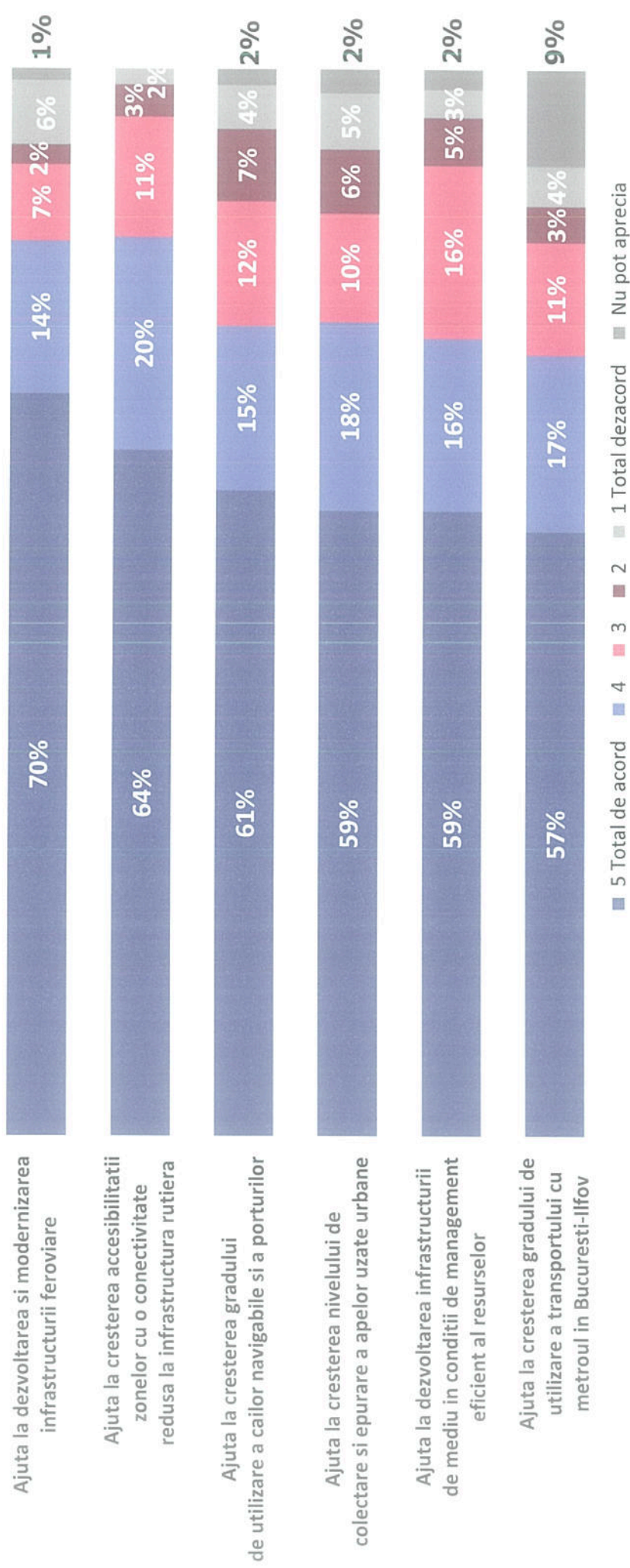
# Intelegerea Programului Operational Infrastructura Mare

## Raspunsuri spontane





# Asocierea Programului Operational Infrastructura Mare cu actiunile specifice acestuia

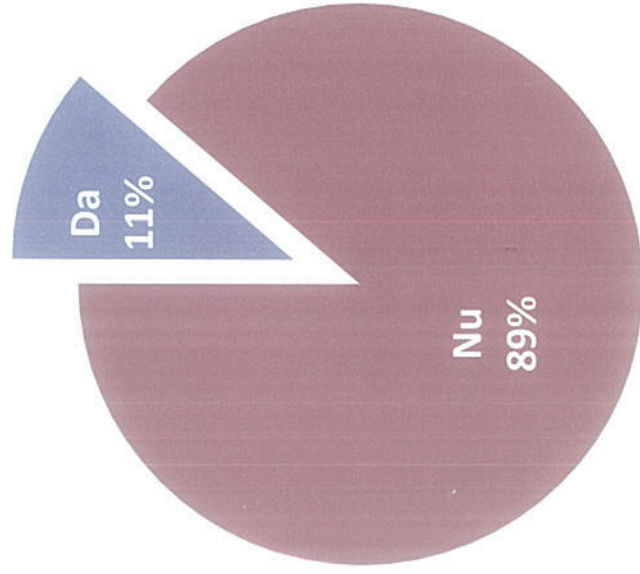


Sunteti de acord cu urmatoarele afirmatii despre proiectele realizate prin Programul Operational Infrastructura Mare (POIM)?  
 Va rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Total dezacord", iar 5 inseamna "Total de acord".  
 Baza = 266, respondenti care au auzit despre acest program

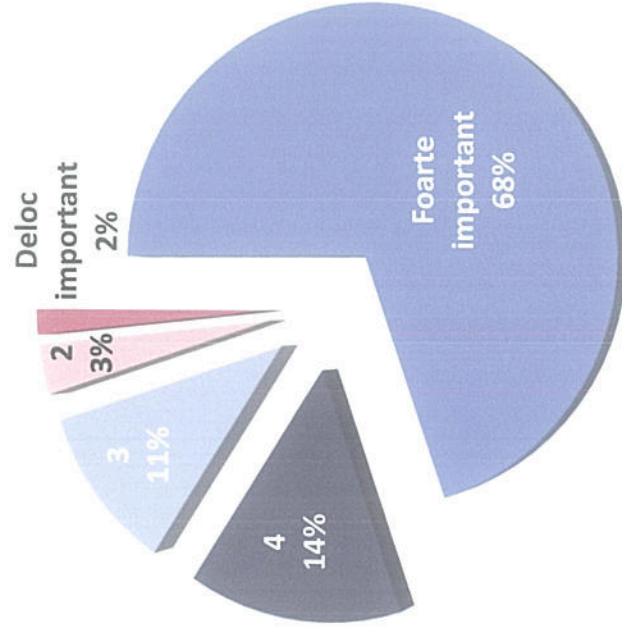
# PROGRAMUL OPERATIONAL ASISTENTA TEHNICA

## - POAT -

Cunoasterea programului



Importanta programului  
N=122



Sunt mai putini tineri cu varste intre 18-24 de ani care considera acest program foarte important pentru populatia Romaniei (26% vs 68% total).

Ati auzit de Programul Operational Asistenta Tehnica (POAT)?

Cat de important este Programul Operational Asistenta Tehnica (POAT) pentru populatie?

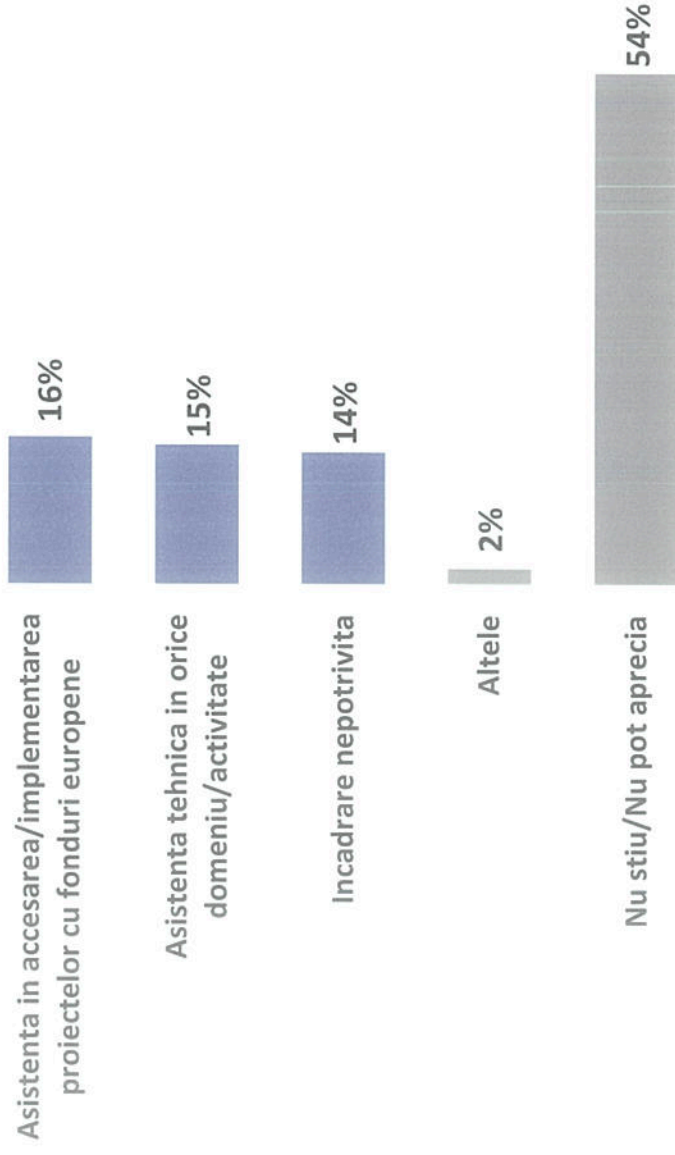
Va rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Deloc important", iar 5 inseamna "Foarte important".

Baza = 1083, toti respondentii / respondenti care au auzit despre acest program



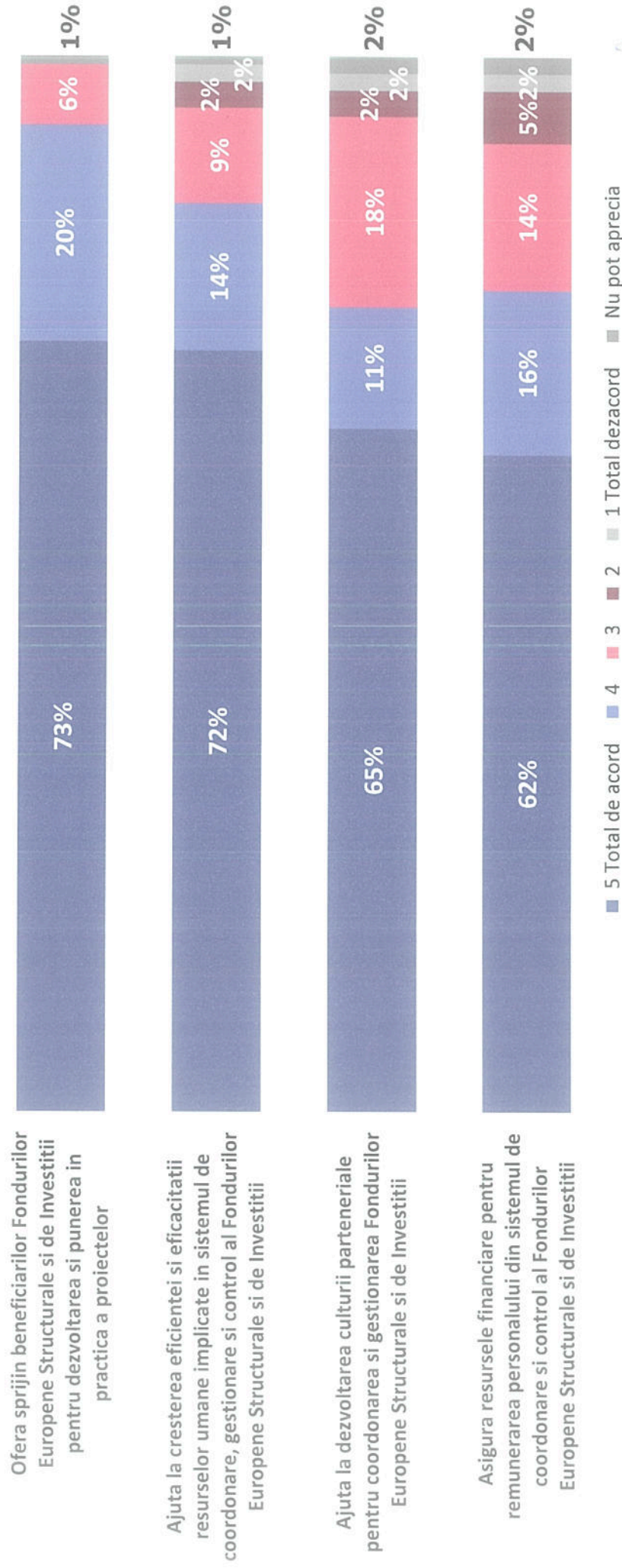
# Intelegerea Programului Operational Asistenta Tehnica

## Raspunsuri spontane





# Asocierea Programului Operational Asistenta Tehnica cu actiunile specifice acestuia



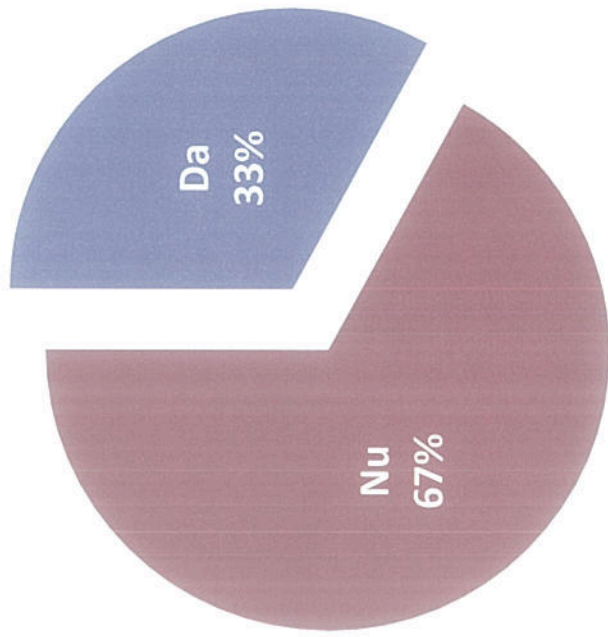
*[Signature]*

Sunteti de acord cu urmatoarele afirmatii despre proiectele realizate prin Programul Operational Asistenta Tehnica (POAT) ?  
 Va rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Total dezacord", iar 5 inseamna "Total de acord".  
 Baza =122, respondenti care au auzit despre acest program

# PROGRAMUL OPERATIONAL REGIONAL

## - POR -

Cunoasterea programului



Sunt mai multi respondenti cu educatie superioara care cunosc Programul Operational Regional (45% vs 33% total) si respondent cu un venit personal mai mare de 2000 de lei (56% vs 33% total).

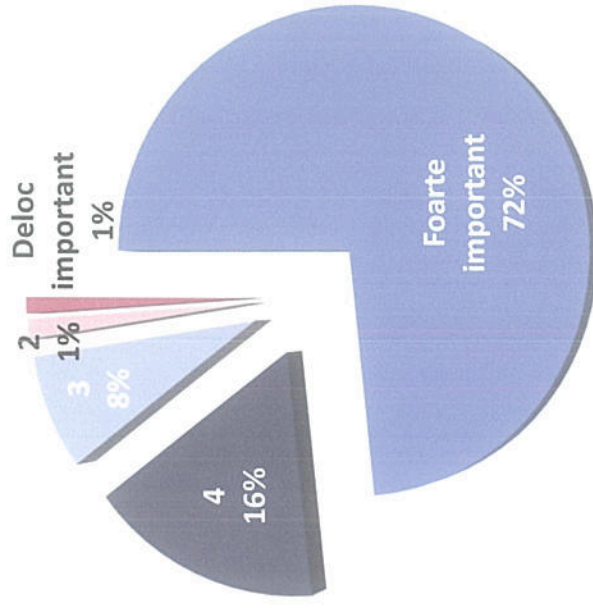
Ati auzit de Programul Operational Regional (POR)?

Cat de important este Programul Operational Regional (POR) pentru populatie?

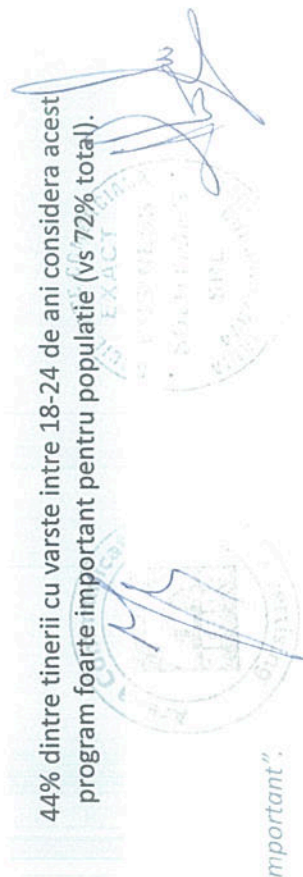
Va rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Deloc important", iar 5 inseamna "Foarte important".

Baza = 1083, toti respondenti / respondenti care au auzit despre acest program

Importanta programului  
N=357

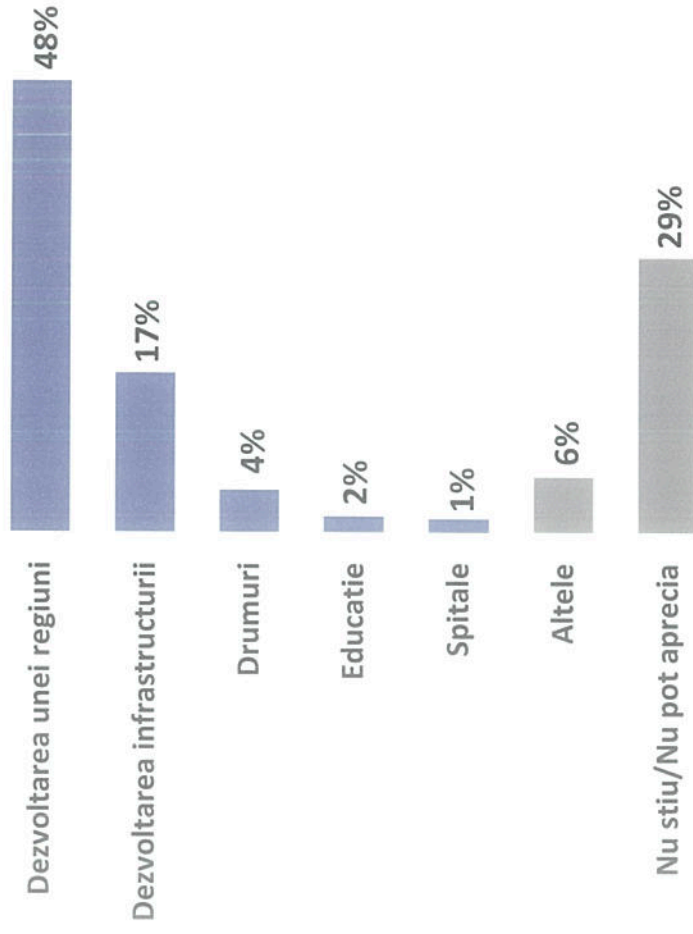


44% dintre tinerii cu varste intre 18-24 de ani considera acest program foarte important pentru populatie (vs 72% total).



# Intelegerea Programului Operational Regional

## Raspunsuri spontane





# Asocierea Programului Operational Regional cu actiunile specifice acestuia



*[Signature]*

Sunteti de acord cu urmatoarele afirmatii despre proiectele realizate prin Programul Operational Regional (POR)  
 Va rugam sa acordati o nota de la 1 la 5, unde 1 inseamna "Total dezacord", iar 5 inseamna "Total de acord".  
 Baza = 357, respondenti care au auzit despre acest program

# CONCLUZII SI RECOMANDARI



# Concluzii - Cunoasterea si intelegerea fondurilor europene

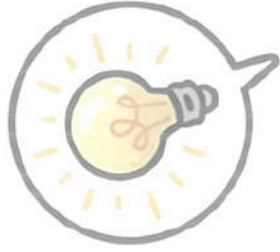
- ✓ 83% dintre respondenti au auzit despre proiecte sprijinite cu fonduri europene;
- ✓ 53% dintre cei care au raspuns interviurilor au declarat ca se simt **foarte putin sau deloc informati** in privinta fondurilor europene disponibile pentru Romania;
- ✓ **Dintre cei care au auzit** despre proiectele sprijinite din fonduri europene, **41%** au declarat **spontan** ca au auzit despre astfel de proiecte prin intermediul **televiziunii**;
- ✓ Printre **cele mai cunoscute masuri** sprijinite din fonduri europene se numara:
  - Agricultura (88%)
  - Dezvoltarea oraselor (80%)
  - Dezvoltarea satelor (77%)
  - Educatia (68%)
  - Mediul inconjurator (66%)
- ✓ Referitor la **cine poate accesa** fonduri europene, **95%** dintre respondenti cunosc faptul ca **autoritatile locale** se pot folosi de aceste fonduri, **83%** - **autoritatile centrale**, **82%** - **intreprinderile/comaniile private si orice persoana fizica**, cu o idee de proiect, iar **69%** dintre respondenti stiu ca **intreprinderile de stat** pot accesa fonduri europene.
- ✓ In ceea ce priveste **contextul informarii** despre **cine poate accesa** fondurile europene, **raspunsurile spontane** sunt majoritar catre **televiziune**, mai putin raspunsurile celor care **stiu ca orice persoana fizica**, cu o idee de proiect, poate beneficia de aceste fonduri – unde raspunsurile au fost **mai mult indreptate spre rude/cunostinte/colegi – 33% vs 27% televiziune**.



*[Signature]*



# Recomandari - Cunoasterea si intelegerea fondurilor europene



- ✓ **Comunicati cat mai mult** despre fondurile europene – sunt 53% dintre respondenti care se simt foarte putin sau deloc informati.
- ✓ **Folositi televiziunea** pentru a comunica, avand in vedere ca **41%** dintre cei care au auzit despre proiectele sprijinite din fonduri europene au **declarat spontan** ca **stiu de ele de la televiziune**.
- ✓ **Agricultura, Dezvoltarea urbana si rurala, Educatia si masurile pentru Mediul Inconjurator** sunt domenii deja cunoscute ca fiind sprijinite cu fonduri europene – **dezvoltati comunicarea** si pentru celelalte domenii, **indeosebi pentru cele mai putin cunoscute: pescuitul, competitivitatea, porturile, caile ferate s.a.**



# Concluzii - Surse de informare si informatii dorite (1/2)

- ✓ Cei mai multi respondenti (54%) se informeaza despre fondurile europene disponibile pentru Romania online, pe site-ul primariilor. Alte surse de informare utilizate sunt: **presa locala (45%), pliante/brosuri (43%) si evenimentele locale (39%);**
- ✓ Referitor la **ce informatii** ar vrea respondentii sa afe despre fondurile europene, **dorinta de a afla cat mai multe este ridicata**, indeosebi pentru:
  - Cum se folosesc aceste fonduri in diverse domenii (80%)
  - Activitatile/domeniile pentru care se acorda (79%)
  - Modul de obtinere/conditii de acordare (79%)
- ✓ Sunt **71% dintre respondenti** care au declarat ca ar vrea sa stie **tot ce tine de fondurile europene.**
- ✓ **Infomatiile din media** pe care respondentii le-ar considera **utile** sunt:
  - Cine poate obtine fonduri europene (93%)
  - Cum sprijina fondurile europene dezvoltarea locala (91%)
  - Cum sprijina fondurile europene infiintarea de noi locuri de munca (91%)
  - Exemple de proiecte realizate prin intermediul fondurilor europene (90%)
- ✓ Respondentii cu **educatie superioara** isi doresc mai mult decat totalul respondentilor sa afe informatii despre **acesarea propriu zisa (80% vs 71% total)** si de **modul de scriere si implementare** pentru proiectele finantate din fonduri europene **(83% vs 76% total)**. De asemenea, **informatiile considerate utile de acestia sunt: cine poate obtine fonduri europene (96% vs 93% total)** si, de asemenea, ar vrea **sa vada exemple de proiecte realizate cu fonduri europene (95% vs 90% total).**



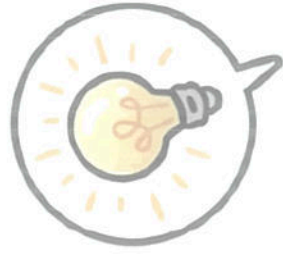
# Concluzii - Surse de informare si informatii dorite (2/2)

- ✓ **Top 2 persoane publice (raspunsuri spontane)** in care respondentii ar avea incredere sa le vorbeasca despre fondurile europene sunt:
  - Klaus Iohannis (8%)
  - Dacian Ciolos (5%)
- ✓ **Principalele 2 canale TV** de unde respondentii isi iau informatii sunt:
  - Pro TV (60%)
  - Antena 1 (34%)
- ✓ Sunt mai multi respondenti cu **venit personal mai mare de 3000 de lei care nu-si iau informatii de la TV** (18% vs 11% total);
- ✓ **72%** dintre respondenti isi doresc sa gaseasca informatii despre fondurile europene pe **rețele sociale**, iar dintre acestia, sunt mai multi **tineri cu varste intre 24-35 de ani** care isi doresc acest lucru (**83% vs 72% total**);
- ✓ **Top 3 rețele sociale** pe care respondentii le-ar prefera sunt:
  - Facebook (88%)
  - Youtube (75%)
  - Instagram (45%)





# Recomandari - Surse de informare si informatii dorite



- ✓ Cei mai multi respondenti cauta informatii despre fonduri europene online, pe site-ul primariilor. Folositi acest canal de comunicare pentru a prezenta ce fonduri sunt disponibile pentru fiecare zona a tarii.
- ✓ Infomatiile dorite sunt despre cum se acceseaza aceste fonduri, pentru ce domenii si conditiile de acordare. Sunt 71% dintre respondenti care ar vrea sa stie informatii despre tot ceea ce tine de fondurile europene. Comunicati in media informatii cat mai detaliate despre modul de accesare si evidentiati proiectele care au fost deja realizate cu ajutorul fondurilor europene.
- ✓ Principalele 2 canale TV de unde respondentii isi iau informatii sunt Pro TV si Antena 1, iar persoanele publice in care ar avea incredere sa le vorbeasca despre acest subiect sunt Klaus Iohannis si Dacian Ciolos.
- ✓ 72% dintre respondenti isi doresc sa gaseasca mai multe informatii pe retelele sociale, iar preferatele lor sunt Facebook, Youtube si Instagram. Investigati posibilitatea realizarii unui canal de Youtube in care sa prezentati informatii despre fondurile europene disponibile pentru Romania, cum se acceseaza, dar si exemple concrete de proiecte realizate cu fonduri europene



# Concluzii – Programe Operationale (1/5)

## Programul Operational Capital Uman

- ✓ 85% dintre respondenti nu au auzit despre Programul Operational Capital Uman, iar dintre cei care au auzit despre el, 72% considera ca acest program este foarte important pentru populatia Romaniei.
- ✓ 21% dintre respondentii care au auzit despre POCU au declarat spontan ca acest program inseamna dezvoltarea profesionala a oamenilor/investitii in oameni si Profesionalizare/Calificare/Recalificare
- ✓ Top 3 cele mai puternice asociieri cu POCU sunt:
  - Ajuta angajatii sa participe la programe de formare profesionala (63%)
  - Creeaza locuri de munca pentru tinerii someri intre 16-24 ani (61%)
  - Ajuta la imbunatatirea competentelor tinerilor someri intre 16-24 ani (60%)



# Concluzii – Programe Operationale (2/5)

## Programul Operational Competitivitate

- ✓ 86% dintre respondenti nu au auzit despre Programul Operational Competitivitate, iar dintre cei care au auzit despre el, 61% considera ca acest program este foarte important pentru populatia Romaniei.
- ✓ 26% dintre respondentii care au auzit despre POC au declarat spontan ca acest program sprijina competitivitatea pe piata nationala/internationala. 12% dintre cei care au declarat ca au auzit despre Programul Operational Competitivitate au raspuns spontan cu definitii eronate ale acestui program (exemple de proiecte din cadrul altor Programe Operationale, directii ale altor programe etc.)
- ✓ Top 2 cele mai puternice asocieri cu POC sunt:
  - Ajuta la imbunatatirea continutului digital si a infrastructurii tehnologice in domeniul e-educatie, e-incluziune, e-sanatate si e-cultura (65%)
  - Sprijina utilizarea tehnologiei informatiei si comunicarii (TIC) pentru dezvoltarea afacerilor, in special a cadrului de derulare a comertului electronic (63%)



The image shows a handwritten signature in blue ink over a circular official stamp. The stamp contains the text 'ROMANIA' at the top and 'Ministerul Educatiei si Cercetarii' at the bottom. The signature is written in a cursive style.



# Concluzii – Programe Operationale (3/5)

## Programul Operational Infrastructura Mare

- ✓ 75% dintre respondenti **nu au auzit despre Programul Operational Infrastructura Mare**, iar dintre cei care au auzit despre el, 85% considera ca acest program este foarte important pentru populatia Romaniei.
- ✓ 63% dintre respondentii care au auzit despre POIM au declarat spontan ca acest program se refera la **constructia de drumuri si autostrazi.**
- ✓ Top 3 cele mai puternice asocieri cu POIM sunt:
  - Ajuta la dezvoltarea si modernizarea infrastructurii feroviare (70%)
  - Ajuta la cresterea accesibilitatii zonelor cu o conectivitate redusa la infrastructura rutiera (64%)
  - Ajuta la cresterea gradului de utilizare a cailor navigabile si a porturilor (61%)



# Concluzii – Programe Operationale (4/5)

## Programul Operational Asistenta Tehnica

- ✓ 89% dintre respondenti nu au auzit despre Programul Operational Asistenta Tehnica, iar dintre cei care au auzit despre el, 68% considera ca acest program este foarte important pentru populatia Romaniei.
- ✓ 16% dintre respondentii care au auzit despre POAT au declarat spontan ca acest program ofera asistenta in accesarea/implementarea proiectelor cu fonduri europene. 14% dintre cei care au declarat ca au auzit despre Programul Operational Asistenta Tehnica au raspuns spontan cu definitii eronate ale acestui program (exemple de proiecte din cadrul altor Programe Operationale, directii ale altor programe etc.)
- ✓ Top 2 cele mai puternice asocieri cu POAT sunt:
  - Ofera sprijin beneficiarilor Fondurilor Europene Structurale si de Investitii pentru dezvoltarea si punerea in practica a proiectelor (73%)
  - Ajuta la cresterea eficientei si eficacitatii resurselor umane implicate in sistemul de coordonare, gestionare si control al Fondurilor Europene Structurale si de Investitii (72%)



# Concluzii – Programe Operationale (5/5)

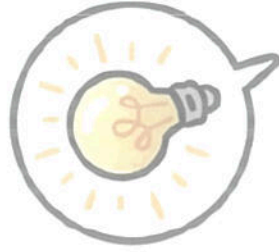
## Programul Operational Regional

- ✓ 67% dintre respondenti nu au auzit despre Programul Operational Regional, iar dintre cei care au auzit despre el, 72% considera ca acest program este foarte important pentru populatia Romaniei.
- ✓ 48% dintre respondentii care au auzit despre POR au declarat spontan ca acest program ajuta la dezvoltarea unei regiuni, iar 17% la dezvoltarea infrastructurii.
- ✓ Top 3 cele mai puternice asocieri cu POR sunt:
  - Sprijina dezvoltarea cailor de transport urban: piste de biciclete, achizitia mijloacelor de transport ecologice/ electrice (64%)
  - Ajuta la dezvoltarea infrastructurii de educatie - crese, gradinite, licee tehnologice, scoli profesionale si tehnice (64%)
  - Ajuta la revitalizarea zonelor urbane - reconversia si refunctionalizarea terenurilor abandonate (60%)





# Recomandari – Programe Operationale



- ✓ **Programele Operationale** nu sunt cunoscute de catre respondenti, iar pentru 2 (Competitivitate si Asistenta Tehnica) din cele 5 analizate, au fost respondenti care au declarat definitii eronate. **Comunicati clar ce sunt aceste programe si la ce ajuta.**
- ✓ Cei mai multi respondenti considera ca aceste programe sunt **foarte importante** pentru populatia Romaniei. Comunicati exact **la ce ajuta fiecare program in parte, cu exemple de succes din fiecare.**
- ✓ **Folositi in comunicare asocierile cele mai puternice pentru fiecare program:** formare profesionala, dezvoltarea continutului digital, dezvoltarea si modernizarea infrastructurii, sprijin pentru dezvoltarea si punerea in practica a proiectelor cu fonduri europene, dezvoltarea cailor de transport urban.



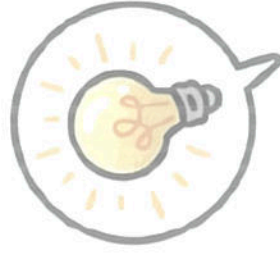
# CONCLUZII SI RECOMANDARI

## Corelatie Calitativ-Cantitativ



# Concluzii si recomandari - Corelatie calitativ-cantitativ (1/2)

- ✓ Programele Operationale nu sunt promovate suficient, lucru reiesit atat din interviurile realizate cu angajati ai Ministerului Fondurilor Europene (cercetare calitativa), cat si din raspunsurile celor din cercetarea cantitativa.



## Recomandari

Comunicati clar si detaliat, folosind un limbaj simplu si pe intelesul tuturor. Folositi canalele cele mai utilizate de catre respondenti:

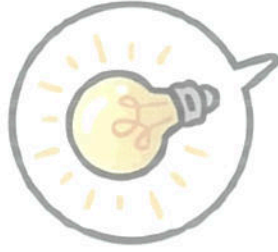
- **site-urile primariilor** pentru a detalia **fondurile disponibile pentru fiecare zona a tarii**;
- **Televiziunea** pentru a prezenta **detalii** despre **cum se acceseaza** aceste fonduri si **exemple concrete de proiecte** realizate cu ajutorul fondurilor europene (in cazul mass-media, se recomanda instruirea si familiarizarea cu limbajul de specialitate, astfel incat informatiile/stirile sa fie transmise corect catre publicul larg);
- Comunicati pe **Pro TV si Antena 1** pentru a ajunge la un **public cat mai larg**;
- Comunicati pe **DIGI 24** pentru a ajunge la un **public cu educatie superioara**;
- Comunicati pe **retele sociale** (Facebook, Youtube si Instagram) pentru a ajunge la un **public mai tanar**.





# Concluzii si recomandari - Corelatie calitativ-cantitativ (2/2)

- ✓ Dupa site-urile primariilor, cele mai utilizate canale de informare despre fondurile europene sunt cele locale: presa locala, pliante/brosuri, evenimente locale.



## Recomandari

- Replicarea actiunilor de promovare din trecut: derularea unor campanii de promovare/informare atat la nivel national, cat si regional (caravane mobile de informare care pot include: conferinte, evenimente, intalniri fata in fata, cursuri, workshop-uri, etc.)
- Organizarea unor intalniri fata in fata intre beneficiari si persoane specializate: sesiuni dedicate fiecărei zone din tara cu scopul informării clare și corecte a beneficiarilor, dar și eficientizarea viitoarelor proceduri.
- Educarea beneficiarilor finali/publicului larg:
  - Prezentarea beneficiilor și a inovatiilor aduse de implementarea proiectelor de mediu (colectarea și gestionarea deșeurilor, gestionarea eficientă a resurselor de apă, epurarea apei uzate) care contribuie la îmbunătățirea sănătății și a calității vieții;
  - Respectarea regulilor în ceea ce privește păstrarea și îngrijirea instalațiilor noi montate; aplicarea unor sancțiuni în caz contrar.

