



Justificarea oportunității achiziției având ca obiect

„Producție și difuzare materiale aferente campaniei de comunicare pentru promovarea oportunităților de finanțare”

Necesitatea derulării unor campanii complexe de comunicare la nivel național a fost evidențiată în cadrul principalelor studii și analize cu privire la gradul general de informare a publicului despre instrumentele structurale aferente perioadei de programare 2007 - 2013, care au stat la baza Strategiei de Comunicare pentru FESI 2014 - 2020. Indicatorul principal de rezultat din strategia de comunicare este „Nivel de conștientizare cu privire la proiecte co-finanțate de UE”. „*Fondurile europene pe înțelesul tuturor*”, proiect care se referă la promovarea măsurilor finanțate și a modului concret de accesare de fonduri europene, prin intermediul televiziunii și rețelelor sociale, este un mijloc eficient pentru atingerea acestui indicator. Proiectul (cod MySMIS 120207) este propus spre finanțare POAT și se află în prezent în evaluare.

În prezent, măsurile finanțate și modalitatea de accesare concretă a fondurilor europene se regăsesc în Ghidurile Solicitantului, publicate pe site-urile instituționale și pe site-ul www.fonduri-ue.ro. Informația prezentată în aceste documente este simplă de parcurs pentru specialiștii și experții în accesarea fondurilor europene, dar mai puțin accesibilă și vizibilă pentru potențialii beneficiari și publicul larg.

Conform Eurobarometrului Flash 452 „Cunoașterea și percepțiile cetățenilor asupra politicii regionale a UE” (martie 2017), televiziunea este cea mai utilizată sursă de informații pentru publicul larg, în ceea ce privește politica regională a UE.

De aceea, este nevoie de realizarea unor informări succinte, într-un limbaj accesibil, destinate publicului larg care beneficiază, în mod direct sau indirect, de investițiile realizate din fonduri europene. O bună cunoaștere a domeniilor de intervenție, a axelor prioritare, a obiectivelor alocării fondurilor europene, așa cum sunt ele reflectate în documentele programatice și în Ghidurile Solicitantului are multiple efecte: conștientizarea publicului cu privire la contribuția financiară a UE la dezvoltarea României, atragerea categoriei potrivite de aplicanți/ potențiali beneficiari și obținerea unor propuneri de proiecte de o calitate superioară. Animația 3D cu personaj uman a fost aleasă de SCIS - DC pentru că este o metodă de comunicare originală, accesibilă și atractivă pentru publicul țintă, și care conține elemente de inovație.

Fiecare spot va fi difuzat pe 3 canale TV naționale și promovat pe canalele Facebook și Youtube.

Având în vedere cele de mai sus, SCIS susține că este nevoie de achiziționarea de servicii de realizare a minim 50 și maxim 100 spoturi animate 3D cu personaj real/uman, cu durată de aproximativ 30 de secunde fiecare, servicii de difuzare a lor pe 3 posturi de televiziune naționale și de promovarea prin media sociale (Facebook și Youtube). Au fost evaluate și analizate toate celelalte posibilități de a satisface nevoia identificată la nivelul Serviciului Comunicare Instrumente Structurale și s-a

ajuns la concluzia că această promovare este deosebit de accesibilă, atractivă și cu impact asupra publicului-țintă.

Proiectul include realizarea unei campanii de comunicare la nivel național, realizată prin intermediul unor spoturi video care promovează ghiduri ale solicitantului sau acțiunile concrete care pot primi finanțare din fonduri europene.

Campania de promovare corespunzătoare acestui proiect o completează pe cea care se referă la beneficiile generale obținute din fondurile acordate României de Uniunea Europeană, campanie finanțată dintr-un alt proiect POAT, anume „*Campanii de comunicare pentru promovarea fondurilor ESI 2014-2020*” (cod MySMIS 120088).

Informarea și publicitatea pentru PO reprezintă o obligație a Statelor Membre și a Autorităților de Management care gestionează Fondurile Structurale și Fondul de Coeziune (FSC), stabilită atât prin prevederile Regulamentului (UE) nr. 1303/2013 al Parlamentului European și al Consiliului, din 17 decembrie 2013, cât și prin Regulamentul (UE) nr. 821/2014 al Comisiei de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1303/2013.

Obiectivul proiectului este acela de a promova și transmite în spațiul public informații referitoare la oportunitățile de finanțare (Axe prioritare, obiective specifice, măsuri finanțate, apeluri de proiecte) din fondurile Europene Structurale și de Investiții 2014 - 2020, asigurând o diseminare coordonată la nivel național a mesajelor pe aceasta temă.

Proiectul se încadrează în liniile de acțiune stabilite în Strategia de Comunicare pentru Instrumentele Structurale 2014-2020, elaborată în conformitate cu regulamentele europene, care a fost adoptată de Comitetul de Monitorizare POAT la finalul anului 2015. Măsurile de informare și comunicare propuse în proiectul „*Fondurile europene pe înțelesul tuturor*” sunt implementate în conformitate cu această strategie. Potrivit prevederile Anexei XII a Regulamentului (UE) nr. 1303/2013, „Statul Membru se asigură de faptul că măsurile de informare și comunicare (...) vizează cea mai cuprinzătoare acoperire mass-media posibilă prin utilizarea diverselor forme și metode de comunicare la nivelul adecvat.”

De asemenea, *Planul de comunicare multi-anual al MFE pentru Instrumentele Structurale 2014-2020, POAT, POC, POIM și POCU* prevede implementarea de campanii de comunicare adresate publicului larg, atât pe canale tradiționale, cât și în social media.

Beneficii care urmează a fi obținute după satisfacerea necesității sau problemele care vor fi rezolvate după satisfacerea necesității ca urmare a atingerii obiectivelor propuse.

Principalele beneficii ale realizării campaniei sunt creșterea nivelului de încredere în sistemul de accesare al fondurilor ESI și creșterea nivelului de conștientizare cu privire la proiectele cofinanțate de către UE.

Proiectul de promovare a măsurilor finanțate și modalitatea de accesare concretă a fondurilor europene prin intermediul televiziunii este un mijloc eficient de atingere a

indicatorului menționat. De aceea, este nevoie de realizarea unor informări succinte, atractive, folosindu-se un limbaj accesibil, destinate publicul larg. 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.