



# IRES

INSTITUTUL ROMÂN PENTRU EVALUARE ȘI STRATEGIE

Servicii de evaluare a măsurilor de informare și publicitate desfășurate de Autoritatea de Management pentru POR conform Planului de comunicare POR 2007-2013

OCTOMBRIE - DECEMBRIE 2014

Programul Operațional Regional 2007 - 2013

Axa prioritară 6 Asistență Tehnică a Programului Operațional Regional

## Raport de cercetare Grilă de evaluare jurnaliști



**Regio**  
PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL

*Inițiativă locală. Dezvoltare regională.*







## Cuprins

<b>I. ASPECTE METODOLOGICE .....</b>	<b>2</b>
<b>II. REZUMAT .....</b>	<b>3</b>
<b>III. DESCRIEREA REZULTATELOR .....</b>	<b>5</b>
<b>III. 1. Grad de informare, interes și încredere privind Regio .....</b>	<b>5</b>
<b>III. 2. Surse de informare privind Regio .....</b>	<b>8</b>
<b>III. 3. Evaluarea campaniei de informare Regio.....</b>	<b>9</b>
<b>III. 4. Modalități de comunicare și informații de interes pe viitor .....</b>	<b>10</b>
<b>IV. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI .....</b>	<b>11</b>
<b>IV. 1. Concluzii.....</b>	<b>11</b>
<b>IV. 2. Recomandări .....</b>	<b>12</b>
<b>V. ANEXE.....</b>	<b>14</b>



## I. ASPECTE METODOLOGICE

- Această etapă a culegerii datelor a presupus completarea de către jurnaliști, în total, a 80 de grile de evaluare, câte 10 în fiecare regiune de dezvoltare, în scopul măsurării eficienței activităților de comunicare realizate.

- Metodologia de selecție a fost respectată în totalitate. În total au fost centralizate 82 de răspunsuri în cadrul acestei etape a studiului de evaluare a comunicării Regio, după cum urmează:

- 10 grile completate în regiunea Nord-Est;
- 11 grile completate în regiunea Sud-Est;
- 10 grile completate în regiunea Sud;
- 10 grile completate în regiunea Sud-Vest;
- 10 grile completate în regiunea Vest;
- 10 grile completate în regiunea Nord-Vest;
- 11 grile completate în regiunea Centru;
- 10 grile completate în regiunea București-Ilfov.

- Derularea acestei etape a decurs în condiții bune, grilele de evaluare fiind completate telefonic (cu excepția celor din Regiunea Nord-Vest, unde acestea au fost completate online).

- Au fost contactați, în total, 187 jurnaliști care își desfășoară activitatea în media diverse: publicații tipărite, online, radio-uri, televiziuni locale sau regionale, agenții de presă etc.

## II. REZUMAT

Cel mai frecvent utilizate surse de informare de către jurnaliști cu privire la Regio sunt cele online, comunicările oficiale ale ADR, conferințele sau evenimentele organizate de ADR, presa scrisă și panourile stradale.

Interesul respondenților cu privire la Regio este ridicat, aproape trei sferturi dintre jurnaliștii intervievați exprimând un grad mare de interes pentru program.

În opinia participanților la studiu, Regio se diferențiază în bine față de alte programe în primul rând prin vizibilitate, promovare/mediatizare, respectiv prin acuratețea informațiilor oferite publicului cu privire la program. Cei mai mulți dintre jurnaliștii care au completat grila de evaluare au precizat că nu cunosc elemente negative prin care Regio se diferențiază de alte programe, iar mulți alții au menționat că acesta nu se diferențiază negativ prin nimic.

Instrumentele de comunicare cel mai frecvent menționate ca fiind utilizate/accesate sunt: informațiile transmise prin e-mail, materialele de informare și promovare (fluturași, broșuri), site-ul de Internet al programului și alte materiale editate și distribuite la nivel regional. În ceea ce privește activitățile de informare, jurnaliștii apreciază cel mai mult corectitudinea informațiilor furnizate, utilitatea acestora, identitatea vizuală (sigla, logo-ul), calitatea tipăriturilor (pliante, broșuri) și modul de prezentare a informațiilor. Cel mai rar amintite instrumente de comunicare au fost forumul on-line pentru rețeaua comunicatorilor și Publicația Regio - Greșeli frecvente în implementare.

Cei mai mulți participanți la studiu au auzit de campania derulată de AM POR pentru informare cu privire la Regio, iar campania este evaluată pozitiv. Jurnaliștii își amintesc cel mai mult din campanie spoturile TV, panourile stradale și site-ul de Internet [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro).

Spoturile TV sunt instrumentul de comunicare cel mai apreciat de respondenți. În plus, atât spoturile radio, cât și panourile stradale electronice, deși vizualizate cel mai puțin frecvent, se bucură de evaluări pozitive în rândul acestor intervievați.

Jurnaliștii creditează Regio cu încredere; astfel, mai mult de jumătate dintre jurnaliștii contactați în această etapă a studiului au multă încredere în Regio, iar aproximativ unul din patru jurnaliști are foarte multă încredere în acest program. Cei care au menționat că au puțină încredere reprezintă aproximativ unul din 10 jurnaliști dintre cei contactați.



***Inițiativă locală. Dezvoltare regională.***

De asemenea, instituțiile care administrează programul Regio sunt și ele creditate cu încredere, cel mai ridicat nivel de încredere fiind exprimat pentru Agențiile de Dezvoltare Regională. În schimb, firmele de consultanță sunt creditate cu mai puțină încredere (mai mult de jumătate dintre respondenți susțin că au puțină sau foarte puțină încredere în acestea).

Cei mai mulți dintre cei care au completat grila de evaluare au auzit sloganul „DIN ZORI PÂNĂ-N SEARĂ, DEZVOLTĂM O ȚARĂ!” și consideră că acesta a fost potrivit pentru această campanie. Doi din zece jurnaliști nu cunosc acest slogan.

Modalitățile preferate prin care jurnaliștii doresc să fie informați cu privire la Regio pe viitor sunt primirea de informații în format electronic (newsletter, e-mail), respectiv întâlnirile directe (participarea la sesiuni și conferințe de informare). Aceștia ar dori să primească, cu prioritate, informații cu privire la tipurile de proiecte ce pot fi finanțate prin Regio, rezultatele investițiilor făcute până în prezent, cine poate aplica pentru aceste fonduri, principale greșeli în elaborarea / implementarea proiectelor Regio, cum poate fi obținută o finanțare prin Regio, precum și cu privire la poveștile de succes ale unor români care au obținut finanțare prin intermediul acestui program.

*Inițiativă locală. Dezvoltare regională.*

### III. DESCRIEREA REZULTATELOR

#### III. 1. Grad de informare, interes și încredere privind Regio

Șapte din zece jurnaliști care au completat grila de evaluare se consideră bine sau foarte bine informați cu privire la Regio. Detaliind mai mult, aproximativ jumătate dintre respondenți se autoevaluează drept „bine” informați. O treime dintre cei care au răspuns spun că sunt „slab” informați și doar doi jurnaliști consideră că nu sunt deloc informați cu privire la acest program.

Cel mai frecvent utilizate surse de informare cu privire la Regio sunt internetul, comunicările oficiale, conferințele, presa scrisă și panourile stradale. Alte surse de informare utilizate cu o frecvență mai ridicată sunt pliantele/broșurile, televizorul, radioul și discuțiile cu prietenii, membrii familiei sau alți cunoscuți. În plus, doi jurnaliști au precizat că își obțin informațiile direct de la Agențiile de Dezvoltare, un altul menționând ca o sursă de informare beneficiari ai programului.

Interesul participanților la studiu cu privire la Regio este ridicat, aproape trei sferturi dintre jurnaliști exprimând un grad mare de interes („foarte interesat”, respectiv „interesat”). Ceilalți respondenți (aproximativ un sfert dintre ei) sunt „puțin interesați”, respectiv „deloc” interesați de Regio.

Jurnaliștii creditează Regio cu încredere; astfel, mai mult de jumătate dintre jurnaliștii contactați în această etapă a studiului au multă încredere în Regio, iar aproximativ unul din patru jurnaliști are foarte multă încredere în acest program. Cei care au menționat că au puțină încredere reprezintă aproximativ unul din zece respondenți dintre cei contactați.

De asemenea, instituțiile care administrează programul Regio sunt și ele creditate cu încredere, jurnaliștii exprimând cel mai ridicat nivel de încredere în Agențiile de Dezvoltare Regională (două treimi dintre respondenți au multă sau foarte multă încredere în acestea) și apoi în Ministerul Dezvoltării Regionale și al Administrației Publice (mai mult de jumătate dintre respondenți exprimă multă sau foarte multă încredere). În schimb, firmele de consultanță sunt creditate cu mai puțină încredere (mai mult de jumătate dintre respondenți susțin că au puțină sau foarte puțină încredere în acestea). Un aspect

***Inițiativă locală. Dezvoltare regională.***

important de menționat este acela că, în privința firmelor de consultanță, aproape unul din zece respondenți nu a dorit să răspundă la această întrebare (spre deosebire de exprimarea nivelului de încredere față de celelalte instituții, unde non-răspunsurile s-au limitat la maximum unul din douăzeci de intervievați). O posibilă explicație pentru acest fapt este faptul că jurnaliștii nu au avut suficient contact cu aceste entități încât să își formeze o imagine despre acestea.

În opinia respondenților, Regio se diferențiază în bine față de alte programe în primul rând prin vizibilitate, promovare/mediatizare, respectiv prin acuratețea informațiilor oferite publicului cu privire la program. De asemenea, un alt aspect pozitiv este acela că, în ceea ce privește Regio, deciziile sunt luate, iar programele sunt implementate la nivel local, aproape de oameni. Astfel, proiectele servesc unor nevoi specifice locale, iar populația beneficiază direct de rezultatele acestor proiecte (cum ar fi crearea locurilor de muncă). Alte elemente pozitive care diferențiază Regio de alte programe sunt următoarele:

- au fost implementate numeroase proiecte
- domeniile pentru care se poate aplica pentru finanțare sunt diverse
- este gestionat în mod transparent
- au fost alocate fonduri considerabile
- programul are o rată crescută de absorbție a fondurilor
- fondurile sunt ușor de accesat.

**Inițiativă locală. Dezvoltare regională.**

Frecvența răspunsurilor poate fi consultată mai jos.

<b>Prin ce credeți că se diferențiază Regio față de celelalte programe [în bine]?</b>	
	<b>Frecvența răspunsurilor</b>
Vizibilitate / promovare / mediatizare / acuratețea informațiilor	24
Specificul local / decizii aproape de oameni / rezultate concrete pentru populație	12
Au fost realizate multe proiecte	7
Diversitatea domeniilor pe care se poate aplica	5
Transparența	5
Au fost alocate multe fonduri / au fost accesate sume mari / rata bună de absorbție	4
Ușurință în obținerea fondurilor	4
Nimic	3
Nu știu	18
<b>Total</b>	<b>82</b>

Cei mai mulți dintre jurnaliștii care au completat grila de evaluare au precizat că nu știu prin care elemente negative se diferențiază Regio de alte programe, iar mulți alții au menționat că acesta nu se diferențiază prin nimic negativ. Cei care au exprimat alte păreri pe această temă au subliniat faptul că există anumite curențe în ceea ce privește comunicarea (inclusiv utilizarea unui limbaj greu accesibil publicului general) și transparența, dar și birocrăția și durata lungă de la momentul aplicării până la primirea finanțării – ca aspecte negative comparativ cu alte programe. Frecvențele evaluării Regio față de alte programe europene sunt detaliate mai jos.

<b>Prin ce credeți că se diferențiază Regio față de celelalte programe [în rău]?</b>	
	<b>Frecvența răspunsurilor</b>
Nimic	13
Calitatea informării / modalitatea de comunicare	9
Lipsa transparenței	4
Birocrație	3
Durata până la primirea finanțării	3
Limbaj greu accesibil	2
Altele	1
Nu știu	47
<b>Total</b>	<b>82</b>

### *Inițiativă locală. Dezvoltare regională.*

Așa cum se poate observa din descrierile și tabelele de mai sus, Regio este evaluat mai curând pozitiv în comparație cu alte programe, jurnaliștii oferind mai multe argumente pentru care Regio se diferențiază în bine decât argumente pentru care acesta se diferențiază în rău față de alte programe europene care s-au derulat în România.

### **III. 2. Surse de informare privind Regio**

Jurnaliștii care au completat grila de evaluare au utilizat/accesat diverse instrumente de comunicare pentru informarea despre Regio. Instrumentele cel mai frecvent menționate sunt: informațiile transmise prin e-mail, materialele de informare și promovare (fluturași, broșuri), site-ul de Internet al programului și alte materiale editate și distribuite la nivel regional. Următoarele instrumente de comunicare amintite, în funcție de frecvența menționării sunt: sesiunile de informare organizate de Autoritatea de Management, birourile regionale de informare din agențiile de dezvoltare regională și newsletter-ul electronic. Instrumente de comunicare ce au fost menționate de mai puțini jurnaliști ca surse de informare despre Regio sunt: Revista Regio, Publicația Regio – Proiecte de succes, pagina de Facebook a programului, forumul comunicatorilor Regio, informații transmise prin telefon/fax și Publicația Regio – Buletinul Informativ. Cel mai rar amintit instrument de comunicare a fost și Publicația Regio - Greșeli frecvente în implementare.

Astfel, dintre instrumentele de comunicare menționate, cele mai des utilizate sunt cele din mediul on-line dar și materialele informative disponibile la nivel local.

Dintre activitățile de informare privind Regio, jurnaliștii apreciază cel mai mult corectitudinea informațiilor furnizate, utilitatea acestora, identitatea vizuală (sigla, logo-ul), calitatea tipăriturilor (pliante, broșuri) și modul de prezentare a informațiilor. Alte aspecte evaluate pozitiv ar fi: modul de organizare a conferințelor / sesiunilor de informare, funcționalitatea site-ului [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro), transparența informațiilor despre proiectele finanțate, amabilitatea personalului din birourile regionale și autoritatea de management, accesul utilizatorului la informația privind Regio. Competența personalului din birourile regionale și ale autorității de management, precum și programul de lucru al birourilor

### ***Inițiativă locală. Dezvoltare regională.***

regionale au fost evaluate cel mai slab de către jurnaliști (rata non-răspunsurilor fiind foarte ridicată pentru aceste elemente, spre deosebire de cele amintite mai sus).

### **III. 3. Evaluarea campaniei de informare Regio**

Cei mai mulți respondenți (șapte jurnaliști din zece) au auzit de campania derulată de AM POR pentru informare cu privire la Regio. În general, campania este evaluată pozitiv de cei care au completat grila de evaluare, având în vedere că șase din zece jurnaliști apreciază că această campanie este „bună” sau „foarte bună”. Unul din zece respondenți consideră despre campanie că este „slabă” sau „foarte slabă”.

Jurnaliștii își amintesc cel mai mult din campania de informare spoturile TV, panourile stradale și site-ul de Internet [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro). Cu o frecvență mai scăzută sunt menționate spoturile radio și panourile stradale electronice, iar pe ultimul loc în mențiunile respondenților se află pagina de Facebook. Spoturile TV au fost vizualizate de jumătate dintre respondenți cu o frecvență de peste 10 ori, iar o cincime dintre jurnaliștii care au completat grila de evaluare au vizionat spoturile de 5 până la 10 ori. Panourile stradale și site-ul web au fost vizualizate cu o frecvență de peste 10 ori de peste o treime dintre respondenți; aproape o cincime dintre respondenți au vizualizat panourile, respectiv site-ul web de 5 până la 10 ori. Pagina de Facebook și panourile electronice sunt cele care au fost vizualizate cel mai puțin de către jurnaliști (șapte din zece respondenți nu au accesat pagina de Facebook niciodată, iar șase din zece respondenți nu au vizualizat niciodată panouri electronice referitoare la Regio). Jurnaliștii au exprimat opinii pozitive cu privire la toate aceste materiale și mijloace de informare. Spoturile TV sunt cele mai apreciate de jurnaliști, lucru, de altfel, explicabil prin prisma faptului că ele au fost și cel mai des accesate. În plus, este important de menționat faptul că atât spoturile radio, cât și panourile stradale electronice, deși vizualizate cel mai puțin frecvent, se bucură de evaluări pozitive în rândul acestor respondenți.

Opt din zece jurnaliști care au completat grila de evaluare au auzit sloganul campaniei, iar tot același procent consideră că sloganul „DIN ZORI PÂNĂ-N SEARĂ, DEZVOLTĂM O

***Inițiativă locală. Dezvoltare regională.***

ȚARĂ!” a fost potrivit pentru această campanie. Doi din zece jurnaliști nu cunosc acest slogan.

**III. 4. Modalități de comunicare și informații de interes pe viitor**

Modalitățile cel mai des menționate prin care jurnaliștii doresc să fie informați cu privire la Regio pe viitor sunt primirea de informații în format electronic (newsletter, e-mail), respectiv întâlniri directe (participarea la sesiuni și conferințe de informare); pe locul al treilea se află consultarea paginii de Internet și a paginii de Facebook a programului. Primirea de tipărituri și contactarea firmelor de consultanță sunt menționate pe ultimele locuri între preferințele respondenților. În schimb, au mai fost amintite ca fiind agreate primirea informațiilor prin intermediul presei / al emisiunilor TV (în special în ceea ce privește proiectele de succes), dar și prin intermediul vizitelor la beneficiari ai programului.

Respondenții s-au arătat interesați în ceea ce privește toate informațiile incluse în grila de evaluare. Astfel, cei mai mulți dintre ei ar dori să primească informații cu privire la:

- tipurile de proiecte ce pot fi finanțate prin Regio
- rezultatele investițiilor făcute până în prezent
- cine poate aplica pentru aceste fonduri
- principale greșeli în elaborarea / implementarea proiectelor Regio
- cum poate fi obținută o finanțare prin Regio
- povești de succes ale unor români care au obținut finanțare prin intermediul acestui program.

De asemenea, au fost amintite și alte informații de interes pentru jurnaliști, și anume: durata de implementare a proiectelor, dar și statistici la nivel județean cu privire la accesarea fondurilor prin intermediul Regio.

*Inițiativă locală. Dezvoltare regională.*

## IV. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

### IV. 1. Concluzii

- Jurnaliștii se consideră bine sau foarte bine informați cu privire la Regio, iar interesul lor cu privire la acest program este ridicat.
- Programul este creditat cu multă încredere; la fel, și instituțiile care administrează programul (în special Agențiile de Dezvoltare Regională). Firmele de consultanță sunt creditate cu cea mai puțină încredere.
- Cele mai frecvent utilizate surse de informare cu privire la Regio sunt internetul, comunicările oficiale, conferințele, presa scrisă și panourile stradale.
- Dintre instrumentele de comunicare amintite, cele mai des utilizate sunt cele din mediul on-line dar și materialele informative disponibile la nivel local.
- Cel mai rar amintite instrumente de comunicare au fost forumul on-line pentru rețeaua comunicatorilor și Publicația Regio - Greșeli frecvente în implementare.
- În ceea ce privește activitățile de informare privind Regio, competența personalului din birourile regionale și autoritatea de management și programul de lucru al birourilor regionale au fost evaluate cel mai slab de către jurnaliști.
- Regio se diferențiază în bine față de alte programe în primul rând prin vizibilitate, promovare/mediatizare, respectiv acuratețea informațiilor oferite publicului cu privire la program, respectiv prin aceea că deciziile sunt luate, respectiv programele – implementate la nivel local.
- Cei mai mulți respondenți au auzit de campania derulată pentru informare cu privire la Regio și campania este evaluată pozitiv de cei care au completat grila de evaluare.
- Jurnaliștii își amintesc cel mai mult din campania de informare spoturile TV (care sunt, de altfel, și cele mai apreciate, lucru explicabil prin prisma faptului că sunt cel mai des accesate), panourile stradale și site-ul de Internet [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro). Cu o frecvență mai scăzută sunt menționate spoturile radio și panourile stradale electronice, iar pe ultimul loc în mențiunile respondenților se află pagina de Facebook.



### ***Inițiativă locală. Dezvoltare regională.***

- În plus, este important de menționat faptul că atât spoturile radio, cât și panourile stradale electronice, deși vizualizate cel mai puțin frecvent, se bucură de evaluări pozitive în rândul acestor respondenți.
- Sloganul „DIN ZORI PÂNĂ-N SEARĂ, DEZVOLTĂM O ȚARĂ!” este considerat ca fiind potrivit pentru această campanie.
- Modalitățile preferate prin care jurnaliștii doresc să fie informați cu privire la Regio pe viitor sunt primirea de informații electronice (newsletter, e-mail), respectiv întâlnirile directe (participarea la sesiuni și conferințe de informare).
- Primirea de tipărituri și contactarea firmelor de consultanță sunt menționate pe ultimele locuri în preferințele respondenților.
- Respondenții s-au arătat interesați în ceea ce privește toate informațiile precizate, aceștia dorind să afle toate tipurile de informații disponibile despre program, dar și: durata de implementare a proiectelor sau statistici la nivel județean cu privire la accesarea fondurilor prin intermediul Regio.

## **IV. 2. Recomandări**

- Informarea jurnaliștilor pe o scară cât mai largă cu privire la Regio, dat fiind faptul că aceștia sunt interesați cu privire la acest program.
- Promovarea imaginii și implicării ADR-urilor în campaniile de informare cu privire la Regio și disocierea imaginii programului de implicarea firmelor de consultanță, care sunt creditate de jurnaliști cu puțină încredere.
- Diversificarea și concentrarea informațiilor transmise referitoare la program în mediul online și întâlniri față în față, în defavoarea informării prin intermediul tipăriturilor. Focalizarea informațiilor în zona exemplelor de bune practici, în defavoarea exemplelor de greșeli frecvente în implementare.
- Profesionalizarea personalului din birourile regionale și autoritatea de management, adaptarea programului de lucru al birourilor regionale.

***Inițiativă locală. Dezvoltare regională.***

- Menținerea și dezvoltarea vizibilității, promovării/mediatizării programului, la fel cu păstrarea acurateții informațiilor transmise către public, întrucât acestea sunt elementele care diferențiază în bine Regio de alte programe.
- Menținerea campaniilor de informare prin intermediul spoturilor TV, panouri stradale și site-ul [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro) și intensificarea comunicării pe pagina de Facebook. Diversificarea și multiplicarea informării prin spoturi radio și panouri stradale electronice.
- Menținerea sloganului „DIN ZORI PÂNĂ-N SEARĂ, DEZVOLTĂM O ȚARĂ!”, care este evaluat pozitiv de jurnaliști.
- Transmiterea către presă a tuturor informațiilor relevante cu privire la proiectele derulate, dar și altor elemente, cum ar fi durate de implementare a proiectelor și statistici la nivel județean cu privire la accesarea fondurilor prin intermediul Regio.

**V. ANEXE**

**GRILĂ EVALUARE COMUNICARE  
PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL  
- JURNALIȘTI -**

*Stimată Doamnă,  
Stimate Domnule,  
Buna ziua! Numele meu este ... și sunt operator IRES. Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice derulează un studiu de evaluare a gradului de informare a cetățenilor despre Regio - Programul Operațional Regional. Scopul acestui proiect este de a îmbunătăți comunicarea cu beneficiarii finali ai proiectelor derulate prin Regio - Programul Operațional Regional.  
În acest context, vă rugăm să ne acordați câteva minute pentru a răspunde la câteva întrebări legate de acest subiect. Vă rog să citiți cu atenție chestionarul și să încercuiți varianta de răspuns care corespunde cel mai bine opiniei dumneavoastră. Răspunsul dumneavoastră este anonim și va fi folosit numai pentru analiza statistică a datelor rezultate. De aceea este foarte important să ne spuneți exact cum stau lucrurile.  
Vă mulțumesc!*

**Q1. Ați auzit despre Regio - Programul Operațional Regional?**

1. Da 2. Nu 99.  
NȘ/NR

**Q2. Cât de informat sunteți despre Regio - Programul Operațional Regional?**

1. Foarte bine informat 2. Bine informat 3. Slab informat 4. Deloc informat 99.  
NȘ/NR

**Q3. Cât de interesat sunteți de Regio - Programul Operațional Regional?**

1. Foarte interesat 2. Interesat 3. Slab interesat 4. Deloc interesat 99. NȘ/NR

**Q4. De unde vă informați în mod curent despre Regio - Programul Operațional Regional? (Răspuns multiplu)**

1. Televizor 2. Radio 3. Presa scrisă 4. Internet 5. Panouri stradale  
6. Prieteni, familie 7. Pliante, broșuri 8. Conferințe, evenimente 9. Comunicări oficiale  
96. Nu mă informez 99.  
NȘ/NR

**Q5. Câtă încredere aveți în Regio - Programul Operațional Regional?**

1. Foarte multă 2. Multă 3. Puțină 4. Deloc 99.  
NȘ/NR

Q6	Vă voi citi o listă cu instrumentele de comunicare utilizate pentru informarea despre Regio - Programul Operațional Regional. Vă rugăm să ne precizați dacă ați participat/accesat/citit/vizitat/utilizat unul dintre următoarele instrumente de comunicare utilizate în informarea despre Regio?	1. Da	2. Nu	99. NȘ/NR
2	Sesiunile de informare organizate de Autoritatea de Management	1	2	99
3	Forumul multiplicatorilor de informație Regio	1	2	99
4	Site-ul de Internet <a href="http://www.inforegio.ro">www.inforegio.ro</a>	1	2	99
5	Pagina de Facebook a Regio: <a href="http://www.facebook.com/inforegio.ro">www.facebook.com/inforegio.ro</a>	1	2	99
6	Newsletter-ul electronic	1	2	99
7	Forumul on-line pentru rețeaua comunicatorilor Regio	1	2	99
8	Revista Regio	1	2	99
9	Publicația Regio - Proiecte de succes	1	2	99
10	Publicația Regio - Greșeli frecvente în implementare,	1	2	99

**Inițiativă locală. Dezvoltare regională.**

11	Publicația Regio - Buletinul informativ	1	2	99
12	Birourile regionale de informare din agențiile de dezvoltare regională	1	2	99
13	Materialele de informare și promovare a Regio (fluturași, broșuri)	1	2	99
14	Alte materiale de informare editate și distribuite la nivel regional	1	2	99
15	Informații transmise prin e-mail	1	2	99
16	Informații transmise prin telefon/fax	1	2	99

Q7	Ce părere aveți despre următoarele aspecte ale activității de informare privind Regio - Programul Operațional Regional?	1. Foarte bună	2. Bună	3. Proastă	4. Foarte proastă	99. NȘ/NR
1	Utilitatea informațiilor furnizate	1	2	3	4	99
2	Corectitudinea informațiilor furnizate	1	2	3	4	99
3	Modul de prezentare a informațiilor	1	2	3	4	99
4	Accesul utilizatorului la informația privind Regio	1	2	3	4	99
5	Transparența informațiilor despre proiectele finanțate	1	2	3	4	99
6	Amabilitatea personalului din birourile regionale și autoritatea de management	1	2	3	4	99
7	Competența personalului din birourile regionale și autoritatea de management	1	2	3	4	99
8	Programul de lucru al birourilor regionale	1	2	3	4	99
9	Funcționalitatea site-ului <a href="http://www.inforegio.ro">www.inforegio.ro</a>	1	2	3	4	99
10	Modul de organizare a conferințelor/sesiunilor de informare	1	2	3	4	99
11	Calitatea tipăriturilor (pliante, broșuri)	1	2	3	4	99
12	Identitatea vizuală (siglă, logo) a Programului Operațional Regional	1	2	3	4	99

Q8	Câtă încredere aveți în...?	1. Foarte multă	2. Multă	3. Puțină	4. Deloc	Nu e cazul	99. NȘ/NR
1	Ministerul Dezvoltării Regionale și al Administrației Publice	1	2	3	4	98	99
2	Agențiile de Dezvoltare Regională	1	2	3	4	98	99
3	Firmele de consultanță	1	2	3	4	98	99

**Q9. Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice (prin AM POR) a derulat o campanie de informare despre programul Operațional Regional. Ați auzit despre această campanie de informare despre Regio?**

1. Da  
NȘ/NR

2. Nu  
99.

**DACĂ A AUZIT DE CAMPANIE (Q9=1) -> SE APLICĂ Q10 ȘI Q11.**

**Q10. Cum ați aprecia campania de informare desfășurată de AM POR din cadrul Ministerului Dezvoltării Regionale și Administrației Publice pentru informarea/ conștientizarea publicului privind Programul Operațional Regional?**

1. Foarte bună  
NȘ/NR

2. Bună

3. Slabă

4. Foarte slabă  
99.

**Inițiativă locală. Dezvoltare regională.**

Q11	Pe care dintre următoarele materiale și mijloace de informare din cadrul campaniei vi le amintiți?	1. Da	2. Nu	99. NȘ/NR
1	Spoturile Tv	1	2	99
2	Spoturile Radio	1	2	99
3	Panourile stradale electronice	1	2	99
4	Panourile stradale	1	2	99
5	Site-ul de Internet <a href="http://www.inforegio.ro">www.inforegio.ro</a>	1	2	99
6	Pagina de Facebook: <a href="https://www.facebook.com/inforegio.ro">https://www.facebook.com/inforegio.ro</a>	1	2	99

**Q12. Ați auzit sloganul campaniei Regio, „DIN ZORI PÂNĂ-N SEARĂ, DEZVOLTĂM O ȚARĂ!”?**

1. Da 2. Nu 99.  
NȘ/NR

**Q13. Credeți că sloganul Regio, „DIN ZORI PÂNĂ-N SEARĂ, DEZVOLTĂM O ȚARĂ!” a fost unul potrivit pentru această campanie de informare?**

1. Da 2. Nu 99.  
NȘ/NR

Q14	De câte ori ați vizionat/vizitat...?	1. Mai mult de 10 ori	2. 5 la 10 ori	3. 1 la 5 ori	4. Niciodată	99. NȘ/NR
1	Spoturile Tv	1	2	3	4	99
2	Spoturile Radio	1	2	3	4	99
3	Panourile stradale electronice	1	2	3	4	99
4	Panourile stradale	1	2	3	4	99
5	Site-ul de Internet <a href="http://www.inforegio.ro">www.inforegio.ro</a>	1	2	3	4	99
6	Pagina de Facebook: <a href="https://www.facebook.com/inforegio.ro">https://www.facebook.com/inforegio.ro</a>	1	2	3	4	99

Dacă răspunde cu 1, 2 sau 3 la Q14, se aplică Q15

Q 15	Cât de mult v-au plăcut...?	1. Foarte mult	2. Mult	3. Puțin	4. Deloc	99. NȘ/NR
1	Spoturile Tv	1	2	3	4	99
2	Spoturile Radio	1	2	3	4	99
3	Panourile stradale electronice	1	2	3	4	99
5	Panourile stradale	1	2	3	4	99
6	Site-ul de Internet <a href="http://www.inforegio.ro">www.inforegio.ro</a>	1	2	3	4	99
7	Pagina de Facebook: <a href="https://www.facebook.com/inforegio.ro">https://www.facebook.com/inforegio.ro</a>	1	2	3	4	99

**Q16. Prin ce mijloc ați dori să fiți informat în viitor despre Regio - Programul Operațional Regional? (răspuns multiplu)**

1. Tipărituri (reviste , broșuri, pliante)	5. Participarea la sesiuni și conferințe de informare
2. Materiale electronice (newsletter, e- mail etc.)	6. Solicitări de informații de la Agenția de Dezvoltare Regională și Autoritatea de Management
3. Consultarea paginilor de internet/Facebook	7. Altul (Care?) _____
4. Contactarea firmelor de consultanță	99 Nu știu/ Nu răspund

**Inițiativă locală. Dezvoltare regională.**

**Q17. Ce ați dori să știți mai mult în viitor despre Regio - Programul Operațional Regional? (Răspuns multiplu)**

1. Tipurile de proiecte ce pot fi finanțate prin Regio	5. Principalele greșeli în elaborarea/implementarea proiectelor Regio
2. Rezultatele investițiilor făcute până în prezent	6. Povești de succes ale unor români ce au obținut finanțare prin Regio
3. Cum poate fi obținută o finanțare prin Regio	7. Altceva (Ce anume?) _____
4. Cine poate aplica pentru aceste fonduri	99. Nu știu/ Nu răspund

**Q18. Prin ce credeți că se diferențiază Regio - Programul Operațional Regional față de celelalte programe?**

Q18\_1 ÎN BINE \_\_\_\_\_ 99. NȘ/NR

Q18\_2 ÎN RĂU \_\_\_\_\_ 99. NȘ/NR

**Q19. Ce considerați că trebuie să facă AM POR din cadrul Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice pentru a îmbunătăți activitatea sa de informare/ conștientizare a publicului privind Regio - Programul Operațional Regional?**

\_\_\_\_\_

**DATE FACTUALE**

**SD1. Genul:** 1. Masculin 2. Feminin

**SD2. Vârsta în ani împliniți:** \_\_\_\_\_ ani

**SD3. Care este etnia dumneavoastră?**

1. Română 2. Maghiară 3. Romă 4. Alta (Care?) \_\_\_\_\_ 99. NȘ/NR

**SD4. Ultima școală absolvită**

1. Fără școală 5. Liceu  
2. Școala primară (1-4 clase) 6. Școala post-liceală  
3. Gimnaziu (5-8 clase) 7. Studii universitare și postuniversitare  
4. Școala profesională 98. Nu știu/ Nu răspund

**S6. Localitatea:** \_\_\_\_\_

**S7. Regiunea**

1. București IF 2. Sud 3. Sud Est 4. Nord Est  
5. Centru 6. Nord Vest 7. Sud Vest 8. Vest

**Vă mulțumim!**

**Cod operator:** |\_\_|\_\_|\_\_|

**Localitatea:** \_\_\_\_\_

**Ora începerii interviului:** \_\_\_\_\_

**Durata interviului:** \_\_\_\_\_











**Regio**   
PROGRAMUL OPERAȚIONAL REGIONAL

*Inițiativă locală. Dezvoltare regională.*

**I R E S**

INSTITUTUL ROMÂN PENTRU EVALUARE ȘI STRATEGIE