



”EVALUAREA PLANULUI DE COMUNICARE PENTRU POS MEDIU”

Contract nr. 3383 din 28.06.2011

REZUMAT EXECUTIV

14 februarie 2012

Beneficiar:

Autoritatea de Management pentru Programul Operațional POS Mediu - Direcția de Asistență Tehnică

Proiect implementat de:

Asociația East West Consulting/S.C. EWC Romania S.R.L. (International Consulting Expertise)/LKN Analysis;

Subcontractor: Metro Media Transilvania

Valoarea contractului:

470.708,95 lei fără TVA, proiect finanțat de la Bugetul de Stat, urmând ca 75% din totalul cheltuielilor eligibile să fie rambursate din Fondul European de Dezvoltare Regională prin Axa Prioritară 6 din POS Mediu

REZUMAT EXECUTIV

Aceasta primă evaluare de tip tematic a Planului de Comunicare (PC) pentru Programul Operațional Sectorial Mediu 2007-2013 (POS Mediu) s-a desfășurat în perioada 1 iulie 2011 - 28 Februarie 2012 (8 luni) și a acoperit analiza activităților de informare și publicitate de la lansarea programului 2007 (și aprobarea de către Comisie în 4 Iunie 2008) până la data de 1 septembrie 2011¹.

Obiectivul general al acestui proiect a constat în **evaluarea independentă a Planului de Comunicare a POS Mediu** în vederea formulării de recomandări pentru acțiunile de informare și publicitate viitoare.

Obiectivele specifice au urmărit: • aprecierea activităților de informare și publicitate întreprinse în perioada 2007-2010 și a modului în care acestea au răspuns obiectivelor Planului de Comunicare; • dacă Planul de Comunicare răspunde, în continuare, nevoilor informaționale ale grupului țintă, așa cum a fost el definit; • Optimizarea Planului de Comunicare.

Evaluarea Planului de Comunicare trebuie percepută în contextul responsabilităților de informare și publicitate ce îi revin Autorității de Management (AM) pentru POS Mediu pentru POS Mediu gestionat, conform cerințelor europene impuse tuturor Statelor Membre (Regulamentului Consiliului 1083/2006) și cerințelor naționale privind informarea și publicitatea pentru Programele Operaționale. Scopul acestei exercițiu de evaluare constă în **îmbunătățirea implementării Planului de Comunicare și optimizarea acestuia** prin identificarea acelor măsuri corective care pot să contribuie la **eficiența maximă a activităților de comunicare** prevăzute și la **creșterea ratei de absorbție a fondurilor europene alocate POS Mediu**, prin optimizarea activităților de comunicare, informare și publicitate aferente acestui program. O bună comunicare cu beneficiarii și potențialii beneficiari ai POS Mediu este **elementul cheie de care depinde absorbția corespunzătoare a fondurilor alocate**, iar promovarea POS Mediu în rândul cetățenilor asigură vizibilitatea acestuia, având ca efect în final cunoașterea beneficiilor pe care proiectele finanțate prin POS Mediu le au asupra dezvoltării României.

¹ Data de referință a Raportului

METODOLOGIE

Cele 6 Obiective ale Planului de Comunicare au fost analizate în strânsă legătură cu **activitățile derulate, mijloacele de comunicare și instrumentele utilizate** pentru atingerea scopului propus, **indicatorii de monitorizare/evaluare** stabiliți precum și cu **termenele stabilite**. Pentru a furniza răspunsul la cele 15 întrebări de evaluare, a fost elaborată și implementată o metodologie de evaluare care s-a bazat pe următoarele instrumente de colectare a datelor și informațiilor:

Cercetarea de birou - cu scopul de a înțelege contextul implementării Planului de Comunicare al POS Mediu. Au fost analizate în acest scop documente cadru, documente programatice și strategice precum și o serie de alte documente relevante privind comunicarea și publicitatea POS Mediu.

Elaborarea de instrumente metodologice: •Ghid de Interviu cu reprezentanții AM POS Mediu și OI POS Mediu; •Ghid de întrebări pentru interviu de profunzime/ semi-structurat cu Beneficiarii POS Mediu; •Chestionar anchetă/ sondaj opinie național (adresat publicului larg); •Protocol de întrebări pentru Focus Grupuri.

Cercetarea de teren - Interviuurile s-au desfășurat pe baza **Ghidului de Interviu specific fiecărei categorii intervievate**, care a acoperit un set de întrebări predefinite referitoare la aspecte legate de implementarea PC pentru POS Mediu din perspectiva fiecărui grup țintă, dar și aspecte specifice fiecărui grup țintă. Au fost interviuate persoane relevante de la **nivel regional** (Ofițerii de comunicare din cele 8 OI-uri precum și personalul de conducere al OI/ alte persoane implicate în activitățile de informare și publicitate planificate și evidențiate în Planul de Comunicare precum și Beneficiarii proiectelor finanțate din POS Mediu) și de la **nivel central** (Ofițerii de Comunicare din AM - responsabili de programarea și coordonarea activităților de informare și publicitate din Planul de Comunicare; Reprezentanții AM POS Mediu din Direcțiile/Compartimentele relevante scopului evaluării).

Cercetarea de teren - Componenta de cercetare cantitativă - a avut drept scop măsurarea nivelului actual de conștientizare, în rândul publicului larg, privind POS Mediu și aspectele conexe. Sondajul de opinie național derulat telefonic prin metoda CATI a avut următoarele caracteristici: •**Univers:** populația adultă, neinstituționalizată, din România; •**Volumul eșantionului:** 5.083 subiecți cu vârsta de 18 ani și peste; • **Eroare maximă tolerată:** La nivel regional s-au distribuit cei 5.083 subiecți în 8 subeșantioane, corespunzător fiecărei regiuni de dezvoltare, cu volume de 629 - 640 subiecți și o eroare tolerată (în cazul unei variabile dihotomice) de maxim +/- 2,9%, la un nivel de probabilitate de 85%; • **Tipul eșantionului pentru sondajul de opinie:** probabilist, multistadial, stratificat.

Cercetarea de teren - Componenta de cercetare calitativă - s-a derulat prin intermediul a 12 focus grupuri, cel puțin câte unul în fiecare regiune de dezvoltare, cu categoriile din grupul țintă al Planului de Comunicare (mai puțin publicul larg care a făcut obiectul sondajului de opinie național), și anume: autorități publice centrale, regionale și locale; (potențialii) beneficiari ai POS Mediu; societatea civilă; și mass-media.

CONCLUZII

Evaluarea **relevanței** Planului de Comunicare pentru POS Mediu și-a propus să stabilească dacă măsurile și activitățile de IP propuse sunt coerente și congruente în raport cu obiectivele Planului, cu necesitățile și prioritățile stabilite.

În urma analizei **relevanței activităților pe fiecare măsură** se poate aprecia că activitățile prevăzute în Planul de Comunicare sunt **congruente cu obiectivele** în sensul că pot duce în general la realizarea măsurilor aferente obiectivelor specifice Planului de Comunicare pentru POS Mediu. În plus, se poate aprecia că activitățile de IP derulate (atât activități proprii, cât și acțiuni realizate în parteneriat) **și-au adus contribuția la realizarea obiectivelor specifice de comunicare** stabilite în PC pentru POS Mediu. Mai sunt însă de realizat în continuare pași pentru atingerea acestora și a obiectivului general. Cadrul de comunicare poate fi îmbunătățit iar, în viitor, modul de realizare a activităților de IP trebuie nuanțat și îmbunătățit comparativ cu perioada anterioară.

Analiza **eficienței** a reprezentat un proces vast și complex care a inclus o analiză a aspectelor procesului, sistemului și a practicii de implementare pe care le implică managementul și administrarea Planului de Comunicare pentru POS Mediu, precum și o analiză a resurselor umane alocate implementării PC pentru POS Mediu.

Analiza a relevat faptul că, s-a creat cadrul planificării, derulării și urmării măsurilor de IP și a atingerii obiectivelor propuse prin PC pentru POS Mediu. Se poate aprecia că activitățile de IP derulate au avut o evoluție graduală, urmărind evoluția POS Mediu și canalele și instrumentele de comunicare au fost potrivite scopului și grupurilor țintă vizate. Totuși, utilizarea Asistenței Tehnice (AT) disponibile în cadrul Axei Prioritare 6, DMI 2 a POS Mediu a fost relativ limitată. În general, resursa umană implicată în IP este suficientă, sub aspectul numărului de personal dedicat acestei activități, la care se înregistrează o anumită constanță de-a lungul perioadei evaluate, însă trebuie urmărită dezvoltarea calitativă sub aspectul îmbunătățirii competențelor profesionale ale acesteia, precum și uniformizarea nivelului de pregătire în toate Ol. Ceea ce lipsește Ofițerilor de Comunicare este o pregătire formală dedicată comunicării și relațiilor publice, cu accent pe specificitatea activităților acestora, inclusiv relația cu mass media. Cu referire la sistemul de monitorizare a PC pentru

POS Mediu, este nevoie ca acesta să furnizeze date cu privire la realizările obținute comparativ cu indicatorii și etapele cheie în implementarea planului.

Analiza **eficacității** măsurilor de informare și publicitate a urmărit: • **analiza rezultatelor** (outcomes) urmare a implementării PC din perspectiva vizibilității POS Mediu și a gradului de conștientizare a publicului larg, potențialilor beneficiari și beneficiarilor cu privire la oportunitățile de finanțare POS Mediu și rolul UE și, nu în ultimul rând cu privire la beneficiile aduse României prin implementarea proiectelor finanțate prin POS Mediu • **analiza eficacității serviciului help desk** ca și a evenimentelor și sesiunilor de informare menite să sprijine potențialii beneficiari și beneficiarii POS Mediu.

În ceea ce privește **eficacitatea**, s-a observat că multe dintre aspectele analizate în cadrul acestui criteriu s-au întrepătruns cu aspectele de relevanță, dar mai ales de eficiență. În acest sens, a **existat un element inevitabil de suprapunere și încrucișare** între constatările și comentariile anterioare și răspunsul la întrebarea specifică privind eficacitatea.

Concluzia generală rezultată în urma evaluării este că acțiunile derulate și canalele alese au avut în vedere asigurarea vizibilității programului și a transparenței în ceea ce privește modul de cheltuire a fondurilor europene și a contribuției statului român, iar eforturile AM POS Mediu de informare și publicitate **au rezultat într-o creștere a interesului în rândul tuturor grupurilor țintă**. Totodată implementarea măsurilor de IP a contribuit în timp la creșterea numărului și calității proiectelor depuse (în special în cadrul Axei 4), precum și la mai buna pregătire a beneficiarilor pentru implementarea proiectelor și a crescut gradul de cunoaștere a mass-media referitor la concepte, proceduri și terminologia specifică proiectelor finanțate prin POS Mediu.

În viitor este totuși nevoie de îmbunătățirea activităților de IP și, în mod special, cu referire la natura, calitatea și frecvența comunicării cu beneficiarii și potențialii beneficiari de proiecte, alături de o abordare mai susținută și o strategie nouă privind eforturile de IP destinate mass media și de apropierea de local.

În continuare sunt prezentate o serie de **direcții de acțiune și măsuri propuse** care pot conduce pe viitor la îmbunătățirea implementării Planului de Comunicare a POS Mediu.

RECOMANDĂRI

Nr. crt.	Recomandări	Măsuri
1.	Îmbunătățirea cadrului de comunicare	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Introducerea unui Sistem de alerte pentru noutăți naționale și UE, cât și alerte timpurii pentru greșeli/ deficiențe; ➤ Publicarea regulată a unui Buletin de știri / Buletin informativ (e-buletin) care să conțină informații privind problematica mediului, știri naționale și de la UE, foarte proaspete, schimbări importante, modificări de ultimă oră, informații privind viitorul, cerințe utile cu scopul de a lua/a pregăti măsuri din timp (cei intervievați au dat exemplul buletinului „Fonduri structurale”).
2.	<p>Mutarea accentului activităților de IP în etapa următoare, prin:</p> <p>O mai fină delimitare/segmentare a categoriilor de beneficiari și specificarea unor măsuri de IP adresate exclusiv acestor grupe. Intensificarea și diversificarea tipului de sprijin acordat în viitor (potențialilor) beneficiari, inclusiv îmbunătățiri în ceea ce privește calitatea informației vs nevoile informaționale, natura, calitatea și frecvența comunicării cu beneficiarii și potențialii beneficiari de proiecte</p> <p>Acordarea unei atenții sporite comunicării la nivel de județ/ local</p> <p>Adaptarea modului de realizare a măsurilor din PC, în sensul nuanțării și a îmbunătățirii comparativ cu perioada anterioară, astfel încât să vină în pre-întâmpinarea problemelor beneficiarilor</p> <p>Adaptarea conținuturilor materialelor oferite mass media spre informare și o mutare a</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O segmentare a categoriilor deja existente cu referire la (potențialii) beneficiari. Să se ajungă la grupuri omogene ca arii de interes/ nevoi informaționale ➤ Regândirea spectrului de măsuri de comunicare și IP (de ex. compoziția și tematica evenimentelor): <ul style="list-style-type: none"> ○ Organizarea de sesiuni de informare și seminarii de instruire mai specializate/ personalizate; Axarea comunicării pe probleme concrete din implementarea proiectelor și contractelor, dificultăți și modul de depășire, lecții învățate, proiecte de succes; ○ Formatul și agenda lor să fie orientate mai bine spre nevoile audienței (aplicabilitate practică, interactivitate ridicată); Înlocuirea seminariilor generale cu evenimente cu caracter practic (discuții/mese rotunde/ studii de caz) și stimularea dezbaterilor și a grupurilor de lucru; ○ Organizarea acestor întâlniri și la nivel județean/ local, nu doar regional și național. ➤ Mutarea accentului în relația de comunicare de pe raportări și monitorizări (nevoile AM/ OI) pe nevoile beneficiarului (probleme concrete cu care se confruntă); ➤ Mutarea accentului pe realizări și beneficii, concomitent cu adaptarea mesajului și limbajului la cerințele jurnalistice, precum și folosirea canalelor de comunicare cele mai des utilizate surse pentru informare în privința actualității locale și județene ➤ Adresarea/ țintirea mass media de la nivel local pentru proiecte care vizează direct cetățenii localității respective; Structurarea informațiilor referitoare la POS Mediu pe județe, sau chiar pe plan local, unde este posibil, în conformitate cu aria

Nr. crt.	Recomandări	Măsuri
	<p>accentului de la informații generale spre mai multă concretețe privind progresul POS Mediu, realizările și beneficiile obținute, precum și furnizarea de cifre, date de la nivel local</p> <p>Apropierea de comunitățile unde sunt implementate proiecte cu finanțare POS Mediu</p>	<p>de difuzare a presei locale;</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Evitarea comunicatelor seci și tehnice. Adaptarea conținuturilor la limbajul publicului larg; ➤ Contextualizarea informațiilor pentru a putea prezenta și contextul rezultatelor unui anumit proiect sau să poată prezenta comparații, astfel încât știrile să devină mai atractive; ➤ Adaptarea și intensificarea măsurilor de IP și către comunitățile și Autoritățile Publice Locale și publicul larg din rural ca interlocutori în comunicarea directă și nu doar mediată;
3.	<p>Măsurarea sistematică a consecințelor activităților de IP asupra grupurilor țintă atinse, prin:</p> <p>Revizuirea listei de indicatori din cadrul Planului de Comunicare</p> <p>Proiectarea, aprobarea și implementarea unui Sistem de Monitorizare a Implementării PC care să furnizeze informații cheie coerente privind progresul în implementarea Planului de Comunicare</p> <p>Stabilirea unor ținte de plan pentru rezultatele așteptate</p> <p>Analiza în dinamica evoluției indicatorilor de realizare la nivelul fiecărui OI și al AM în ansamblul ei</p> <p>Valorizarea evoluțiilor graduale în programarea activităților din PC și în cuprinsul Rapoartelor privind implementarea PC la nivelul</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Restrângerea listei de indicatori la un set principal format din 6-10 indicatori de bază care să cuprindă atât indicatori cantitativi, cât și calitativi; Includerea a cel puțin 3 (trei) dintre tipurile de indicatori, și anume: ●indicatori de resurse ●indicatori de realizare ●indicatori de rezultate ➤ Stabilirea unui set minimal de indicatori de impact privind măsurile de informare și instruirea corespunzătoare a personalului responsabil cu urmărirea realizării lor; ➤ Redefinirea corectă și completă a indicatorilor din lista scurtă pentru a urmări să fie SMART; ➤ Organizarea unei întâlniri de planificare strategică a Ofițerilor de Comunicare, astfel încât țintele să fie planificate și asumate în urma unui proces participativ de consultare. ➤ Adoptarea unui sistem de monitorizare care să furnizeze date cu privire la realizările obținute comparativ cu indicatorii și etapele cheie, într-un format care să permită agregarea și comparația în timp, să furnizeze informații cheie coerente privind progresul în implementarea planului și cu privire la indicatorii fizici și financiari ce pot releva progresul intervențiilor vis-a-vis de țintele stabilite; ➤ Introducerea: <ul style="list-style-type: none"> ○ Unei proceduri unitare de colectare a informațiilor; ○ Unei proceduri de analiză a informațiilor colectate; ➤ Unei machete de raport de monitorizare internă; O machetă standard care să ofere posibilitatea centralizării, agregării automate precum și a consolidării la nivel de program

Nr. crt.	Recomandări	Măsuri
	<p>OI și AM</p> <p>Valorificarea informațiilor de natură istorică colectate de la începutul implementării PC a POS Mediu în vederea fundamentării unor viitoare decizii de politică publică în domeniul intervențiilor de finanțare prin acest program cu valoare informativă și pentru următoarea perioadă de programare</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Standardizarea raportărilor și eventual extragerea capitolelor/ secțiunilor/ coloanelor utile/ necesare unui anumit destinatar al comunicării/ informării; ➤ Realizarea de sondaje/ anchete periodice care să măsoare schimbările intervenite; ele trebuie să urmeze aceeași metodologie/ set de întrebări pentru a asigura compararea în dinamică a schimbărilor intervenite;
4.	<p>Consolidarea capacității instituționale și întărirea comunicării interne</p> <p>AM să se asigure că există resurse disponibile și un nivel corespunzător de pregătire al personalului pentru colectarea datelor care stau la baza calculării indicatorilor de bază și interpretarea corespunzătoare a valorilor indicatorilor derivați de dinamică sau de structură.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Instruirea corespunzătoare a Ofițerilor de comunicare și a personalului responsabil cu culegerea, procesarea datelor, analiza indicatorilor, interpretarea rezultatelor și întocmirea rapoartelor și înzestrarea acestora cu un set de competențe pentru a realiza analize în dinamică a rezultatelor activităților de comunicare;
5.	<p>Creșterea capacității de comunicare a reprezentanților OI și AM și valorificare dimensiunii manageriale a comunicării.</p> <p>Îmbunătățirea comunicării și maximizarea eforturilor de IP (obținerea unui bagaj comun de cunoștințe, a unei abordări uniforme, o mai</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Instruirea mai specializată - PR, comunicare și elemente de publicitate- a Ofițerilor de Comunicare cât și a persoanelor din alte compartimente relevante care concură la activitatea de comunicare; ➤ Tematicile de instruire viitoare să aibă la bază o analiză distinctă a nevoilor de instruire; ➤ Organizarea de sesiuni de instruire cu aplicabilitate practică; ➤ Organizarea mai multor întâlniri de lucru la nivel regional și în rețeaua OI/ AM; ➤ Împărtășirea experienței beneficiarilor avansați către cei noi; ➤ Organizarea unor seminarii de informare în rețeaua OI și cu AM, care să dea

Nr. crt.	Recomandări	Măsuri
	<p>bună utilizare a resurselor).</p> <p>Îmbunătățirea activităților de IP, în mod special, cu referire la natura, calitatea și frecvența comunicării cu (potențialii) beneficiari de proiecte</p>	<p>viziunea de ansamblu asupra viitorului implementării POS Mediu;</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Consolidarea capacității de organizare a evenimentelor interactive. <ul style="list-style-type: none"> • mai fină delimitare a categoriilor de beneficiari și specificarea unor măsuri adresate exclusiv acestor grupe; • Regândirea evenimentelor de informare astfel încât acestea să fie reprezentative atât pentru regiunile de dezvoltare, cât și pentru diversele grupuri de beneficiari; • Regândirea modalității de planificare și a formatului și tematicii acestor evenimente;
6.	<p>Eficientizarea procesului de achiziții aferente PC pentru POS Mediu (minimizarea întârzierilor, inclusiv reducerea incidenței de apariție a contestațiilor)</p> <p>O mai bună gestionare a AP6, DMI 2 în susținerea maximizării eforturilor și efectelor de informare și publicitate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizarea achizițiilor publice folosind Contracte Cadru cu loturi mai mari/integrate de servicii, modalitate care ar conduce la minimizarea riscului întârzierilor cauzate de depunerea și soluționarea de contestații. Utilizarea de Contracte Cadru cu Loturi care să acopere diverse nevoi privind IP (materiale, campanii, evenimente etc.) ar ajuta la derularea „liniară” achizițiilor în vederea realizării activităților de IP continuu și conform cu „vârfurile de sarcină” și nevoile specifice ale fiecărui OI, dar și la nivelul AM POS Mediu. <p>Atât AM, cât și OI POS Mediu ar putea acționa de o manieră mult mai proactivă.</p> <p>OI nu ar mai avea rețineri în a prevedea în Planurile Anuale de Implementare a PC pentru POS Mediu activități specifice pentru a promova activ POS Mediu la nivel regional.</p>