



MINISTERUL INVESTIȚIILOR
ȘI PROIECTELOR EUROPENE

Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice

referitoare la accesarea fondurilor europene



mfe.gov.ro →

CUPRINS

LISTĂ DE ACRONIME

CAPITOLUL I. INTRODUCERE

Secțiunea 1. CONTEXT GENERAL

Secțiunea 2. MISIUNEA MINISTERULUI INVESTIȚIILOR ȘI PROIECTELOR EUROPENE

CAPITOLUL II. PRIORITĂȚILE, POLITICILE ȘI CADRUL LEGAL ÎN DOMENIUL COMUNICĂRII FONDURILOR EXTERNE NERAMBURSABILE

CAPITOLUL III. ANALIZA CONTEXTULUI ȘI DEFINIREA PROBLEMELOR

Secțiunea 1. IMPLEMENTAREA STRATEGIEI DE COMUNICARE PENTRU INSTRUMENTE STRUCTURALE 2014-2020

Secțiunea 2. FACTORI DE SUCCES ÎN COMUNICAREA PE TEMA INSTRUMENTELOR STRUCTURALE 2014-2020

Secțiunea 3. DIFICULTĂȚI ÎN COMUNICAREA DESPRE INSTRUMENTELE STRUCTURALE 2014-2020

Secțiunea 4. EVALUAREA CANALELOR DE COMUNICARE

Secțiunea 5. EVALUAREA INSTRUMENTELOR DE COMUNICARE

Secțiunea 6. CONCLUZII CU PRIVIRE LA EFICIENȚA STRATEGIEI DE COMUNICARE PENTRU INSTRUMENTE STRUCTURALE 2014-2020

CAPITOLUL IV. VIZIUNEA PENTRU COMUNICARE ÎN PERIOADA DE PROGRAMARE 2021-2027

CAPITOLUL V. OBIECTIVE GENERALE ȘI SPECIFICE ALE STRATEGIEI DE COMUNICARE ȘI DISEMINARE A INFORMAȚIILOR PUBLICE REFERITOARE LA ACCESAREA FONDURILOR EUROPENE

Secțiunea 1. OBIECTIVE GENERALE ȘI SPECIFICE

Secțiunea 2. PLATFORMA <https://oportunitati-ue.gov.ro>: „SINGLE ENTRY POINT” AL SURSELOR DE FINANȚARE

CAPITOLUL VI. PUBLIC ȚINTĂ

CAPITOLUL VII. MESAJE CHEIE

CAPITOLUL VIII. PROGRAME SAU DIRECȚII DE ACȚIUNE ȘI CANALE DE COMUNICARE

Secțiunea 1. PRINCIPALELE PROGRAME SAU DIRECȚII DE ACȚIUNE ALE COMUNICĂRII

Secțiunea 2. PRINCIPALELE INSTRUMENTE DE MARKETING

Secțiunea 3. MEDIA

Secțiunea 4. MATERIALE DE INFORMARE

Secțiunea 5. AFIȘAJUL OUTDOOR

Secțiunea 6. COMUNICAREA DESPRE FONDURILE EXTERNE NERAMBURSABILE

Secțiunea 7. ELEMENTE DE MARKETING PENTRU PROMOVAREA FONDURILOR EXTERNE NERAMBURSABILE 2021-2027

**CAPITOLUL IX. INSTITUȚII RESPONSABILE. REȚEAUA NAȚIONALĂ A RESPONSABILILOR
PENTRU COMUNICAREA PROGRAMELOR 2021-2027**

CAPITOLUL X. MECANISM DE IMPLEMENTARE

CAPITOLUL XI. IMPLICAȚII BUGETARE ȘI SURSE DE FINANȚARE

CAPITOLUL XII. PROCEDURI DE MONITORIZARE ȘI EVALUARE

CAPITOLUL XIII. REZULTATE AȘTEPTATE

CAPITOLUL XIV. INDICATORI

CAPITOLUL XV. IMPLICAȚII ASUPRA CADRULUI JURIDIC

LISTĂ DE ACRONIME

ADR	Agenție pentru Dezvoltare Regională
AM	Autoritate de Management
CE	Comisia Europeană
UE	Uniunea Europeană
FEN	Fonduri Externe Nerambursabile
FESI	Fondurile Europene Structurale și de Investiții
GIV	Ghid de Identitate Vizuală
IS	Instrumente Structurale
IRES	Institutul Român pentru Evaluare și Strategie
MDLPA	Ministerul Dezvoltării, Lucrărilor Publice și Administrației
MF	Ministerul Finanțelor
MIV	Manual de Identitate Vizuală
MIPE	Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene
OI	Organism Intermediar
OIR	Organism Intermediar Regional
PNRR	Planul Național de Redresare și Reziliență
PO	Program Operațional
POAT	Programul Operațional Asistență Tehnică
POC	Programul Operațional Competitivitate
POCA	Programul Operațional Capacitate Administrativă
POCU	Programul Operațional Capital Uman
POIM	Programul Operațional Infrastructură Mare
POR	Programul Operațional Regional
POSDRU	Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane
ROREG	Asociația Agențiilor pentru Dezvoltare Regională din România

CAPITOLUL I. INTRODUCERE

Secțiunea 1. CONTEXT GENERAL

Ca membră a UE, România beneficiază în perioada de programare 2021-2027 de FEN, instrumente financiare menite să contribuie la reducerea decalajelor economice și sociale dintre statele membre UE, continuând demersurile inițiate în acest scop odată cu aderarea la UE.

Ulterior aderării la UE, în perioada 2007-2022, România a beneficiat de un flux de finanțare total net de 55,7 miliarde de euro, potrivit Balanței Financiare Nete, actualizată și publicată de MF la data de 31 ianuarie 2023, după cum este precizat în cartea *Politica de coeziune* publicată de MIPE, în martie 2023.

Având în vedere sumele semnificative alocate dezvoltării României, atât în perioadele de programare anterioare, respectiv cadrul financiar 2007-2013 și cadrul financiar 2014-2020, cât și în prezenta perioadă de programare 2021-2027, cetățenii trebuie să fie informați, în continuare, clar, corect și complet despre actualele instrumentele de finanțare ale UE și modalitățile prin care aceștia pot să beneficieze de fluxul de resurse pe care UE îl acordă României.

Sondaje realizate de MIPE în 2019 arată o scădere a sentimentului de apartenență a cetățenilor la UE, aceștia fiind sceptici, confuzi sau chiar defensivi când subiectul beneficiilor generate de absorbția fondurilor europene este adus în discuție. În contextul unui euroscepticism identificat deja la nivel social, sunt necesare o comunicare eficientă și transparență în asigurarea vizibilității impactului real al finanțărilor europene la nivelul societății.

Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene pornește de la **valoarea adăugată reală a comunicării și dezideratul creșterii eficacității comunicării intervențiilor** realizate cu fonduri europene, acestea reprezentând manifestarea cea mai vizibilă a UE la nivelul vieții cotidiene. În plus, la fel ca celelalte state membre UE, planificarea activității de comunicare despre FEN este o obligație: **România trebuie să asigure informarea și promovarea intervenției financiare europene**, complementară contribuției Guvernului la dezvoltarea statului.

Începând cu perioada de programare 2014-2020, regulamentele UE recunosc **comunicarea ca funcție strategică a programelor**. În cadrul actualului exercițiu financiar, Regulamentul (UE) 2021/1060 al Parlamentului European și al Consiliului din 24 iunie 2021 de stabilire a dispozițiilor comune privind Fondul european de dezvoltare regională, Fondul social european Plus, Fondul de coeziune, Fondul pentru o tranziție justă și Fondul european pentru afaceri maritime, pescuit și acvacultură și de stabilire a normelor financiare aplicabile acestor fonduri, precum și Fondului pentru azil, migrație și integrare, Fondului pentru securitate internă și Instrumentului de sprijin financiar pentru managementul frontierelor și politica de vize, cu modificările și completările ulterioare, susține această abordare și prevede obligația statelor membre UE beneficiare ale fondurilor europene de a lua măsurile necesare de informare a

publicului și de comunicare privind operațiunile care beneficiază de finanțare în cadrul unui program, precum și pentru a asigura vizibilitatea intervenției financiare a UE. Scopul acestor demersuri extensive este asigurarea transparenței în ceea ce privește oportunitățile de finanțare nerambursabilă, cât și evidențierea rolului UE în finanțarea proiectelor.

Astfel, adoptarea și implementarea uniformă și unitară a unei strategii de comunicare la nivel național este necesară pentru a **răspunde eficient nevoilor de informare ale publicului general și ale publicului specific**, format din beneficiari, potențiali beneficiari și alți cetățeni interesați de finanțări europene.

Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene este elaborată de MIPE în conformitate cu atribuțiile care îi revin în calitate de coordonator, la nivel național, al FEN aferente Politicii de coeziune alocate României pentru perioada de programare 2021-2027, așa cum sunt stipulate în Hotărârea Guvernului nr. 52/2018 privind organizarea și funcționarea Ministerului Investițiilor și Proiectelor Europene, cu modificările și completările ulterioare, și în acord cu prevederile Regulamentului (UE) 2021/1060, cu modificările și completările ulterioare, în special Capitolul III - Vizibilitate, transparență și comunicare al Titlului IV - Monitorizare, evaluare, comunicare și vizibilitate.

Secțiunea 2. MISIUNEA MINISTERULUI INVESTIȚIILOR ȘI PROIECTELOR EUROPENE

În plus față de coordonarea la nivel național a FEN aferente Politicii de coeziune alocate României pentru perioada de programare 2021-2027, prevăzută prin Hotărârea Guvernului nr. 52/2018, cu modificările și completările ulterioare, MIPE îndeplinește, în conformitate cu Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 122/2022 privind unele măsuri pentru proiectele de infrastructură de transport, proiectele pentru dezvoltarea infrastructurii de management integrat al deșeurilor, proiectele privind îmbunătățirea sistemului de răspuns la risc și proiectele privind investiții în infrastructuri spitalicești, finanțate din fonduri externe nerambursabile, precum și pentru modificarea unor acte normative, aprobată prin Legea nr. 221/2023, funcția de coordonator național al comunicării și diseminării informațiilor referitoare la accesarea fondurilor europene și asigurarea transparenței informațiilor publice din sectorul finanțărilor externe aferente Politicii de coeziune.

Îndeplinirea acestui rol se realizează în acord cu obligațiile care decurg din Regulamentul (UE) 2021/1060, cu modificările și completările ulterioare, pentru țara noastră în calitate de stat membru al UE. Potrivit Regulamentului (UE) 2021/1060, cu modificările și completările ulterioare, MIPE asigură vizibilitatea operațiunilor care beneficiază de finanțări europene și informarea cetățenilor despre rolul și realizările fondurilor și programelor și trebuie să desemneze un coordonator pentru comunicare pentru activitățile de vizibilitate, transparență și comunicare în legătură cu sprijinul din fonduri, inclusiv pentru programele din cadrul obiectivului Cooperare teritorială europeană (Interreg).

Astfel, MIPE stabilește abordarea strategică privind comunicarea despre FEN din perioada de programare 2021-2027, pe care o pune în aplicare cu implicarea directă a AM-urilor care gestionează programe finanțate din Politica de coeziune 2021-2027.

Coordonarea, la nivelul MIPE, a activităților de comunicare despre FEN în cadrul Rețelei naționale de comunicatori contribuie atât la generarea de beneficii în interiorul instituțiilor, prin eforturi de comunicare și inițiative comune, cât și la transparența și puterea de informare a diferitelor categorii de public, în cel mai eficient mod posibil.

Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene este implementată prin concentrarea acțiunilor de comunicare dedicate exercițiului financiar 2021-2027 la nivelul Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027, prin complementaritatea eforturilor de comunicare ale MIPE, prin direcția de specialitate, respectiv către publicul larg, beneficiarii indirecti și potențiali beneficiari la nivel național, precum și eforturile de comunicare realizate de AM-uri, care se adresează preponderent beneficiarilor și potențialilor beneficiari, la nivel local sau regional.

Un asemenea efort comun derulat de toate AM-urile, atât pentru programele naționale, cât și pentru cele regionale, presupune o coordonare continuă, uniformă și integrată, alături de transmiterea de mesaje coerente care să întărească încrederea cetățenilor în fondurile europene și beneficiile concrete ce le generează pentru România investițiile realizate cu finanțări din astfel de fonduri europene.

Astfel, Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene are ca scop stabilirea obiectivelor, organizarea și structurarea comunicării despre finanțările europene la nivel național.

CAPITOLUL II. PRIORITĂȚILE, POLITICILE ȘI CADRUL LEGAL ÎN DOMENIUL COMUNICĂRII FONDURILOR EXTERNE NERAMBURSABILE

Carta drepturilor fundamentale a UE, devenită obligatorie prin Tratatul de la Lisabona, oferă tuturor instituțiilor UE un cadru comun pentru a face legătura între realizările UE și valorile care stau la baza UE atunci când comunică cu publicul. Printre articolele relevante din Cartă se numără articolul 11. *Libertatea de exprimare și de informare* referitor la dreptul la informare și libertatea de exprimare, precum și libertatea și diversitatea mijloacelor de informare în masă, articolul 41 *Dreptul la bună administrare* care prezintă dreptul de a fi ascultat și dreptul de acces la documentele care privesc persoana care solicită accesul, articolul 42 *Dreptul de acces la documente* care vizează dreptul de acces la documentele instituțiilor UE și articolul 44 *Dreptul de petiționare* care recunoaște dreptul de petiție.

Documentele politice privind comunicarea publicate de CE reflectă profilul înalt al acestei politici, care se bazează pe trei principii generale:

- a) sondarea opiniei publice și luarea în considerare a percepțiilor și așteptărilor cetățenilor;
- b) explicarea modului în care politicile UE afectează viața de zi cu zi a cetățenilor;
- c) conectarea cu cetățenii statelor membre UE, prin intermediul mijloacelor de comunicare potrivite.

În cadrul exercițiului financiar 2021-2027, comunicarea și vizibilitatea sprijinului acordat sunt dimensiuni importante ale tuturor programelor finanțate prin Politica de coeziune a UE. Construirea unor mesaje corecte referitoare la politicile și programele UE deține o miză cu atât mai importantă cu cât UE se confruntă cu evenimente care au un impact socio-economic notabil în cele mai multe state, respectiv crize economice, sociale, politice.

Comunicarea asociată fondurilor și programelor UE are misiunea de a contribui la consolidarea încrederii în instituții și la crearea unui climat social constructiv, orientat spre soluții. Depășirea crizei provocate de pandemia de COVID-19 și redresarea post-pandemică, războiul din Ucraina și combaterea efectelor socio-economice antrenate de acesta, sunt aspecte care trebuie avute în vedere la calibrarea comunicării referitoare la fondurile UE în perioada următoare. Aceste evenimente generează panică, polarizare, confuzie, contribuind la erodarea încrederii în instituțiile și politicile naționale, după cum arată sondaje ale agenției Eurofound. În același timp, UE, inclusiv instituțiile europene, continuă să fie percepută ca o ancoră de stabilitate și prosperitate, bucurându-se de încrederea cetățenilor în cele mai multe state membre.

Astfel, gestionarea eficientă a programelor din exercițiul financiar 2021-2027 trebuie să fie susținută de o bună comunicare asociată implementării programelor, cu accent pe rezultatele intermediare și finale și pe efectele acestor rezultate asupra cetățenilor. Promovarea sprijinului oferit de UE sub forma programelor și proiectelor finanțate prin Politica de coeziune reflectă cerințele politicii de comunicare a UE, după cum reiese și din Rezoluția Parlamentului European privind Cartea albă privind comunicarea. Politica de comunicare a UE se bazează pe premisa că implementarea și comunicarea sunt două fațete ale aceleiași monede. Pe scurt, este important să fie obținute rezultate și, în același timp, să fie promovate adecvat.

Comunicarea despre UE este o responsabilitate partajată între CE și beneficiarii finanțării UE, inclusiv statele membre. Principiile comunicării UE constituie un cadru pentru strategiile de comunicare ale statelor membre, care sunt adaptate la specificul național. Normele privind comunicarea și vizibilitatea UE sunt obligatorii pentru beneficiarii finanțărilor europene, fiind aplicabile tuturor programelor și modurilor de gestiune.

În exercițiul financiar 2021-2027, comunicarea capătă o importanță mai mare în managementul programelor finanțate din fonduri europene, fapt susținut și prin reinstituirea obligativității ca fiecare AM să aibă un responsabil de comunicare dedicat programului gestionat, după cum este precizat în Regulamentul (UE) 2021/1060, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit acestui Regulament, fiecare stat membru UE asigură vizibilitatea operațiunilor care beneficiază de finanțări europene și informarea cetățenilor despre rolul și realizările fondurilor și programelor, prin intermediul unui portal unic de internet. De asemenea, Regulamentul prevede că fiecare stat membru UE desemnează un coordonator pentru comunicare pentru activitățile de vizibilitate, transparență și comunicare în legătură cu sprijinul din fonduri, inclusiv pentru programele din cadrul obiectivului Cooperare teritorială europeană (Interreg), în cazul în care statul membru respectiv găzduiește AM.

Pentru România, funcția de coordonator național al comunicării și diseminării informațiilor referitoare la accesarea fondurilor europene și asigurarea transparenței informațiilor publice din sectorul finanțărilor externe aferente Politicii de coeziune este asigurată de MIPE, după cum este prevăzut în Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 122/2022, aprobată prin Legea nr. 221/2023. Astfel, prezenta Strategie stabilește cadrul general pentru asigurarea vizibilității și transparenței și realizarea comunicării exclusiv a FEN din Politica de coeziune 2021-2027.

Totodată, Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 122/2022, aprobată prin Legea nr. 221/2023, stipulează faptul că, în vederea stabilirii unei viziuni sau strategii comune referitoare la instrumentele de comunicare, MIPE, prin structura de specialitate, avizează proiectele din domeniul comunicării de la nivelul AM-urilor și centralizează datele privind implementarea proiectelor de comunicare, necesare asigurării unui mesaj clar, concis și uniform privind oportunitățile de finanțare aferente perioadei de programare 2021-2027.

Pentru a evita o comunicare unilaterală și fragmentată, precum și o dublare a volumului de muncă, care nu aduce beneficii pe măsură, Acordul de Parteneriat cu România 2021-2027 pune accent pe o comunicare bazată pe:

1. evaluarea eforturilor de comunicare anterioare, pentru stabilirea activităților aferente perioadei de programare 2021-2027;
2. promovarea unor exemple de bune practici către publicul larg, încurajând inclusiv generarea de conținut de către utilizatori;
3. consolidarea rețelei naționale de comunicatori.

În aplicarea prevederilor art. 48 - Responsabili cu comunicarea și rețele de comunicare din Regulamentul (UE) 2021/1060, cu modificările și completările ulterioare, România a pus bazele unei *Rețele naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027*, coordonată de structura cu atribuții de comunicare privind finanțările europene din cadrul MIPE. Rețeaua reunește autorități centrale și locale, AM-urilor gestionate de MIPE și de alte instituții, inclusiv Interreg, Reprezentanța CE la București, centrele de informare Europe Direct, și reprezentanți ai mediului universitar. Pe lângă actorii menționați mai sus, dintre care au statut de membru exclusiv AM-urile care gestionează fonduri aferente Politicii de coeziune 2021-2027, rețeaua se poate extinde pentru a include alți parteneri relevanți.

CAPITOLUL III. ANALIZA CONTEXTULUI ȘI DEFINIREA PROBLEMELOR

Secțiunea 1. IMPLEMENTAREA STRATEGIEI DE COMUNICARE PENTRU INSTRUMENTE STRUCTURALE 2014-2020

Strategia de comunicare pentru IS 2014-2020 a fost elaborată de MIPE în conformitate cu prevederile Anexei XII la Regulamentul (UE) nr. 1303/2013 al Parlamentului European și al Consiliului din 17 decembrie 2013 de stabilire a unor dispoziții comune privind Fondul european de dezvoltare regională, Fondul social european, Fondul de coeziune, Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală și Fondul european pentru pescuit și afaceri maritime, precum și de stabilire a unor dispoziții generale privind Fondul european de dezvoltare regională, Fondul social european, Fondul de coeziune și Fondul european pentru pescuit și afaceri maritime și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 1083/2006 al Consiliului, cu modificările și completările ulterioare, și aprobată în noiembrie 2015 de Comitetul de Monitorizare al POAT 2014-2020.

Obiectivele Strategiei de comunicare pentru perioada 2014-2020 au fost:

1. de a crește și a consolida gradul de notorietate al IS 2014- 2020;
2. de a crește nivelul de conștientizare cu privire la rolul și contribuția UE la cofinanțarea proiectelor, inclusiv la prioritățile politice ale UE și obiectivele Politicii de coeziune;
3. de a crește gradul de informare al potențialilor beneficiari cu privire la temele, prioritățile și intervențiile de finanțare prin IS 2014-2020.

Strategia de comunicare 2014-2020 a fost operaționalizată cu ajutorul a două instrumente: Planul de comunicare multianual al MIPE - în ceea ce privește programele operaționale gestionate de MIPE, respectiv POAT, POC, POIM și POCU- și planurile de comunicare ale AM-urilor din MDLPA, respectiv AM POR și AM POCA. Acestea au fost respectate în mare parte, chiar dacă au existat și anumite obstacole în implementare. Măsurile de informare și publicitate au fost implementate, prin intermediul proiectelor de comunicare și informare dedicate, finanțate din FESI.

În perioada de programare 2014-2020, coordonarea activităților de comunicare derulate de diferitele AM cu rol în gestionarea FESI s-a realizat la nivel informal, prin cooperare punctuală în cadrul unei rețele inițiate de MIPE.

Conform raportului de cercetare realizat de IRES, în urma analizării interacțiunii și comunicării din perspectiva partenerilor interni, respectiv AM și structuri orizontale, precum și a partenerilor externi, precum asociații profesionale și experți comunicare, prevederile Strategiei de Comunicare pentru IS 2014-2020 au fost în mare parte respectate în perioada implementării acesteia, cu unele ajustări pe parcursul exercițiului 2014-2020, în funcție de evoluțiile instituționale și a resurselor la dispoziție. Cercetarea IRES a fost realizată în cadrul proiectului „Campanii de comunicare pentru promovarea FESI 2014-2020”, finanțat din Fondul European de

Dezvoltare Regională prin POAT 2014-2020 (cod SMIS 120088). Cercetarea a avut ca scop evaluarea partenerilor interni și externi anterior menționați, prin analizarea interacțiunii și comunicării acestora. Evaluarea s-a concentrat pe aspecte precum: succesul saubarierele în comunicarea politicii și programelor de coeziune de către beneficiari și publicul larg astfel încât țintele programelor să fie atinse, eficiența diferitelor canale sau instrumente de comunicare folosite la nivelul structurii de comunicare din MIPE, percepția impactului unui proiect în funcție de obiectivele sau adresabilitatea acestuia, relevanța factorilor narativi în procesul de comunicare, precum și așteptări sau propuneri în vederea îmbunătățirii fluxului de comunicare. Deși strategia a fost bine definită la nivel teoretic, nu a fost întotdeauna percepută de către participanții la studiul IRES ca fiind obligatoriu de urmat la nivel practic. Motivul invocat de participanții la studiu este că, odată semnate contractele de finanțare, responsabilitatea comunicării revenea fiecărei entități implicate, care a trebuit să asigure transmiterea corectă și eficientă a informațiilor către beneficiari. În practică, a existat un grad important de autonomie și flexibilitate în ceea ce privește modul în care comunicarea a fost gestionată.

Strategia de comunicare pentru IS 2014-2020 și planurile conexe au fost implementate într-o măsură apreciabilă, cu adaptarea metodelor de comunicare la noile realități tehnologice și sociale, ținând cont de nevoia de flexibilitate și de reducere a birocrăției.

Rolul diverselor părți interesate în atingerea obiectivelor de comunicare a fost complex și variat. Atingerea obiectivelor Strategiei de comunicare 2014-2020 a fost susținută și de actori precum:

1. grupurile de lucru operative pentru comunicare, respectiv existența unor mecanisme de coordonare a comunicării, au avut rol cheie în ajustarea strategiei în raport de evoluțiile din realitate, dar și în promovarea bunelor practici;
2. societatea civilă și ONG-urile au contribuit semnificativ la procesul de comunicare pe tema FESI 2014-2020. Din studiul IRES, a reieșit nevoia de căi clare de comunicare pentru societatea civilă, astfel încât să se evite distorsionarea informațiilor;
3. presa a promovat atât aspectele pozitive, cât și obstacolele întâmpinate de beneficiari în implementarea proiectelor;
4. actorii instituționali, respectiv departamentele și responsabilii de comunicare din cadrul AM-urilor și OI-urilor, au furnizat informația principală, având un rol crucial în procesul de comunicare;
5. transparența, furnizarea de informații cu privire la rezultate și colaborarea strânsă dintre beneficiar și finanțator sunt aspecte cruciale pentru o implementare reușită a Strategiei de comunicare.

Participanții la studiul IRES au subliniat importanța implicării tuturor actorilor relevanți, de la nivel central până la nivel regional și local și necesitatea unei comunicări eficiente și a unei coordonări strânse între acești actori.

Implementarea Strategiei de Comunicare 2014-2020 a fost evaluată pe parcursul și la finalul perioadei de programare, astfel:

1. În prima parte a anului 2019, MIPE a achiziționat servicii pentru realizarea a două cercetări cantitative în vederea stabilirii jaloanelor cu privire la percepția publică față de notorietatea finanțărilor europene.

În cadrul primului studiu, culegerea datelor a fost făcută pe un eșantion format din populația adultă rezidentă în România, neinstituționalizată, în vârstă de 18 ani și peste, în număr de 1500 de respondenți. În general, cetățenii se declară mulțumiți de intrarea României în UE, astfel 65% consideră că intrarea țării noastre în UE a fost benefică pentru români în mare și foarte mare măsură, iar nivelul de încredere în UE este unul ridicat și 49% din respondenți declară că au destul de multă sau foarte multă încredere în UE. Totodată, din sondaj a rezultat că fondurile ESI sunt o temă necunoscută, complicată și distantă. Cei mai mulți respondenți nu știau ce reprezintă proiectele finanțate din POCU, POC, POIM sau POAT. Prosperitatea era valoarea despre care 55% dintre respondenți au considerat că reprezintă cel mai bine impactul investițiilor din fonduri europene. Principala așteptare a 91% dintre respondenți de la cei care gestionează fonduri europene era de a reduce nivelul de birocrație.

În martie 2019, a fost elaborat pentru MIPE un raport de cercetare calitativă și cantitativă. Cercetarea calitativă s-a bazat pe 12 interviuri în profunzime, cu 2 interlocutori/interviu, realizate cu reprezentanți ai structurilor implicate în gestionarea FESI, iar cercetarea cantitativă a fost realizată prin 1083 interviuri luate în rândul populației adulte.

Recomandările au fost ca accentul să se pună pe comunicarea acelor domenii de intervenție mai puțin cunoscute, ca, de exemplu, investițiile în tot ceea ce înseamnă competitivitate sau resurse umane, care erau percepute ca beneficiind de fonduri europene în proporție de 28%, respectiv 40%. De asemenea, s-a recomandat creșterea încrederii populației în sistemul prin care se acordă fonduri europene aplicanților. În plus, segmentul celor interesați de subiectul fondurilor europene doreau să știe mai multe despre modalitatea de accesare a fondurilor și, conform sondajelor, emisiunile TV de specialitate erau considerate cel mai bun mijloc, respectiv 57%, urmate de campanii de informare, respectiv 38%, și informare la nivel local prin primării/consilii locale/consilii județene, respectiv 35%.

Deoarece sondajele au demonstrat că PO erau puțin cunoscute, campaniile de comunicare desfășurate de MIPE cu finanțare din POAT 2014-2020 au vizat informarea publicului țintă cu privire la PO și rezultatele acestora, cu exemple concrete de proiecte de succes. Aceste campanii s-au desfășurat atât în mediile tradiționale, precum mass-media, cât și în social media și au presupus deopotrivă o componentă audio-vizuală și una scrisă.

Concluziile studiilor au adus în vedere problemele de comunicare care necesită abordare în următoarea strategie de comunicare. PO au fost asociate perceptiv cu transparență și eficiență, personalul instruit, dorința de a ajuta beneficiarii și cu gradul ridicat de absorbție. Percepția negativă a acestora era centrată pe insuficiența personalului, instabilitatea legislativă, lipsa promovării, vizibilitatea scăzută, risipa de fonduri și managementul deficitar al calendarului de aprobare a acestora.

2. La finalizarea perioadei de programare, în 2023, MIPE a contractat servicii pentru evaluarea impactului modului de comunicare despre FESI. IRES a realizat o analiză atât cantitativă, cât și calitativă pentru evaluarea eficienței canalelor de comunicare ale MIPE, cercetarea impactului fondurilor europene asupra societății și economiei românești, precum și pentru evaluarea partenerilor interni, ca de exemplu AM, structuri orizontale, și a partenerilor externi, din care fac parte inclusiv asociații profesionale, experți comunicare, prin analizarea interacțiunii și comunicării acestora.

Rapoartele IRES arată că obiectivele Strategiei de comunicare aferente perioadei 2014-2020 au fost atinse în foarte mare și în mare măsură. Peste 70% din partenerii interni susțin acest punct de vedere, în timp ce 20% consideră că aceste obiective au fost atinse în mică măsură. Percepția partenerilor externi este în mare parte similară cu cea a partenerilor interni.

Cercetarea evidențiază, în primul rând, creșterea notorietății IS-urilor, obiectiv urmărit de Strategia de comunicare 2014-2020. Unii respondenți remarcă faptul că apetența pentru fonduri europene a fost mult mai crescută față de perioada 2007-2013 și mai multe entități au fost conștiente de posibilitățile de finanțare.

Al doilea obiectiv, conștientizarea rolului UE în co-finanțarea proiectelor, este, de asemenea, în mare măsură realizat, majoritatea participanților la studiu fiind de părere că beneficiarii sunt în mare parte conștienți de importanța contribuției UE.

Cel de-al treilea obiectiv, informarea potențialilor beneficiari despre finanțările 2014-2020, a fost realizat cu succes. Există convingerea că, fără o strategie de comunicare clară, numărul de cereri de finanțare și proiecte finanțate ar fi fost mult mai mic.

Atât în rândul partenerilor interni, cât și în rândul partenerilor externi există o perspectivă predominant optimistă, de aprox. 80%, respectiv aprox. 70%, asupra evaluării generale a activității de comunicare pe tema IS-urilor în perioada 2014-2020 comparativ cu perioada anterioară, în timp ce numai 20% din partenerii interni și 25% din partenerii externi consideră că această activitate s-ar fi menținut la același nivel ca în exercițiul financiar anterior.

Secțiunea 2. FACTORI DE SUCCES ÎN COMUNICAREA PE TEMA INSTRUMENTELOR STRUCTURALE 2014-2020

Conform răspunsurilor participanților la cercetarea realizată de IRES pentru MIPE, succesul activităților de comunicare a PO 2014-2020 a fost determinat de:

- 1. Flexibilitatea, transparența și proactivitatea comunicării** au fost sintetizate într-o abordare bidirecțională, de „a ține aproape” de beneficiari, prin promovarea informațiilor relevante și actualizate constant.
- 2. Centralizarea informației**, în special în mediul online, implicând coerența și unitatea mesajelor transmise, a fost susținută de inițiativa de a avea un site unic

care a venit la recomandarea CE, de a dezvolta o platformă web pentru a centraliza informațiile și a le face ușor accesibile. Beneficiarii au avut un punct de referință clar și eficient pentru a accesa informațiile de care aveau nevoie, fiind redirecționați ulterior către link-uri specifice, această abordare fiind apreciată de mulți ca fiind extrem de benefică.

3. **Implicarea persoanelor publice și mediatizarea campaniilor de comunicare prin intermediul canalelor tradiționale, precum televiziunea și radioul**, a adus avantaje în ceea ce privește vizibilitatea, credibilitatea și impactul campaniilor. Alegerea unor persoane publice și prezentarea mesajelor într-un limbaj accesibil au contribuit la creșterea atractivității și eficacității comunicării. De asemenea, prezentarea proiectelor de succes și a rezultatelor acestora au avut rolul de a evidenția beneficiile finanțărilor pentru publicul general. Spoturile publicitare și campaniile care au avut la bază rezultatele proiectelor au fost percepute ca fiind de impact și au consolidat încrederea în utilitatea și eficiența IS.
4. **Consolidarea comunicării online și tranziția către informările electronice și platformele de videoconferință**, au sporit eficiența și gradul de acoperire a unui public cât mai larg prin mesajele diseminate. Prezența activă în mediul online, în special pe rețelele sociale precum Facebook, a consolidat comunicarea și a facilitat atingerea unor segmente specifice ale publicului, precum tinerii.
5. **Îmbunătățirea modului de prezentare a ghidurilor, respectiv claritatea și accesibilitatea ghidurilor solicitantului**, a avut impact asupra calității cererilor de finanțare.
6. **Valorificarea experienței în domeniul comunicării acumulată în perioada 2007-2013** a jucat un rol esențial în reușita campaniilor de comunicare.
7. **Rețeaua de comunicatori informală** a permis realizarea primelor demersuri de conjugare a eforturilor de comunicare, pentru coerență și uniformitate în mesajele transmise publicului general, o mai bună coordonare și un schimb rapid de bune practici și soluții la provocări comune/similare. În plus, comunicatorii, datorită expertizei și cunoștințelor lor specifice, au avut capacitatea de a adapta informațiile pentru diferite audiențe și contexte, sporind astfel impactul și relevanța informațiilor transmise.
8. **În sondajele și studiile de cercetare**, unii experți au menționat importanța studiilor despre beneficiarii de finanțări europene și obiceiurile acestora de consum media, studii care au avut un rol esențial în adaptarea și eficientizarea strategiilor de comunicare pentru promovarea rezultatelor proiectelor din perioada 2014-2020. De asemenea, au fost menționate studiile care au permis compararea practicilor și rezultatelor între diferite regiuni, oferind o viziune globală asupra eficienței comunicării de la o regiune la alta.

Secțiunea 3. DIFICULTĂȚI ÎN COMUNICAREA DESPRE INSTRUMENTELE STRUCTURALE 2014-2020

Conform cercetării realizate de IRES, printre aspectele care au îngreunat procesul de comunicare în exercițiul financiar anterior se numără:

1. Dublarea informației: unii experți din AM-uri sau Ol-uri apreciază că, în loc să faciliteze un flux clar și direct de informații către cei mai interesați, publicarea informației pe două site-uri web a făcut ca multe dintre eforturile de comunicare să pară redundante și ineficiente. În plus, monitorizarea și evaluarea comunicării au fost îngreunate. Website-ul fonduri-ue.ro a fost creat în 2014 în baza prevederilor Regulamentului (UE) nr. 1303/2013, prin care se solicita statelor membre UE să stabilească un portal unic web care să ofere informații și acces la PO. În schimb, site-ul web mfe.gov.ro funcționează din 2018 ca site instituțional, punând la dispoziția celor interesați informații conform legislației naționale care stabilește obligațiile instituțiilor publice de a oferi acces la diferite categorii de informații, de exemplu Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, cu modificările și completările ulterioare.

2. Impactul redus al campaniilor de comunicare privind IS-urilor 2014-2020: unii respondenți consideră că în ciuda investițiilor semnificative, mesajul sau modalitatea de distribuție a acestora nu a fost eficient.

3. Lipsa monitorizării eficiente la nivel de AM: nu a existat o analiză cuprinzătoare care să indice în ce măsură comunicarea a avut efectul dorit și a atins un număr suficient de beneficiari de fonduri europene.

4. Existența a două site-uri concomitent, respectiv mfe.gov.ro și fonduri-ue.ro: furnizarea de informații despre IS pe două website-uri a complicat comunicarea, dar și monitorizarea și evaluarea comunicării. Pentru o comunicare eficientă, este esențială nu numai diseminarea informațiilor, ci și capacitatea de a măsura și a evalua impactul acestor informații asupra publicului țintă.

5. Neadecvarea comunicării la situații particulare ale beneficiarilor: grupurile specifice de beneficiari, de exemplu pescarii din zonele mai izolate, nu au fost abordate în mod eficient în campaniile de comunicare ale AM-urilor responsabile, care trebuiau să fie adaptate în funcție de accesul la tehnologie sau la facilitățile electronice.

6. Nivelul înalt de birocrație și presiunea asupra resursei umane în cadrul AM-urilor: capacitatea administrativă este adesea limitată de numărul redus de personal, fluctuația acestuia și absența beneficiilor care ar putea menține angajații pe termen lung. Deși există dorința de simplificare a proceselor de accesare și implementare a fondurilor, percepția este că birocrația a crescut. Această creștere în birocrație se traduce printr-un volum mai mare de muncă, necesitatea unei comunicări intensificate între părți și claritatea în privința așteptărilor și responsabilităților.

7. Comunicarea și coordonarea dintre diferitele autorități și structuri implicate în derularea campaniilor pentru IS: uneori, autoritățile regionale și cele centrale au lansat campanii similare în același interval de timp, ceea ce poate să dilueze mesajul transmis beneficiarilor finali. Mai mult, comunicarea defectuoasă și lipsa unei coordonări eficiente între diferitele autorități împiedică fluxul eficient de informații și sinergia dintre diferitele programe.

Secțiunea 4. EVALUAREA CANALELOR DE COMUNICARE

Adaptarea canalelor de comunicare pentru a oferi o experiență optimă pe dispozitive mobile este esențială, implicând și crearea de conținut optimizat pentru vizualizarea pe smartphone-uri și tablete, integrând funcții interactive și sociale care să stimuleze engagement-ul și să faciliteze distribuirea de informații.

1. Platforma fonduri-ue.ro

În general, acest portal prezintă o serie de puncte forte notabile, inclusiv un trafic considerabil, înregistrând 4,8 milioane de sesiuni în perioada 01.01.2021-30.06.2023. Traficul masiv în România indică platforma ca sursă dominantă de informații la nivel național, servind un volum considerabil de utilizatori români. Durata medie de sesiune de 204,91 secunde relevă o interacțiune profundă și semnificativă. Pe de altă parte, dublarea informațiilor despre PO pe site-ul instituțional, respectiv mfe.gov.ro, a constituit un factor de confuzie, împărțire a traficului prin direcționarea persoanelor care căutau informații despre FESI către celălalt site.

2. Platforma mfe.gov.ro

Un website guvernamental dedicat promovării informațiilor pentru accesarea fondurilor europene ar trebui să fie în centrul unor strategii de comunicare robuste și adaptate nevoilor utilizatorilor săi.

Pagina principală, precum și paginile de programe și anunțuri ale website-ului instituțional www.mfe.gov.ro, înregistrează durate medii de interacțiune considerabile, variind între 50 și 90 de minute, în perioada 01.01.2021-30.06.2023. Aceasta demonstrează că întreg conținutul este de interes și reușește să rețină atenția utilizatorilor.

Se remarcă o utilizare preponderentă a canalelor social media cu creștere „organică”, ceea ce poate limita reach-ul și diversitatea demografică a audienței. Aceasta poate diminua, într-un anumit context, oportunitățile de exploatare a potențialului altor măsuri de promovare, cum ar fi reclamele pe canalele de media sociale.

3. Social Media

Platformele sociale utilizate de MIPE, respectiv Facebook, YouTube, Instagram, X, își propun să fie canale principale pentru promovarea și diseminarea informațiilor legate de accesarea fondurilor europene.

Contul de Facebook a atras în mod evident un public matur, cu majoritatea utilizatorilor încadrându-se în grupa de vârstă 25-50+ ani. Acesta este un segment demografic care are potențialul de a avea un impact semnificativ în ceea ce privește aplicarea și accesarea fondurilor europene.

Pe de altă parte, se poate observa o lipsă de angajament din partea tinerilor, cu o concentrare demografică slabă în grupurile de vârstă sub 25 de ani. Aceasta indică o

potențială oportunitate ratată de a educa și implica generația mai tânără în proiectele și inițiativele europene și deci o creștere a culturii accesării fondurilor europene.

În ceea ce privește provocările și amenințările, se remarcă:

1. o competiție crescândă cu alte site-uri, cerând o auditare continuă și adaptare la cerințele și așteptările în evoluție ale utilizatorilor;
2. diversitatea preferințelor utilizatorilor: nevoia de a ține pasul cu diversitatea așteptărilor utilizatorilor, oferind un conținut mai diversificat și centrat pe utilizator;
3. dublarea informațiilor publicate pe fonduri-ue.ro și pe mfe.gov.ro.

Secțiunea 5. EVALUAREA INSTRUMENTELOR DE COMUNICARE

1. MIV pentru IS 2014-2020 elaborat de MIPE.

Majoritatea partenerilor interni și externi participanți la studiul IRES este de acord că MIV a fost clar și ușor de respectat, subliniind faptul că acesta respectă cerințele finanțatorului principal, CE.

Conform studiilor, MIV a reușit să stabilească linii minime și reguli comune de respectat și să ajute la promovarea uniformă a proiectelor, facilitând astfel munca atât la nivelul MIPE, cât și la nivelul structurilor din subordine și a beneficiarilor.

MIV a permis fiecărui program să își personalizeze identitatea vizuală în funcție de propriile nevoi făcându-l relevant pentru o gamă largă de proiecte.

Unul dintre obstacole în aplicarea prevederilor MIV a fost constituit de frecvența și natura actualizărilor, mai ales atunci când actualizarea nu este clar comunicată beneficiarilor.

În ceea ce privește implementarea MIV, una dintre dificultățile remarcate de participanții la studii este legată de lipsa de coerență și corelare cu alte manuale sau cu diferiți actori din sistem. Aceasta poate duce la interpretări diferite, creând ambiguități în procesul de implementare. În acest context, sesiunile de instruire organizate de MIPE cu privire la implementarea MIV sunt văzute ca fiind instrumente valoroase în înțelegerea și aplicarea unitară a cerințelor manualului.

2. Evenimentele organizate de MIPE de Ziua Europei

Respondenții la studiu care au participat la evenimentele de Ziua Europei, subliniază importanța acestora în procesul de comunicare. Acești experți văd astfel de evenimente ca o oportunitate de a promova valorile și beneficiile UE. De asemenea, subliniază importanța creșterii gradului de conștientizare a avantajelor de a fi cetățean european.

MIPE a organizat evenimente variate care au vizat diverse categorii de public, de la general la specific. De aceea, se recomandă ca evenimentele să promoveze în continuare mai degrabă oportunități și rezultate ale finanțării cu FESI și să fie folosite

ca un canal cheie de comunicare cu cei care nu au acces la Internet sau nu știu să utilizeze informația digitală.

3. Relația cu presa pe tema comunicării IS 2014-2020

În perioada de programare 2014-2020 s-a înregistrat o colaborare directă cu presa, inclusiv pentru ca jurnaliștii să deprindă cunoștințe de bază legate de finanțările europene. Evenimentele organizate pentru promovarea acestora au fost mediatizate, iar succesul lor a fost amplificat datorită colaborării cu mass-media. De asemenea, respondenții au constatat că media a început să aibă o mai bună înțelegere a tematicii, cu efect pozitiv asupra modului în care sunt prezentate informațiile.

Secțiunea 6. CONCLUZII CU PRIVIRE LA EFICIENȚA STRATEGIEI DE COMUNICARE PENTRU INSTRUMENTE STRUCTURALE 2014-2020

1. Principalele realizări ale implementării acțiunilor de comunicare în perioada de programare 2014-2020 sunt următoarele:

a. Strategia de comunicare pentru IS 2014-2020 a fost implementată, atingându-și în mare măsură obiectivele.

b. Centralizarea comunicării a permis o viziune integrată asupra comunicării privind FESI 2014-2020.

c. A crescut notorietatea FESI și încrederea că acestea reprezintă o valoare adăugată la dezvoltarea societății românești.

d. Campaniile de comunicare au fost mai vizibile și au atras atenția asupra poveștilor de succes în implementarea proiectelor finanțate prin FESI 2014-2020.

e. Au fost înregistrate îmbunătățiri semnificative în comunicarea despre fonduri structurale, cu un accent sporit pe utilizarea canalelor tradiționale precum TV și radio, și integrarea eficientă a persoanelor publice în campanii de comunicare.

f. Modernizarea canalelor de comunicare a fost remarcabilă, integrând mediile online și rețelele sociale, mai ales pentru publicul specific.

g. A fost asigurată o comunicare bidirecțională, flexibilă și transparentă privind utilizarea FESI.

2. Printre obstacole identificate sunt următoarele:

a. A existat un deficit major de informare și conștientizare la nivelul publicului privind FESI, în special când a fost vorba de PO.

b. Existența a două website-uri de informare pe tema FESI, respectiv mfe.gov.ro și fonduri-ue.ro, a creat confuzie în rândul publicului general și specific.

c. Vizibilitatea și impactul scăzute ale campaniilor de comunicare privind IS 2014-2020 nu au creat o masă critică în percepția impactului FESI asupra României.

d. Utilizarea unui limbaj mult prea tehnic și inaccesibil, în special pentru publicul general poate descuraja accesarea sau interesul potențialilor beneficiari pentru proiectele finanțate prin FESI.

e. Pandemia a dus la suspendarea acțiunilor de comunicare față-în-față, cu un impact negativ asupra grupurilor specifice de beneficiari din zone izolate sau care nu

au un nivel de educație corespunzător sau competențe digitale asociate pentru accesarea canalelor de comunicare online pe tema FESI.

f. Nivelul înalt de birocrație și presiunea asupra resursei umane în cadrul AM-urilor au afectat capacitatea instituțională de implementare a acțiunilor de comunicare.

g. Modificările repetate ale regulilor de identitate vizuală au dus la ajustări repetate și activități cronofage.

Având în vedere concluziile sondajelor și cercetărilor realizate pentru MIPE atât în 2019, cât și în 2023, prin consultarea publicului general și a partenerilor interni și externi, Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene este elaborată pentru a răspunde aspectelor problematice din activitatea de comunicare a finanțărilor europene, valorificând totodată rezultatele activităților de comunicare din perioada anterioară de programare și a lecțiilor învățate.

Strategia își propune eficientizarea diseminării informațiilor despre finanțările disponibile și fondurile alocate României prin Politica de coeziune 2021-2027, pentru a ajunge la categorii de public cât mai diverse, în vederea creșterii gradului de conștientizare în rândul publicului țintă despre FEN, a nivelului de încredere și cunoaștere a sistemului de acordare a acestor fonduri.

CAPITOLUL IV. VIZIUNEA PENTRU COMUNICARE ÎN PERIOADA DE PROGRAMARE 2021-2027

Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene pornește de la înțelegerea activității de comunicare ca parteneriat, precum și de la nevoia de asigurare a vizibilității acțiunilor de comunicare având în vedere că aceasta are potențialul de a stimula încrederea și interesul pentru contractarea de finanțări europene și implementarea de proiecte în beneficiul societății.

Strategia stabilește liniile directoare cu privire la activitatea de comunicare aferentă actualului exercițiu financiar european:

1. Informarea corectă a cetățenilor: strategia va facilita accesul la informații clare și concise despre finanțările europene, demonstrând impactul pozitiv al acestora asupra dezvoltării României.
2. Creșterea gradului de conștientizare: campaniile de comunicare vor spori gradul de familiarizare a publicului cu privire la sprijinul financiar semnificativ oferit de UE.

În Acordul de Parteneriat 2021-2027 comunicarea este sintetizată astfel:

1. măsurarea eforturilor de comunicare depuse în exercițiile financiare anterioare, pentru stabilirea activităților de comunicare pentru perioada 2021-2027;
2. identificarea și promovarea unor exemple de bune practici către publicul larg, încurajând interacțiunea bidirecțională și generarea de conținut de către utilizatori;
3. îmbunătățirea rețelei naționale de comunicatori și implementarea de parteneriate cu structuri terțe precum universități, rețele profesionale.

Implementarea cu succes a Strategiei depinde de implicarea activă, coordonată și eficientă a actorilor instituționali cu rol în gestionarea finanțărilor europene. În acest sens, Strategia este construită pe 3 piloni de activități de comunicare:

1. elaborarea constantă de conținut, inclusiv în perspectiva gestionării colaborării cu presa;
2. consolidarea rețelei de comunicatori, pentru asigurarea coordonării și complementarității;
3. diseminarea informațiilor prin construirea rețelei de comunicatori și de parteneri.

Pe parcursul acestei perioade de programare se așteaptă operaționalizarea și consolidarea Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027, implicit dezvoltarea capacității comunicatorilor de a derula și susține activitatea de comunicare, precum și atingerea unor categorii de public cât mai extinse, prin creșterea gradului de amplificare a mesajelor.

CAPITOLUL V. OBIECTIVE GENERALE ȘI SPECIFICE ALE STRATEGIEI DE COMUNICARE ȘI DISEMINARE A INFORMAȚIILOR PUBLICE REFERITOARE LA ACCESAREA FONDURILOR EUROPENE

Programul de guvernare 2023-2024 își propune dezvoltarea echilibrată și coezivă a României, inclusiv dezvoltarea infrastructurii de transport, creșterea nivelului de trai și stimularea investițiilor și include ca obiective asigurarea absorbției fondurilor din cadrul financiar multianual 2021- 2027 și simplificarea accesării fondurilor europene prin crearea unui cadru normativ suplu, eficient și orientat spre sprijinirea beneficiarului.

O comunicare eficientă despre oportunitățile de finanțare și impactul FEN alocate României prin Politica de coeziune creează premisele pentru creșterea numărului de proiecte depuse pentru finanțare, respectiv a gradului de absorbție a fondurilor europene, prin informarea cetățenilor despre fondurile disponibile, în cadrul unor acțiuni de comunicare distincte, adaptate publicului țintă și prin sprijinirea beneficiarilor inclusiv prin servicii de helpdesk.

Secțiunea 1. OBIECTIVE GENERALE ȘI SPECIFICE

Comunicarea în perioada 2021- 2027, respectiv al treilea exercițiu financiar în care România beneficiază de fonduri europene, pornește de la valorificarea rezultatelor evaluării activităților de comunicare din perioada anterioară. Dintre principalele concluzii ale evaluării, subliniem:

1. **Un grad ridicat de interacțiune al publicului în ceea ce privește FESI;**
2. **Tonul general al reacțiilor negative;**
3. **Impactul redus al campaniilor de comunicare privind IS în perioada 2014-2020.**

Ținând seama de evaluarea activităților de comunicare anterioare, Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene este fundamentată pe obligațiile care revin României în acord cu Regulamentul (UE) 2021/1060, cu modificările și completările ulterioare, și are următoarele obiective generale:

1. **Asigurarea vizibilității sprijinului financiar din FEN 2021-2027 acordat proiectelor eligibile pentru finanțare;**
2. **Informarea cetățenilor despre rolul și rezultatele FEN.**

În îndeplinirea acestora, vor fi urmărite obiective specifice precum:

1. **Creșterea gradului de conștientizare la nivelul publicului privind FEN;**
2. **Promovarea beneficiilor și a contribuției FEN la finanțarea proiectelor în perioada 2021-2027;**
3. **Dezvoltarea Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027;**
4. **Asigurarea transparenței și diseminarea informațiilor referitoare la sursele de finanțare disponibile, în vederea contractării fondurilor alocate prin programele specifice de către toate categoriile de potențiali beneficiari;**
5. **Asigurarea caracterului unitar și uniform în diseminarea informațiilor, la nivelul întregii rețele de comunicatori.**

Obiectivele specifice vor fi realizate prin următoarele măsuri:

1. **Asigurarea aplicării și promovării în rândul beneficiarilor a GIV 2021-2027, de către întreaga rețea națională a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027;**
2. **Identificarea și promovarea unor exemple de bune practici către publicul larg, încurajând interacțiunea bidirecțională și generarea de conținut de către beneficiari și utilizatori;**
3. **Simplificarea, asigurarea clarității și conciziei mesajelor campaniilor de comunicare, cu accent pe valoarea adăugată a finanțării prin FEN, din perspectivă personală, precum și la nivel comunitar și societal;**
4. **Complementaritatea campaniilor de comunicare derulate de MIPE și AM-uri;**
5. **Consolidarea relației cu presa, ca partener de încredere în informarea despre FEN 2021-2027, inclusiv prin organizarea de conferințe de presă la nivelul MIPE și la nivelul AM-urilor.**

6. Monitorizarea și evaluarea permanentă a impactului generat de mesajele transmise prin intermediul platformelor de social media și a feedback-ului din partea beneficiarilor, și în general monitorizarea și evaluarea indicatorilor de progres în comunicare prin studii ex-ante, intermediare și studii ex-post, care sunt necesare pentru o comunicare de succes privind FEN 2021-2027. Prin sondaje de opinie, focus grupuri și interviuri se va asigura identificarea nevoilor de informare în perioada ex-ante, dar și măsurarea progresului sau a impactului comunicării în evaluările intermediare și ex-post.

7. **Optimizarea canalelor de comunicare ale MIPE**, mai ales a website-ului, din punct de vedere tehnic, al conținutului și al promovării acestora, inclusiv personalizarea strategiilor de marketing, pentru a îmbunătăți angajamentul cu diferite grupuri demografice. În acest sens, este avută în vedere dezvoltarea unui site nou integrat ca design și funcționalități cu platforma <https://oportunitati-ue.gov.ro/> și complementar acesteia, pentru a asigura o informare integrată a tuturor categoriilor de public.

8. Organizarea de **întâlniri de lucru sau sesiuni de instruire** pentru membrii Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027, pentru a eficientiza comunicarea internă și a valorifica bunele practici în comunicarea publică pentru actuala perioadă de programare.

Secțiunea 2. PLATFORMA [https://oportunitati-ue.gov.ro:](https://oportunitati-ue.gov.ro/) „SINGLE ENTRY POINT” AL SURSELOR DE FINANȚARE

MIPE a dezvoltat platforma https://oportunitati-ue.gov.ro, ce constituie un punct unic de acces pentru beneficiari, platforma fiind un integrator de date privind oportunitățile de finanțare. Aceasta oferă informații actualizate despre programele de finanțare europene și naționale, împreună cu oportunități de networking și parteneriat.

Platforma dispune de funcționalități pentru comunicarea online a MIPE, cum ar fi un motor de căutare a surselor de finanțare în funcție de domeniu și de tipul de beneficiar, un calendar cu evenimente-cheie și un asistent virtual. De asemenea, găzduiește o secțiune cu povești de succes care oferă informații despre proiecte finanțate prin diverse programe.

În ceea ce privește programele 2021-2027, fiecare program are propriile secțiuni care includ două categorii de informații:

1. informații generale despre program: de exemplu, domeniul de aplicare și obiectivele, finanțarea totală, beneficiarii eligibili;
2. informații specifice apelurilor de proiecte, inclusiv hyperlink-uri către ghidurile solicitanților.

Platforma dispune și de o secțiune „Financing info Monday” prin intermediul căreia, în colaborare cu reprezentanții structurilor responsabile de managementul PNRR, al programelor aferente Politicii de coeziune, punctele naționale de contact sau punctele focale, agențiile naționale relevante, AM-urile, direcțiile generale ale CE și agențiile

executive ale acesteia, sunt organizate întâlniri tematice, astfel încât să se realizeze o informare cât mai eficientă a potențialilor beneficiari cu privire la oportunitățile de finanțare și să se asigure sinergiile și complementaritatea cu toate sursele de finanțare ale Uniunii.

Pentru a facilita crearea de rețele și cooperarea între beneficiarii publici și privați din România și celelalte state membre UE, platforma este disponibilă și în limbile engleză, franceză și germană, cu funcții de căutare a partenerilor similar portalului „Funding & tenders opportunities”.

Membrii Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027 se asigură că platforma este actualizată cu informațiile necesare aferente domeniilor gestionate de fiecare dintre aceștia.

CAPITOLUL VI. PUBLIC ȚINTĂ

Una dintre problemele identificate în „Sondaj la nivel național” efectuat pentru MIPE în anul 2019 este cea legată de percepția că fondurile europene sunt dificil de accesat și doar 28% dintre respondenți considerau că acordarea fondurilor se face corect, iar 31%, transparent. De asemenea, o altă problemă se referă la obținerea cu dificultate a informațiilor despre FESI: 21% dintre participanți au considerat că este foarte greu, iar 34%, destul de greu să găsească informații.

Instituțiile implicate în implementarea Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene vor pune accent pe oportunitățile și beneficiile finanțărilor europene și vor furniza publicului, prin comunicare directă, respectiv canale proprii, și indirectă, precum mass-media:

1. Informații concrete pentru înțelegerea mecanismului de atragere a finanțărilor și pentru conștientizarea rezultatelor și impactului finanțărilor la nivel local și la nivelul României în ansamblu;
2. Instrumente pentru documentare, în special online: website-uri sau platforme web și conținut publicat pe rețele de social media.

Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene este elaborată cu scopul de a asigura transmiterea informațiilor în cel mai eficient mod către categorii diferite de public.

Cele patru categorii de public țintă vizate sunt:

1. **publicul general** pentru care mesajul se rezumă la existența finanțărilor din fonduri europene pentru dezvoltarea economică și socială a României, în vederea reducerii decalajelor față de celelalte state membre ale UE, dar și a diferențelor dintre regiunile țării;

La începutul anului 2019 au fost realizate mai multe sondaje pentru MIPE, respectiv „Sondaj la nivel național”, realizat la nivelul lunii februarie 2019, precum și „Fonduri europene pe înțelesul tuturor: raport de cercetare calitativă și cantitativă”, realizat în decursul lunii martie 2019. Rezultatele acestor sondaje arată o nevoie a publicului general de a afla, inițial, despre existența surselor de finanțare. În această categorie de informare trebuie incluse informații despre oportunități, povești de succes, modalități de a te informa mai departe și activitățile și obiectivele instituțiilor implicate. Ideal, publicul larg informat va trece în categoria potențialilor beneficiari, apoi în categoria beneficiarilor, dacă se realizează o comunicare eficientă.

2. publicul specific format din următoarele categorii :

- a. beneficiari sau potențiali beneficiari ai fondurilor;
- b. profesioniști și instituții care gestionează programele de finanțare și care pot explica mecanismele finanțărilor, pot facilita obținerea de finanțări, pot monitoriza procesul și pot informa cu privire la acesta. Această categorie include și publicul intern.

Pentru acest tip de public mai importante sunt crearea și păstrarea unor relații de încredere și satisfacere în ceea ce privește procesul de informare.

3. **multiplicatori de mesaje:** instituții și persoane avizate și neavizate, pentru care tema fondurilor europene este de mare interes și despre care comunică în spațiul public;

4. **mass media.**

CAPITOLUL VII. MESAJE CHEIE

Ca urmare a analizelor asupra canalelor oficiale de comunicare, respectiv paginile web ale MIPE, care cuprind secțiuni cu informații specifice fiecărei AM, dar și analizei de conținut privind comunicarea din cadrul grupurilor de Facebook ale beneficiarilor, este dezirabilă asigurarea congruenței între mesajele din comunicarea oficială și comunicarea directă cu publicul.

Actorii cheie în procesul de comunicare, respectiv MIPE și AM-urile, vor asigura coerența mesajului transmis. În acest sens, vor fi aplicate prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 122/2022, aprobată prin Legea nr. 221/2023, conform căroră MIPE va asigura transmiterea unui mesaj clar, concis și uniform, privind oportunitățile de finanțare aferente perioadei de programare 2021-2027.

Ca principiu general, mesajele pentru publicul general se vor referi la fondurile europene, iar cele pentru publicul specific, multiplicatorii de mesaje și mass media se vor referi cu precădere la FEN și la investițiile, măsurile, proiectele finanțate din programele aferente Politicii de coeziune în perioada 2021-2027. Mesajele vor fi realizate după cum urmează:

1. **Publicul general** și mass media vor fi abordate cu mesaje despre rolul finanțărilor europene în dezvoltarea României în general, astfel încât să atragem potențiali beneficiari relevanți, și despre rezultatele semnificative obținute în implementarea programelor. Coordonarea mesajelor va fi gestionată de către coordonatorul Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027, la fel ca și planificarea acțiunilor de comunicare.

2. **Pentru publicul specific și mass media**, comunicarea va fi realizată cu precădere de AM-uri, prin declinarea de mesaje adecvate programelor de finanțare gestionate. Vor fi comunicate noutățile din cadrul programelor, oportunitățile de finanțare, rezultatele implementării.

În ambele situații, se va pune accent pe promovarea finanțărilor disponibile în perioada actuală de programare și pe prezentarea proiectelor de succes.

Campaniile de comunicare pentru toate categoriile de public vor fi complementare ca mesaj și concept și vor fi planificate pentru asigurarea unei vizibilități continue, pe cât posibil fără suprapuneri.

Frecvența acestor campanii în spațiul public va fi decisă la nivelul Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027, pornind de la minimum o campanie/an pentru publicul general și minimum o campanie/an pentru publicul specific. Frecvența campaniilor poate fi optimizată în funcție de evaluările intermediare ale programelor.

Mesajele campaniilor de comunicare vor fi simple, clare și concise, cu accent pe valoarea adăugată a FEN, din perspectivă personală, dar și la nivel comunitar și societal. În plan secund, comunicarea despre finanțările europene va urmări consolidarea încrederii în procesul de acordare a FEN.

Este recomandată simplificarea mesajului și utilizarea unui limbaj accesibil pentru publicul general și pentru cel specific, fără a compromite acuratețea și specificitatea informației. Pentru a atinge nivelul de accesibilitate de limbaj în raport cu publicului general și specific, mesajele pot fi pre-testate în focus grupuri, înainte de difuzarea acestora către publicul general sau către cel specific.

Organizațiile neguvernamentale, organizațiile profesionale, partenerii sociali și, în general, beneficiarii de FEN pot fi cooptați, după caz, ca **multiplicatori de mesaj și implicați** în activitățile de comunicare derulate de către MIPE sau AM-uri sau OIR-uri, precum și în activitățile de comunicare derulate în cadrul proiectelor proprii. Acești multiplicatori de mesaje vor fi abilitați să sporească vizibilitatea programelor în cadrul rețelelor din care fac parte.

CAPITOLUL VIII. PROGRAME SAU DIRECȚII DE ACȚIUNE ȘI CANALE DE COMUNICARE

Secțiunea 1. PRINCIPALELE PROGRAME SAU DIRECȚII DE ACȚIUNE ALE COMUNICĂRII

Prezenta Strategie este elaborată în concordanță cu contextul național și instituțional, reflectând evoluțiile din societatea românească și interesul manifestat de grupurile țintă pentru anumite teme.

Conform „Sondaj la nivel național” realizat în luna februarie 2019, fondurile europene sunt percepute ca fiind abordate într-un mod relativ opac, iar procesul de accesare a finanțărilor este considerat dificil. Prin urmare, este necesară concentrarea asupra sporirii transparenței, consolidării notorietății, intensificării cunoașterii obiectivelor finanțărilor europene și îmbunătățirii înțelegerii mecanismelor de acordare. Această abordare vizează creșterea încrederii potențialilor beneficiari și a publicului specializat în întregul proces, contribuind astfel la o absorbție mai eficientă, o succesiune mai pronunțată a proiectelor, impactul sporit al acestora și o vizibilitate extinsă în rândul populației.

În acest context, principalele direcții de acțiune ale comunicării sunt evidențiate mai jos, luând în calcul lecțiile învățate din exercițiile anterioare, principalele amenințări, dar și obiectivele de comunicare propuse pentru perioada 2021-2027:

Provocare	Direcții de acțiune ale comunicării	Obiectiv general vizat	Public țintă
Tonul general negativ al reacțiilor publicului	Promovarea de povești de succes prin instrumente de comunicare cu preponderență vizuale	1. Asigurarea vizibilității sprijinului financiar acordat proiectelor care beneficiază de FEN; 2. Informarea cetățenilor despre rolul și rezultatele FEN	Public general, mass-media
	Utilizarea sporită de mesaje care să faciliteze sesizarea și înțelegerea beneficiilor pentru viața fiecărui cetățean		
	Accent pe efectele pozitive pentru întreaga societate, pe care le poate declanșa implementarea cu succes a proiectelor finanțate din FEN	Asigurarea vizibilității sprijinului financiar acordat proiectelor care beneficiază de FEN	Public general, mass-media, potențiali beneficiari

Provocare	Direcții de acțiune ale comunicării	Obiectiv general vizat	Public țintă
	<p>Abordarea și explicarea cu preponderență a temelor care au generat controverse în exercițiul anterior:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ gradul de absorbție, inclusiv explicarea diferențelor între fonduri angajate, fonduri contractate, fonduri cheltuite ▪ România: stat beneficiar sau donator, respectiv raportul între cotizația României către UE și fondurile europene primite de România ▪ complexitatea procedurilor și întârzierile generate de aceasta 	Informarea cetățenilor despre rolul și rezultatele FEN	Mass-media, potențiali beneficiari, profesioniști și instituții care gestionează programele de finanțare
	Parteneriate cu stakeholderi care sunt deja recunoscuți ca emitenți de informație privind finanțările europene, care pot prelua o parte din efortul de informare sau comunicare și care îi pot aduce un grad sporit de credibilitate	Informarea cetățenilor despre rolul și rezultatele FEN	Mass-media, potențiali beneficiari, profesioniști și instituții care gestionează programele de finanțare
	Interactivitate și angrenarea tinerilor în efortul de comunicare, prin deschiderea de voluntariate sau internship-uri la nivelul MIPE și altor structuri cu atribuții în gestionarea FEN	Informarea cetățenilor despre rolul și rezultatele FEN	Public general, mass-media
	Accent pe transparența și corectitudinea procesului de alocare a fondurilor		Public general, mass-media, beneficiari
Impactul redus al campaniilor de comunicare privind IS în perioada 2014-2020	Platformele digitale trebuie să ofere informații actualizate, clare și accesibile privind toate aspectele relevante ale FEN	Informarea cetățenilor despre rolul și rezultatele FEN	Public general, mass-media, potențiali beneficiari

Provocare	Direcții de acțiune ale comunicării	Obiectiv general vizat	Public țintă
	Folosirea de către AM-uri a rezultatelor din monitorizare în comunicare	Informarea cetățenilor despre rolul și rezultatele FEN	Profesioniști și instituții care gestionează programele de finanțare
	Realizarea de cercetări periodice, utilizând aceeași baterie de instrumente de cercetare sociologică		Public general, mass-media, Profesioniști și instituții care gestionează programele de finanțare
	Încurajarea colaborării între rețelele de multiplicatori de informație		Profesioniști și instituții care gestionează programele de finanțare
	Facilitarea accesului la informație a persoanelor cu nevoi speciale, de exemplu nevăzători, pe website-urile instituționale		Public general, potențiali beneficiari

Direcțiile de acțiune prezentate mai sus sunt urmărite prin alegerea instrumentelor de comunicare sau marketing, implicarea media și realizarea de materiale de informare în funcție de specificul activității și rezultatele așteptate.

Secțiunea 2. PRINCIPALELE INSTRUMENTE DE MARKETING

1. Pentru comunicarea în mediul online se folosesc site-urile dezvoltate de MIPE, respectiv <https://oportunitati-ue.gov.ro> și www.mfe.gov.ro, precum și website-urile

altor instituții cu rol de AM pentru programele din perioada 2021-2027 și conturile oficiale ale acestor instituții de pe platformele social media. În perioada actuală de programare, platforma <https://oportunitati-ue.gov.ro> furnizează informații actualizate despre apeluri de finanțare și programe, iar site-ul instituțional www.mfe.gov.ro va fi refăcut.

2. Sunt folosite, de asemenea, instrumente clasice:

- a. Media relations
- b. Promovare și publicitate
- c. Materiale de informare tipărite
- d. Afișajul în spații deschise sau în exterior
- e. Materiale cu impact vizual, precum clipuri TV și radio, filme de prezentare a mecanismelor de obținere a finanțărilor sau de prezentare a proiectelor de succes, a lecțiilor învățate.

Secțiunea 3. MEDIA

Angrenarea media se poate face din două perspective:

1. Anunțuri, articole, spoturi, reclame gratuite sau plătite privind lansările de programe și apeluri de finanțare;
2. Relaționarea cu media prin colaborarea cu publicații online de calitate și prin specializarea în domeniul finanțărilor europene a unor jurnaliști, prin utilizarea unor instrumente diferite, precum traininguri, stabilirea unor baze de date care să permită transmiterea de comunicate de presă și materiale de background către jurnaliști, sesiuni de informare dedicate presei locale. Se va acorda atenție inclusiv organizării de sesiuni de informare sau de vizite la proiecte finanțate din fonduri europene.

Secțiunea 4. MATERIALE DE INFORMARE

Materialele tipărite sau electronice se realizează în special pentru grupurile specializate, fiind distribuite la evenimente, la lansarea de noi apeluri sau la cerere.

Pot fi realizate două categorii de publicații:

1. materiale de referință, de exemplu, dar fără a se limita la:

- a. Informări la momentul lansării apelurilor la finanțare,
- b. Liste de întrebări și răspunduri pe website, eventual editate pentru publicare,
- c. Liste de greșeli frecvente,
- d. Concluzii sau soluții oferite în urma participării la evenimentele de informare,
- e. Exemple de bune practici.

2. materiale care prezintă povești de succes și lecții învățate. Pentru eficiența comunicării, se pot prelua materiale realizate de media sau de alți parteneri.

Realizarea de materiale tipărite nu constituie o activitate principală. Conținutul materialelor poate valorifica celelalte instrumente de comunicare, pentru a eficientiza activitatea.

Secțiunea 5. AFIȘAJUL OUTDOOR

Afișajul de tip outdoor poate fi folosit pentru promovarea instrumentelor de informare, dar și în cadrul campaniilor de comunicare.

Secțiunea 6. COMUNICAREA DESPRE FONDURILE EXTERNE NERAMBURSABILE

În cadrul comunicării, este importantă adoptarea unei abordări calculate și eficiente în atingerea obiectivelor. Utilizarea datelor și analizelor pentru a ghida deciziile de comunicare reflectă această raționalitate, pentru ca eforturile să fie direcționate în mod eficient în vederea atingerii rezultatelor dorite. **În această linie, prezenta Strategie ia în calcul principalele variabile în ceea ce privește activitățile de comunicare și stabilește orientări generale. Mai mult, această abordare se aliniază cu obiectivul specific referitor la unitatea informației, dar și cu cel care mizează pe transparență și conștientizarea de către public a aspectelor incluse în mesajele diseminate cu privire la FEN.**

Pe de altă parte, comunicarea trebuie să fie adaptată la contextul social, abordând probleme relevante și reflectând valorile care rezonază cu publicul țintă, motiv pentru care promovarea și comunicarea la nivel de program trebuie să fie specializată, așadar intră în aria de responsabilități a AM-urilor care gestionează programul respectiv.

În comunicarea realizată în cadrul instituțional, procesele birocratice pot contribui la asigurarea coerenței și consistenței în mesajele transmise către publicul țintă. Cu toate acestea, este important ca birocrăția să nu devină o barieră pentru creativitate și adaptabilitate într-un mediu în continuă schimbare. **O abordare echilibrată ar implica implementarea unor procese eficiente, dar și deschiderea la inovație și ajustare în funcție de dinamica societății, fapt ce se poate aplica prin diversificarea canalelor și a instrumentelor de comunicare, precum și o mai bună organizare a procesului de comunicare, roluri asumate de Rețeaua națională a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027.**

Aceași structură organizatorică este principalul actor și în ceea ce privește procesul decizional cu privire la comunicare. Deciziile nu sunt luate doar de indivizi,

ci rezultă din interacțiunile colective în cadrul instituțiilor, astfel încât colaborarea și comunicarea eficiente între membrii rețelei de comunicatori sunt esențiale. **Procesele de luare a deciziilor în cadrul rețelei trebuie să fie deschise, transparente și să asigure contribuția colectivă pentru a asigura consensul și implementarea eficientă a strategiilor de comunicare.**

Secțiunea 7. ELEMENTE DE MARKETING PENTRU PROMOVAREA FONDURILOR EXTERNE NERAMBURSABILE 2021-2027

Prezenta Strategie urmărește în mod deosebit atragerea publicului și creșterea gradului de conștientizare a publicului despre FEN. Instituțiile, respectiv membrii Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027, trebuie să identifice și să atragă publicul țintă, să determine conștientizarea rolului și scopului acestor instituții și să dezvolte relații durabile, de parteneriat în vederea unei comunicări constante, cu categoriile de public. Aceasta implică folosirea strategică a canalelor de comunicare pentru a ajunge la categoriile de public relevante și pentru a dezvolta un angajament de durată și o înțelegere adecvată.

Principalele etape pentru atingerea acestor obiective sunt:

1. Construirea și gestionarea imaginii FEN:

Imaginea FEN este strâns legată de imaginea instituțiilor cu rol în gestionarea FEN, astfel încât anumite aspecte prezentate în continuare se vor susține reciproc.

Marketingul contribuie la definirea și promovarea imaginii organizației, ajutând la crearea unei identități distinctive. Construirea și gestionarea imaginii sunt esențiale pentru a dezvolta o identitate distinctă și recunoaștere în rândul publicului. Organizațiile trebuie să își definească clar valorile, misiunea și scopul și să le comunice în mod consecvent pentru a construi o imagine puternică. Gestionarea imaginii implică, de asemenea, monitorizarea și adaptarea constantă a reputației organizației în funcție de schimbările din mediul extern.

Dintre etapele construirii imaginii FEN, sunt relevante:

- a. *Definirea și comunicarea clară a obiectivelor sau valorilor:* acestea ghidează comportamentul și deciziile organizației.
- b. *Gestionarea reputației FEN:* monitorizarea atentă a percepției publicului și gestionarea promptă a situațiilor care ar putea afecta reputația instituției sau a FEN, construirea și menținerea unei reputații pozitive sunt importante pentru construirea unei imagini puternice.
- c. *Implicarea angajaților în construirea imaginea FEN, cu impact la nivelul imaginii instituționale:* strategiile sau planurile de comunicare ar trebui să includă programe de implicare și instruire pentru ca angajații să înțeleagă și să reflecte valorile asociate FEN și implicit organizației în interacțiunile lor cu publicul.

2. Comunicarea eficientă a rolului FEN:

Comunicarea obiectivelor FEN și a programelor finanțate de acestea pune accent pe folosirea unor mesaje clare, relevante și cu impact emoțional, pentru a transmite eficient principiile susținute și impactul la nivelul societății.

3. Impactul tehnologiei asupra comunicării:

Într-o lume digitalizată, impactul tehnologiei asupra comunicării este important. Tehnologia e utilizată pentru a comunica, interacționa cu publicul și gestiona reputația instituției sau a unui program.

Pot fi întreprinse măsuri precum:

- Utilizarea rețelelor sociale:* platformele sociale sunt folosite pentru a interacționa cu publicul țintă, pentru a distribui conținut relevant și pentru a susține dialogul bidirecțional între organizație și audiență.
- Marketing-ul digital:* pot fi implementate strategii de marketing digital pentru a crește vizibilitatea organizației în mediul online, inclusiv optimizarea pentru motoarele de căutare, campanii plătite pe click și conținut relevant și valoros.
- Tehnologii emergente:* pot fi adoptate tehnologii emergente, cum ar fi realitatea virtuală, inteligența artificială sau analiza datelor, pentru a inova și a oferi experiențe de comunicare unice și captivante.
- Personalizarea comunicării:* cu ajutorul tehnologiei, mesajele pot fi personalizate în funcție de caracteristicile și preferințele publicului, precum și în funcție de categoriile de public țintă.
- Gestionarea reputației online:* având în vedere că reputația este puternic influențată de prezența online, politicile de acțiune ar trebui să includă gestionarea recenziilor, răspunsuri la feedback-ul online și monitorizarea activităților care pot afecta percepția online a organizației.

Pentru îndeplinirea obiectivelor de comunicare și promovare a FEN sunt avute în vedere următoarele linii strategice:

Linie strategică	Abordare	Măsuri propuse	Implementare
Corelarea măsurilor de comunicare și promovare	<ul style="list-style-type: none"> Complementaritatea obiectivelor de comunicare și de promovare raportat la publicul țintă 	<ul style="list-style-type: none"> Complementaritatea obiectivelor de comunicare și a obiectivelor de marketing, asigurând totodată coerența mesajelor și contribuția directă la atingerea acestor obiective 	<ul style="list-style-type: none"> Campaniile de comunicare pentru toate categoriile de public trebuie să fie complementare ca mesaj și să aibă o vizibilitate continuă, fără suprapuneri; Mesajele campaniilor de comunicare trebuie să fie simple, clare și concise, cu accent pe

Linie strategică	Abordare	Măsurile propuse	Implementare
			valoarea adăugată a finanțării prin FEN, din perspectivă personală, dar și la nivel comunitar și societal.
Segmentare și targeting	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea categoriilor de public și dezvoltarea planurilor de acțiune specifice pentru fiecare segment 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptarea mesajelor pentru a ținti diferite segmente ale grupurilor țintă 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferențierea mesajului și a instrumentelor de comunicare în funcție de grupurile țintă identificate; • Canalele de comunicare se adresează în mod diferit categoriilor de grupuri țintă: de exemplu, pentru publicul general se utilizează eficient televiziunea, internetul și radioul, în timp ce publicului specific i se adresează site-ul propriu al MIPE; • Pentru a evita confuzia în informarea digitală, va exista un singur site al MIPE complementar cu platforma oportunitati-ue.gov.ro; • Din perspectiva managementului informației pe site, MIPE gestionează componenta de informare a publicului general, în timp ce AM-urile asigură informarea publicului specific.
Gestionarea identității	<ul style="list-style-type: none"> • Construirea și gestionarea identității FEN, inclusiv a logo- 	<ul style="list-style-type: none"> • Integrarea elementelor de identitate 	<ul style="list-style-type: none"> • Materialele de informare, campaniile și evenimentele

Linie strategică	Abordare	Măsuri propuse	Implementare
afere FEN	ului, culorilor și elementelor distinctive	instituțională și a FEN în toate materialele și canalele de comunicare pentru a asigura o prezentare coerentă și recunoaștere	desfășurate trebuie să respecte prevederile GIV 2021-2027. <ul style="list-style-type: none"> Actualitatea, utilitatea și transparența informațiilor postate pentru fiecare program reprezintă condiții cheie pentru asigurarea unei informări de succes.
Promovarea FEN în social media	<ul style="list-style-type: none"> Utilizarea social media și a marketingului digital pentru a atinge audiențe specifice și a încuraja implicarea publicului 	<ul style="list-style-type: none"> Folosirea canalelor digitale pentru a comunica noutăți, evenimente și realizări ale organizației, construind astfel o comunitate online activă 	<ul style="list-style-type: none"> Pentru ca platforma oportunitati-ue.gov.ro să poată valorifica funcțiile și informațiile disponibile, sunt urmărite: <ol style="list-style-type: none"> poziționarea clară a portalului, prin informare publică referitoare la obiectivele acestuia; integrarea cu paginile web dezvoltate de alte instituții care coordonează fonduri europene; dezvoltarea unor secțiuni cu resurse utile pentru beneficiarii și solicitanții de finanțare europeană. Astfel de secțiuni pot include tutoriale, module de eLearning, manuale, ghiduri de implementare, link-uri la date și resurse utile. A fost creat un cont de social media asociat platformei web pentru

Linie strategică	Abordare	Măsurile propuse	Implementare
			<p>ca utilizatorii să aibă acces facil la informații clare și coerente. Responsabilii de comunicare din MIPE și AM-urilor au atribuții clare referitoare la comunicarea online, precum publicarea și actualizarea de informații pe platforma web și pagina de social media asociată acestora.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicația online Helpdesk este gestionată, la nivel centralizat, de MIPE, fiind accesibilă tuturor celor interesați prin simpla înregistrare ca utilizator. În funcție de subiectul selectat, persoana responsabilă din cadrul MIPE direcționează solicitarea primită către departamentul specializat sau abilitat să formuleze un răspuns. • Canalele de comunicare sunt diversificate pentru ca informațiile să ajungă la un număr mai mare de utilizatori, iar informația transmisă este adaptată la nevoile grupurilor cărora li se adresează. Utilizatorii mai tineri pot fi atrași prin extinderea

Linie strategică	Abordare	Măsurile propuse	Implementare
			prezenței în social media a informațiilor despre fondurile europene. În privința publicului din categoria 25-50 ani, intensificarea comunicării prin presa online poate capta atenția unui procent mare de utilizatori, după cum s-a constatat în statele în care există o tradiție a presei de calitate generatoare a unui interes mai mare pentru proiectele finanțate din FEN.
<p>Promovare, evenimente și campanii</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea și implementarea campaniilor de comunicare pentru a promova informațiile despre FEN • Organizarea de evenimente pentru a crește vizibilitatea și a atrage atenția publicului 	<ul style="list-style-type: none"> • Crearea de campanii care să promoveze rolul FEN • Integrarea evenimentelor despre FEN în strategiile/planurile de comunicare pentru a evidenția contribuțiile în promovarea informațiilor despre FEN 	<ul style="list-style-type: none"> • Conținutul materialelor informative este optimizat și diversificat pentru ca acestea să răspundă nevoilor diverse ale publicului. E vorba de tutoriale video, webinarii, ateliere interactive online care să faciliteze înțelegerea de către cetățeni a proceselor asociate cu accesarea fondurilor europene; • Informațiile despre evenimentele organizate sunt aduse la cunoștința publicului prin canalele de comunicare proprii ale MIPE și ale membrilor rețelei naționale de comunicatori;

Linie strategică	Abordare	Măsurile propuse	Implementare
			<ul style="list-style-type: none"> • Creșterea numărului de evenimente de informare sau de sesiuni de instruire organizate în sprijinul potențialilor beneficiari, mai ales în rândul celor care nu au acces sau nu utilizează internetul, este necesară pentru creșterea gradului de informare, conștientizare, implicare prin crearea unui efort comunicațional continuu, în care nevoile de informare pot fi mai ușor identificate și rezolvate prin comunicare bidirecțională, adaptabilă și transparentă; • Evenimentele continuă să promoveze mai degrabă oportunități și rezultate ale FEN și sunt folosite ca un canal cheie de comunicare cu cei care nu au acces la Internet sau nu știu să utilizeze informația digitală. • Organizarea de evenimente care se adresează publicului larg, de tipul evenimentelor dedicate Zilei Europei, este importantă pentru marcarea identității europene, dar nu

Linie strategică	Abordare	Măsurile propuse	Implementare
			suficientă. Se multiplică evenimentele care vizează promovarea valorilor europene și consolidarea identității naționale în context european, după principiul unitate în diversitate.
Marketing relațional	<ul style="list-style-type: none"> Consolidarea Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027 	<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea și întreținerea relațiilor cu membrii Rețelei 	<ul style="list-style-type: none"> Extinderea Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027, inclusiv prin implementarea de parteneriate cu structuri terțe; Asigurarea complementarității măsurilor de comunicare la nivelul structurii de specialitate a MIPE și al AM-urilor, în vederea atingerii unor categorii cât mai variate de public, inclusiv în plan local. Această măsură poate fi realizată și prin valorificarea în comun a resurselor disponibile pentru promovarea FEN.
Analiza și măsurarea performanței comunicării și promovării FEN	<ul style="list-style-type: none"> Măsurarea rezultatelor campaniilor și analiza datelor pentru a face ajustări 	<ul style="list-style-type: none"> Utilizarea analizei datelor și feedback-ului pentru a evalua eficacitatea mesajelor și strategiilor sau a 	<ul style="list-style-type: none"> Încurajarea publicațiilor de a realiza secțiuni dedicate urmării progresului proiectelor finanțate. Sunt oferite informații

Linie strategică	Abordare	Măsurile propuse	Implementare
		planurilor de comunicare	rezultate din activitățile de monitorizare sau activități de cercetare sociologică către publicațiile care au secțiuni dedicate. Se are în vedere identificarea și comunicarea despre proiecte care pot fi promovate și monitorizate de aceste publicații, pentru a fi prezentate ca bune practici sau doar ca mecanisme de accesare a fondurilor.
<p>Consolidarea comunicării impactului FEN la nivelul societății, inclusiv în relație cu presa</p>	<ul style="list-style-type: none"> Comunicarea relației dintre FEN și principiile orizontale ale Politicii de coeziune 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicarea impactului pozitiv al FEN asupra comunității și societății 	<ul style="list-style-type: none"> Publicațiile sunt încurajate să comunice impactul proiectelor la nivelul comunității, nu doar de a monitoriza rezultatele imediate ale proiectelor. Presa trebuie abordată ca un partener de încredere în informarea despre FEN. Se va face informarea corectă, actualizată și transparentă prin organizarea de conferințe de presă pe tema FEN. Promovarea bunelor practici și a poveștilor de succes prin organizarea de vizite ale jurnaliștilor la locațiile unor astfel de proiecte, pot fi metode de multiplicare a

Linie strategică	Abordare	Măsuri propuse	Implementare
			mesajului și de consolidare a încrederii în finanțarea prin FEN.

CAPITOLUL IX. INSTITUȚII RESPONSABILE. REȚEAUA NAȚIONALĂ A RESPONSABILILOR PENTRU COMUNICAREA PROGRAMELOR 2021-2027

Implementarea prezentei Strategii presupune colaborarea tuturor instituțiilor implicate în gestionarea programelor de finanțare și interesate de finanțările europene, pentru a pune în aplicare, într-un mod eficient, măsurile prevăzute în acest document.

Nucleul cadrului instituțional necesar implementării Strategiei este reprezentat de Rețeaua națională a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027.

În această perioadă de programare, în conformitate cu Regulamentul (UE) 2021/1060, cu modificările și completările ulterioare, și Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 122/2022, aprobată prin Legea nr. 221/2023, MIPE asigură, prin structura de specialitate cu atribuții de comunicare în domeniul fondurilor europene, rolul de coordonator pentru activitățile de vizibilitate, transparență și comunicare în legătură cu sprijinul din fonduri, inclusiv pentru programele din cadrul obiectivului Cooperare teritorială europeană (Interreg), respectiv coordonator național al comunicării și diseminării informațiilor referitoare la accesarea fondurilor europene și asigurarea transparenței informațiilor publice din sectorul finanțărilor externe aferente Politicii de coeziune.

MIPE, prin structura cu atribuții în realizarea comunicării despre FEN, în calitate de coordonator național pentru comunicare pentru activitățile de vizibilitate, transparență și comunicare în legătură cu sprijinul din partea fondurilor europene, coordonează activitatea Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027.

La momentul elaborării Strategiei, Rețeaua națională a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027 reunește, cu statut de membri, responsabili de comunicare din AM-uri, precum și parteneri. AM-urile cu statut de membri din cadrul acestei Rețele vor fi AM-urile din cadrul MIPE și din alte ministere, inclusiv cele aferente programelor INTERREG¹, precum și ADR-uri. Partenerii din cadrul Rețelei vor fi Biroul Reprezentanței CE în România, centrele de informare Europe Direct, ROREG, Universitatea din Petroșani, Institutul Național de Cercetare - Dezvoltare pentru Securitatea Mineră și Protecție Antiexplozivă.

Conducătorul fiecăreia dintre AM-urile prevăzute mai sus are obligația desemnării a cel puțin doi responsabili pentru comunicare și a informării în acest sens a structurii de specialitate din MIPE.

¹ Pentru programele de cooperare teritorială pentru care MDLPA exercită funcția de AM vor fi aplicate cu prioritate recomandările sau ghidurile specifice elaborate de CE, fără ca Strategia să impună sarcini administrative care depășesc obligațiile ce revin AM respective și partenerilor, respectiv state precum Ucraina, Republica Moldova, Serbia în îndeplinirea obiectivelor de comunicare aferente programelor de cooperare teritorială. Aceste AM din cadrul MDLPA sunt membri în Rețeaua națională a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027 și contribuie la implementarea Strategiei în măsura competențelor.

AM-urile care fac parte din Rețeaua de comunicatori, prin conducătorii și responsabili pentru comunicare, cu statut de membru, au următoarele atribuții:

a) participă activ la dezvoltarea unor abordări unitare în comunicarea și diseminarea informațiilor despre FEN din Politica de coeziune aferentă perioadei de programare 2021-2027, precum și la planificarea și derularea de activități în comun, la nivelul Rețelei de comunicatori;

b) informează coordonatorul național cu privire la orice activitate de comunicare publică desfășurată pentru promovarea FEN alocate României prin Politica de coeziune în exercițiul financiar 2021-2027;

c) transmit informații actualizate pentru diseminare prin intermediul instrumentelor de comunicare online, inclusiv al site-ului MIPE și al platformei „Oportunități-UE” cu rol de punct unic de acces al surselor de finanțare, conform ariei de competență.

În acord cu prevederile Regulamentului (UE) 2021/1060 și ale Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 122/2022, aprobată prin Legea nr. 221/2023, Rețeaua se va extinde pentru a include și alți parteneri relevanți, precum instituții de învățământ și organizații de cercetare. Componenta Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027 se poate extinde prin includerea de parteneri, astfel:

a) prin transmiterea de către MIPE, prin structura de specialitate, de invitații de participare instituțiilor relevante pentru activitatea derulată de Rețeaua de comunicatori;

b) prin formularea unei solicitări de către structurile și instituțiile interesate, cu atribuții relevante pentru activitatea Rețelei de comunicatori, și aprobate de către MIPE, prin structura de specialitate.

Rețeaua încurajează schimbul de informații permanent și proactiv între membrii acesteia, astfel încât la nivelul structurii de comunicare din MIPE să existe informații actualizate privind programele 2021-2027. Scopul acesteia e de a amplifica mesajele despre finanțările europene și, în acest sens, de a crea mecanismele pentru cooperarea în activitatea de comunicare între instituțiile participante, precum și a dezvolta abordări unitare, comune pentru activitatea de comunicare, prin planificarea de activități în logica valorificării la maximum a tuturor resurselor disponibile, fie că este vorba de expertiză, resurse financiare sau accesul unitar și prompt la informații relevante în procesele de comunicare.

În acest context, operaționalizarea Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027 și eficientizarea colaborării la nivelul acesteia sunt necesare pentru a valorifica acțiunile și eforturile de comunicare derulate de fiecare AM, complementar cu activitățile structurii de comunicare din cadrul MIPE.

Pentru coordonarea efectivă și eficientă a membrilor Rețelei, aceasta se reunește periodic.

Activitatea Rețelei este orientată de un coordonator național responsabil pentru toate programele 2021-2027. Acesta asigură, pe de o parte, sincronizarea la nivel național

între programe și activitățile de comunicare realizate pentru fiecare dintre acestea, pentru a se evita suprapunerea de activități, livrarea de mesaje parțial nearmonizate, iar, pe de altă parte, cooperarea între membrii rețelei pentru stabilirea de linii directe pentru activitățile de comunicare în vederea amplificării mesajului.

AM-urile, prin responsabilii de comunicare, vor menține legătura cu coordonatorul rețelei naționale, care va urmări informarea tuturor membrilor rețelei în vederea sincronizării acțiunilor de comunicare.

Activitatea Rețelei va fi calibrată și eficientizată în baza consultării cu membrii rețelei, în conformitate cu Raportul de analiză și evaluare a rezultatelor aferent contractului de servicii nr. 203218/28.11.2023 - *SERVICII DE ORGANIZARE EVENIMENT, respectiv ÎNTÂLNIRE DE LUCRU pentru dezvoltarea echipei de comunicatori elaborat în cadrul proiectului „Campanii de Comunicare pentru promovarea fondurilor ESI 2014-2020”*. Aceștia au fost implicați în evaluarea activităților de comunicare aferente perioadei de programare anterioare și cu privire la îmbunătățirea activității de informare și comunicare 2021-2027. Recomandările de calibrare a activității și colaborării în cadrul rețelei vizează:

1. creșterea numărului de întâlniri de lucru sau sesiuni de instruire pentru membrii Rețelei naționale de comunicatori;
2. formarea unor echipe tematice de lucru, restrânse numeric pentru a eficientiza comunicarea internă;
3. valorificarea bunelor practici în comunicarea publică pentru perioada de programare 2021-2027;
4. evaluarea periodică a stadiului de implementare a obiectivelor echipei de comunicatori;
5. desemnarea unor persoane suport pentru situații de criză;
6. complementaritate între campaniile de comunicare;
7. simplificarea mesajului și utilizarea unui limbaj accesibil pentru publicul general;
8. monitorizarea permanentă a impactului generat de mesajele transmise prin intermediul platformelor de social media;
9. monitorizarea feedbackului obținut din partea beneficiarilor;
10. utilizarea mai eficientă a Rețelei naționale de comunicatori.

CAPITOLUL X. MECANISM DE IMPLEMENTARE

Implementarea Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene se face prin Planul de comunicare multianual al MIPE și planurile de comunicare ale AM-urilor din cadrul și din afara MIPE, elaborate cu respectarea obiectivelor și direcțiilor de acțiune incluse în prezenta Strategie.

Aceasta reprezintă un document cadru care stabilește direcții de acțiune minime, pe care AM-urile se asigură că le aplică și pe baza cărora pot elabora și aproba strategii, în cazul AM-urilor care nu sunt în cadrul MIPE, sau planuri de comunicare specifice domeniului gestionat.

În implementarea Strategiei sunt implicați actorii instituționali reuniți în cadrul Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027.

AM-urile pentru programele naționale și regionale din cadrul financiar 2021-2027 își armonizează activitățile de comunicare și se coordonează în materie de mesaje și activități de comunicare în cadrul Rețelei naționale de comunicatori. Responsabilii de comunicare din cadrul AM-urilor fac parte din Rețeaua națională a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027 și colaborează cu coordonatorul acesteia, pentru a asigura o comunicare optimă cu privire la FENdestinate României, printr-un schimb permanent de informații. Comunicarea permanentă între membrii Rețelei cu coordonatorul național urmărește și transmiterea de informații relevante în vederea diseminării acestora prin canalele de comunicare oficiale ale MIPE, a generării de conținut pentru materialele ministerului și a organizării de evenimente specifice de promovare.

Dincolo de obligațiile minimale legate de comunicarea pe tema sprijinului UE, atribuțiile de comunicare și, în special, cele care se focusează pe rezultatele finanțării UE, trebuie să cuprindă cel puțin următoarele:

1. documentarea cu privire la efectele comunicării derulate pentru promovarea FEN, prin acces la statistici, rapoarte de cercetare, analize social media, sondaje de opinie publică;
2. elaborarea strategiei, planului sau planurilor de comunicare pentru exercițiul financiar 2021-2027, având în vedere abordările decise la nivelul Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027 și complementaritatea dintre domeniile partajate între două sau mai multe programe;
3. coordonarea comunicării online, prin monitorizarea și actualizarea, gestionarea paginilor web dedicate programului sau programelor gestionate de AM-uri și a paginilor de social media relaționate;
4. realizarea unor materiale de informare pe teme legate de programele 2021-2027. Cu titlu de exemplu, reprezintă asemenea materiale ghidurile și tutorialele video dedicate solicitanților și beneficiarilor programelor 2021-2027;
5. coordonarea comunicării la fața locului, prin organizare de evenimente, realizarea de materiale informative în format scriptic sau fizic;
6. derularea de campanii de cunoaștere și documentare a opiniei diferitelor categorii relevante de public, prin cercetare cantitativă și calitativă;
7. participarea la Rețeaua națională a responsabililor pentru comunicare, inclusiv la evenimentele dedicate;

8. evaluarea activităților de comunicare prin derularea de cercetări și ca parte a studiilor de evaluare.

Astfel, MIPE, prin structura de specialitate, împreună cu AM-urile, prin intermediul Rețelei responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027, asigură atât armonizarea mesajelor și inițiativelor, cât și facilitarea accesului la categorii noi și relevante de public, folosind eficient resursele logistice și de conținut.

AM pentru programele de cooperare teritorială din cadrul MDLPA aplică cu prioritate recomandările sau ghidurile specifice elaborate de CE și îndeplinesc obligațiile de comunicare stabilite în baza programelor de cooperare teritorială. Strategia nu impune sarcini administrative care depășesc obligațiile ce revin AM respective și partenerilor, respectiv Ucraina, Republica Moldova, Serbia în îndeplinirea obiectivelor de comunicare aferente programelor.

Sintetic, la implementarea Strategiei contribuie:

1. structura de specialitate din MIPE, care coordonează activitatea Rețelei, asigură unitatea mesajelor comunicate și a activităților de comunicare, liniile generale de comunicare din care vor fi declinate mesaje specifice de către fiecare AM, precum și diseminarea de informații implicând autorități centrale și locale, mediul universitar și societatea civilă;
2. AM-urile care colaborează activ în cadrul Rețelei și implementează planuri de comunicare pentru programele gestionate;
3. stakeholderi și multiplicatori de informații care sunt încurajați să sporească vizibilitatea finanțărilor europene, a rezultatelor acestora la nivelul societății. Cu titlu de exemplu, sunt avute în vedere organizațiile sau instituțiile care influențează implementarea programelor.

În cazul în care AM-urile se află în alte instituții decât MIPE, acestea redactează propriile strategii sau planuri de comunicare și vor ține seama de particularitățile fiecărui program, precum publicul țintă, tipul de proiecte eligibile, buget alocat pentru comunicare.

Planurile de comunicare ale AM-urilor din afara MIPE se aprobă la nivelul instituției din care fac parte respectivele autorități.

Structura cu atribuții de comunicare a FEN din MIPE avizează planurile de comunicare ale AM-urilor din minister, pentru programele gestionate.

Planurile de comunicare 2021-2027 se implementează și se actualizează automat prin planurile anuale de acțiune, elaborate de responsabilii de comunicare ai programelor, care detaliază și plasează în timp activitățile propuse pentru asigurarea informării și promovării sprijinului acordat de UE statului membru și a fiecărui Program în parte.

Ceilalți membri ai Rețelei, precum instituții de învățământ și organizații de cercetare, contribuie la realizarea obiectivului de creștere a gradului de informare despre finanțările europene și au un rol de multiplicator al mesajelor, prin diseminarea informațiilor despre fondurile europene disponibile și impactul acestora la nivelul societății. Mediul academic poate contribui și la evaluarea activității de comunicare, prin activități de cercetare, analize, sondaje pe teme legate de finanțări europene.

CAPITOLUL XI. IMPLICAȚII BUGETARE ȘI SURSE DE FINANȚARE

Implementarea Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene se face conform alocărilor financiare prezentate în Planul de comunicare multianual al MIPE și planurile de comunicare ale AM-urilor.

Proiectele de comunicare și promovare a finanțărilor din Politica de coeziune, acordate României în actualul cadru financiar, pregătite de structura de specialitate din MIPE, în exercitarea rolului de coordonator național al comunicării și diseminării informațiilor, sunt finanțate din Programul Asistență Tehnică 2021-2027. Conform Programului Asistență Tehnică 2021-2027, AM PAT finanțează măsuri de comunicare pentru Programul Sănătate, Programul Dezvoltare Durabilă, Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare și Programul Asistență Tehnică.

Măsurile de comunicare pentru Programul Educație și Ocupare, Programul Incluziune și Demnitate Socială, Programul Tranziție Justă, Programul Transport, Programele Regionale și programele de cooperare teritorială beneficiază de finanțare din bugetul alocat în cadrul respectivelor programe. Activitățile de comunicare ale AM-urilor pentru programele menționate mai sus sunt stabilite în complementaritate cu acțiunile de comunicare prevăzute de structura de specialitate din MIPE, iar bugetul alocat acestora este estimat în planurile de comunicare ale fiecărui AM, respectiv în Planul de comunicare multianual al MIPE elaborat de structura de specialitate care coordonează comunicarea și diseminarea informațiilor despre finanțările din Politica de coeziune 2021-2027.

Implementarea Strategiei se realizează de către ordonatorii principali de credite/instituțiile implicate, cu încadrarea în fondurile bugetare aprobate, în condițiile legii.

CAPITOLUL XII. PROCEDURI DE MONITORIZARE ȘI EVALUARE

Procesul de monitorizare urmărește analiza fazei de implementare a politicii și de identificare a posibilelor deviații de la scopurile stabilite inițial. Monitorizarea asigură colectarea informațiilor și a datelor statistice și utilizează indicatori relevanți și măsurabili pentru urmărirea implementării.

Evaluarea presupune analiza periodică a situației, în special analiza performanței și a rezultatelor obținute. Evaluarea determină eficacitatea, eficiența și impactul, contribuind la îmbunătățirea implementării.

Monitorizarea și evaluarea se susțin reciproc, oferind oportunități permanente de revizuire și de învățare, în baza colectării de feedback de la părțile interesate și a aplicării de măsuri corective.

Comunicarea rezultatelor de monitorizare și evaluare a implementării programelor contribuie la promovarea valorilor europene în spațiul public românesc. Această activitate vizează crearea unor legături solide între orientarea către rezultate a programelor și proiectelor finanțate din Politica de coeziune 2021-2027, pe de-o parte, și comunicarea publică asociată rezultatelor de monitorizare și evaluare, pe de altă parte.

Orientarea spre rezultate este o cerință de bază a noului cadru financiar, iar modul în care este comunicată are o importanță ridicată. Comunicarea rezultatelor monitorizării și evaluării ajută la prezentarea realizărilor programelor, contribuind nu numai la promovarea sprijinului oferit de UE prin Politica de coeziune 2021-2027, dar și la crearea unui climat favorabil, la consolidarea încrederii în UE și la o mai bună înțelegere a beneficiilor apartenenței la UE.

Adoptarea de mecanisme electronice de monitorizare și depunere a proiectelor a marcat o evoluție semnificativă față de perioada anterioară.

Cu toate acestea, participanții la cercetările realizate de IRES subliniază că absența unei evaluări concrete a impactului comunicării a reprezentat un punct vulnerabil în cuantificarea reală a rezultatelor acesteia. Mai precis, a lipsit o analiză cuprinzătoare care să indice în ce măsură comunicarea a avut efectul dorit și a atins un număr suficient de beneficiari sau potențiali beneficiari de fonduri europene. Conform studiilor IRES, în perioada anterioară de programare, existența a două website-uri MIPE în paralel, www.mfe.gov.ro și www.fonduri-ue.ro, a complicat comunicarea, dar și monitorizarea și evaluarea comunicării.

Monitorizarea implementării Strategiei, precum și evaluarea, sunt sarcini care revin și fiecărei AM, nu doar structurii de comunicare din cadrul MIPE. Coordonatorul rețelei centralizează progresul pentru activitățile prevăzute și gestionează adaptarea Strategiei atunci când este necesar, cu sprijinul reprezentanților AM și ADR din cadrul rețelei.

Monitorizarea constă în activități pentru măsurarea eficienței cu care sunt implementate măsurile de comunicare. Astfel, monitorizarea se realizează prin date colectate la nivelul fiecărei activități a Strategiei, iar structura de coordonare din cadrul MIPE asigură centralizarea informațiilor.

Fiecare AM care gestionează programe finanțate din Politica de coeziune și fiecare ADR comunică structurii de specialitate din MIPE, la începutul anului, un plan de activități care detaliază acțiunile din Planul de comunicare al fiecărei AM sau ADR, precizează responsabili și termene de realizarea a activităților.

Structura de specialitate din MIPE realizează o activitate constantă de monitorizare a informațiilor referitoare la implementarea Strategiei. Monitorizarea implementării Strategiei are în vedere atât indicatorii de realizare a acțiunilor, respectiv indicatori de rezultat, cât și a indicatorilor privind rezultatele politicii publice, respectiv indicatori de impact.

Procesul de monitorizare include:

- a) activitatea de monitorizare continuă se realizează prin colectarea informațiilor despre realizarea acțiunilor aferente obiectivelor Strategiei și prin analiza acestor informații, care presupune sistematizarea și prelucrarea informațiilor. Informațiile colectate susțin compararea situației de referință cu situația curentă și implicit analiza gradului de realizare a obiectivelor Strategiei și stadiul acțiunilor din Planul de acțiune.

În cazul constării neîndeplinirii obiectivelor, sunt identificate cauzele și elaborate propuneri pentru remedierea situațiilor.

În scopul asigurării implementării obiectivelor Strategiei, MIPE, în calitate de coordonator național al comunicării și diseminării informațiilor referitoare la accesarea fondurilor europene și asigurarea transparenței informațiilor publice din sectorul finanțărilor externe aferente Politicii de coeziune, asigură armonizarea și complementaritatea acțiunilor structurii de specialitate din MIPE și ale AM-urilor și ADR-urilor și identifică și elaborează împreună cu acestea soluțiile pentru depășirea deficiențelor, atunci când este cazul.

- b) activitatea de raportare se realizează în paralel cu monitorizarea continuă și este realizată atât de structura de specialitate din MIPE, cât și de AM-uri și ADR-uri, prin elaborarea de rapoarte referitoare la stadiul îndeplinirii acțiunilor asumate în strategiile și planurile de comunicare. Aceste rapoarte sunt elaborate periodic și sunt prelucrate pentru stabilirea și prezentarea progresului în implementarea activităților de comunicare inclusiv în cadrul reuniunilor cu reprezentanții CE, precum reuniunile de țară cu Direcția Generală Politică Regională și Urbană pe tema comunicării fondurilor europene.

MIPE, prin structura de specialitate, generează un formular de raportare periodică, care să fie completat de AM-uri și ADR-uri cu indicatorii de performanță proprii, pentru a se decela, ulterior, activitățile de comunicare cu cel mai mare impact. Rapoartele pot conține și: costurile alocate implementării activităților de comunicare; respectarea termenelor și a conținutului planurilor de acțiune în domeniul comunicării; modificările înregistrate pe parcursul implementării documentelor strategice ale AM-urilor și ADR-urilor, elaborate pentru îndeplinirea prezentei Strategii, precum și la finalul implementării acestora, la nivelul grupurilor-țintă vizate; schimbările instituționale determinate de implementarea prezentei Strategii și a documentelor strategice subsumate, specifice fiecărei AM și ADR.

Evaluarea este efectuată prin raportarea la indicatorii și planificarea activităților de comunicare.

Evaluarea intermediară a implementării prezentei Strategii, respectiv a eficienței acțiunilor de comunicare, se realizează în 2027 cu scopul de a ajusta activitățile prevăzute în continuare.

Evaluarea intermediară poate oferi o imagine de ansamblu despre:

1. Tipul și instrumentele de comunicare dezvoltate/utilizate
2. Relevanța tipului de instrument de comunicare și a mesajului
3. Traficul pe website-uri
4. Acoperirea în media „earned” și conținut media
5. Outreach în rândul grupului țintă

6. Reacții inițiale la activitățile de comunicare

Monitorizarea și evaluarea activității de comunicare trebuie fie corelate mai bine cu feedback-ul din partea publicului țintă, responsabilitatea de monitorizare revenindu-le celor implicați în implementarea activităților de comunicare. În lumina feedback-ului primit în cadrul cercetării derulate pentru MIPE, sunt necesare o monitorizare mai riguroasă și o evaluare constantă a eficienței Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene. Adaptările vor fi făcute în timp real, pe baza constatărilor de la nivelul AM-urilor, ADR-urilor și al Rețelei de comunicatori, precum și a concluziilor eventualelor studii privind implementarea Strategiei.

În concluzie, monitorizarea și evaluarea permanentă a gradului de atingere a indicatorilor de progres în comunicare prin studii sunt necesare pentru o comunicare de succes privind FEN 2021-2027. Prin sondaje de opinie, focus grupuri și interviuri se pot asigura atât identificarea nevoilor de informare în perioada ex ante, cât și măsurarea progresului sau a impactului comunicării în evaluările intermediare și ex post.

Procesul de comunicare este monitorizat continuu și evaluat prin studii specifice derulate de MIPE, și la fel fiecare activitate specifică. Pentru a evalua la nivel național procesul de comunicare se folosesc indicatori de impact cu efect general. Indicatorii de rezultat și de produs vor fi folosiți pentru a măsura schimbările calitative cauzate de implementarea diferitelor activități și instrumente de comunicare.

Performanța atingerii obiectivelor de comunicare privind FEN 2021-2027 se evaluează prin raportarea la valorile inițiale a valorilor măsurate ale indicatorilor în timpul și la finalul implementării Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene.

CAPITOLUL XIII. REZULTATE AȘTEPTATE

Monitorizarea implementării prezentei Strategii presupune măsurarea periodică a progresului înregistrat către îndeplinirea obiectivelor. În funcție de acesta, se poate decide realocarea resurselor cu scopul utilizării eficiente.

Conform raportului „Orientări generale cu privire la comunicarea rezultatelor de monitorizare și evaluare în exercițiul financiar 2021-2027” realizat în octombrie 2023 de către Banca Mondială, în cadrul Acordului privind serviciile de asistență tehnică pentru îmbunătățirea capacității de monitorizare și evaluare în contextul programelor finanțate de UE în România în perioada 2021-2027, rezultatele proiectelor reprezintă un mijloc foarte bun de promovare a impactului sprijinului UE. Deși în baza regulamentelor europene există elemente de comunicare minimale obligatorii care trebuie respectate la nivel de operațiune finanțată, este oportună susținerea beneficiarilor în demersurile de promovare a rezultatelor din proiectele finanțate și derularea de campanii de informare sau conștientizare eficiente. Acest aspect ar trebui

să fie realizat simultan cu sensibilizarea beneficiarilor referitor la avantajele unei comunicări eficiente la nivel de proiect.

Astfel, pot fi realizate ghiduri sau orientări opționale de comunicare pentru beneficiari, care să se concentreze pe următoarele aspecte, fără ca lista de mai jos să fie exhaustivă:

- utilizarea unor principii de comunicare, adaptate diferitelor categorii de grup țintă vizate;
- recomandări și bune practici pentru organizarea evenimentelor de informare legate de proiect: conferința de deschidere sau încheiere, dar și alte evenimente;
- recomandări și bune practici referitoare la dezvoltarea paginilor web de proiect;
- recomandări și bune practici referitoare la administrarea paginilor de social media aferente proiectului;
- recomandări pentru achiziționarea serviciilor și produselor de comunicare.

Activitățile derulate în vederea atingerii obiectivelor prezentei Strategii urmăresc obținerea în principal a următoarelor rezultate:

1. Campanii de promovare online, TV și radio;
2. Materiale de informare și promovare;
3. Conținut pentru site;
4. Evenimente de comunicare cu Rețeaua națională a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027;
5. Evenimente pentru promovarea programelor 2021-2027;
6. Evaluarea eficienței activității Rețelei și a comunicării MIPE.

Rezultatele așteptate în urma implementării Strategiei naționale sunt declinate sau completate de rezultate stabilite în documentele de planificare subsumate prezentei Strategii, care se elaborează la nivelul fiecărei AM în funcție de specificitățile programului gestionat.

În capitolul dedicat comunicării și vizibilității din programele 2021-2027, sunt incluse rezultate și indicatori specifici identificați de AM-urile pentru programele gestionate.

CAPITOLUL XIV. INDICATORI

Stabilirea indicatorilor folosiți pentru evaluarea progresului pe parcursul implementării Strategiei, precum și la finalul perioadei de implementare pentru a măsura impactul acesteia, are în vedere lista de mai jos. Aceasta poate fi completată în funcție de rezultatele așteptate la nivelul fiecărei AM.

Tip indicator	Indicator
Indicator de rezultat	Nivel de conștientizare în rândul publicului țintă
Indicator de rezultat	Nivel de încredere în sistemul de acordare a FEN
Indicator de rezultat	Nivel de cunoaștere a sistemului de acordare a FEN
Indicator de realizare	Număr materiale de informare și publicitate
Indicator de realizare	Număr campanii organizate
Indicator de realizare	Număr sesiuni sau vizite pe site
Indicator de realizare	Număr evenimente de comunicare cu Rețeaua națională a a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027
Indicator de realizare	Număr evenimente de informare și comunicare

CAPITOLUL XV. IMPLICAȚII ASUPRA CADRULUI JURIDIC

Prezenta strategie este elaborată în baza obligației care revine MIPE, în calitate de coordonator național al comunicării și diseminării informațiilor referitoare la accesarea fondurilor europene și asigurarea transparenței informațiilor publice din sectorul finanțărilor externe aferente Politicii de Coeziune, stipulată în art. V alin. (1) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 122/2022, aprobată prin Legea nr. 221/2023. Adoptarea Strategiei asigură cadrul pentru aplicarea planului de acțiune prevăzut în anexa la Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene, respectiv implementarea direcțiilor de acțiune prevăzute în strategie și îndeplinirea obiectivelor acesteia.

ANEXĂ**la Strategia de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la
accesarea fondurilor europene****Plan de acțiune al Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice
referitoare la accesarea fondurilor europene****Implementare**

Implementarea Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene este asigurată de structura de specialitate din MIPE, de ADR-urile și de AM-urile care gestionează fonduri din Politica de coeziune și care fac parte din Rețeaua națională a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027.

La nivel orizontal, MIPE, prin structura cu atribuții în realizarea comunicării despre FEN, împreună cu AM-urile și ADR-urile, prin intermediul Rețelei de comunicatori, asigură armonizarea mesajelor și inițiativelor și facilitează accesul la categorii noi și relevante de public, folosind eficient resursele logistice și de conținut.

În plus, fiecare entitate responsabilă cu comunicarea despre FEN își planifică activitatea de comunicare în funcție de prevederile Strategiei și de specificul fondurilor pe care le gestionează, respectiv al măsurilor pe care le finanțează și al categoriei de public vizată, precum și de bugetul alocat activităților de comunicare.

MIPE realizează un plan de comunicare multianual pentru implementarea Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene, iar AM-urile și ADR-urile elaborează și implementează documente programatice de comunicare în aplicarea prevederilor Strategiei, care detaliază activitățile de informare și promovare a sprijinului acordat României, prin Politica de coeziune 2021-2027, de către UE, prin intermediul fiecărui Program.

Instituții și structuri responsabile

AM-urile care gestionează fonduri din Politica de coeziune, aferente perioadei de programare 2021-2027 și ADR-urile au în vedere realizarea comunicării directe cu potențialii beneficiari și beneficiarii FEN, respectiv definirea și implementarea activităților de comunicare în funcție de nevoile identificate în rândul beneficiarilor finanțării și al publicului țintă.

Responsabilitatea implementării Strategiei revine în principal:

1. Structurii de specialitate din MIPE care coordonează activitatea Rețelei naționale a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027 și care asigură liniile generale de comunicare despre FEN și unitatea mesajelor și a activităților de comunicare;

2. AM-urile care gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și ADR-urilor care colaborează activ în cadrul Rețelei și implementează planuri sau alte documente programatice de comunicare pentru programele gestionate;

3. Diseminarea informațiilor despre fondurile externe nerambursabile și activitățile de comunicare derulate de MIPE sau de AM-urile și ADR-urile pot fi susținute de stakeholderi și multiplicatori de informații, în funcție de eventuale forme de colaborare stabilite de instituțiile cu atribuții în gestionarea FEN.

Perioadă de implementare

Implementarea Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene se va realiza de la momentul intrării în vigoare a Hotărârii Guvernului pentru aprobarea Strategiei până la finalizarea perioadei de implementare a programelor aferente perioadei de programare 2021-2027.

Rezultate așteptate și indicatori

Entitățile cu responsabilități în implementarea prezentei Strategii își stabilesc obiectivele ținând cont de specificul programelor sau activității gestionate și cu respectarea obligațiilor minime trasate de Strategie.

În capitolul dedicat comunicării și vizibilității din fiecare Program aferent Politicii de coeziune din perioada de programare 2021-2027, sunt incluse rezultate și indicatori specifici identificați de AM-uri pentru programele gestionate.

Evaluare

Procesul de evaluare a implementării Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene implică colectarea de informații de la nivelul ADR-urilor și AM-urilor care gestionează fonduri din Politica de coeziune, precum și de la alte entități partenere în Rețeaua națională a responsabililor pentru comunicarea programelor 2021-2027, dacă e cazul.

MIPE, prin structura de specialitate, generează un formular de raportare periodică a activităților de comunicare derulate de AM-uri sau ADR-uri.

De asemenea, MIPE, prin structura de specialitate, realizează evaluarea finală a implementării Strategiei de comunicare și diseminare a informațiilor publice referitoare la accesarea fondurilor europene.

Atât MIPE, cât și fiecare structură responsabilă trebuie să realizeze evaluarea activităților de comunicare și promovare a FEN, în baza obiectivelor asumate în documentele strategice de comunicare.

ACȚIUNI	REZULTATE AȘTEPTATE	INSTITUȚII RESPONSABILE	INSTRUMENTE DE IMPLEMENTARE	PERIOADĂ DE IMPLEMENTARE	MONITORIZARE ȘI/SAU EVALUARE ¹
O.G. 1 - Asigurarea vizibilității sprijinului financiar din fonduri externe nerambursabile 2021-2027 acordat proiectelor eligibile pentru finanțare					
O.S. 1 - Promovarea beneficiilor și a contribuției fondurilor externe nerambursabile la finanțarea proiectelor în perioada 2021-2027					
A1. Crearea de conținut pentru promovarea oportunităților de finanțare, a importanței și a sprijinului financiar acordat de UE în cadrul Politicii de coeziune 2021-2027, cu accent pe valoarea adăugată a finanțării din FEN și adaptat la grupul țintă	Conținut (de exemplu, anunțuri pentru lansare apeluri de finanțare, liste de întrebări și răspunsuri)	Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, structura de specialitate Autorități de management care gestionează fonduri din Politică de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională	Planuri de comunicare ale autorităților de management și agențiilor pentru dezvoltare regională Planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene	2029	Evaluarea progresului se realizează trimestrial.
A2. Diseminarea de informații despre FEN	Campanii de comunicare Evenimente acțiuni de comunicare	Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, structura de specialitate Autorități de management	Planuri de comunicare ale autorităților de management și agențiilor pentru dezvoltare regională	2029	Semestrial

¹ Termenele prevăzute pentru monitorizare și/sau evaluare sunt maximele, iar frecvența acestora poate fi mai ridicată, după caz.

ACȚIUNI	REZULTATE AȘTEPTATE	INSTITUȚII RESPONSABILE	INSTRUMENTE DE IMPLEMENTARE	PERIOADĂ DE IMPLEMENTARE	MONITORIZARE ȘI SAU EVALUARE ¹
A3. Optimizarea canalelor de comunicare ale MIPE, mai ales a website-ului, din punct de vedere tehnic, al conținutului și al promovării	Canale de comunicare optimizate din punct de vedere al funcționalităților Conținut actualizat Creșterea gradului de informare a publicului	gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, prin structura de specialitate Autorități de management care gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională	Planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene Planuri de comunicare ale autorităților de management și agențiilor pentru dezvoltare regională și planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene Proiecte de comunicare cu cofinanțare UE	2029	2027 și 2029
A4. Monitorizarea și evaluarea impactului generat de mesaje transmise prin intermediul platformelor de social media și a feedbackului din partea beneficiarilor	Studii intermediare și studii ex-post despre impactul comunicării și nevoile beneficiarilor	Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, prin structura de specialitate Autorități de management care gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și	Proiecte de comunicare cu cofinanțare UE	2029	2027 și 2029

ACȚIUNI	REZULTATE AȘTEPTATE	INSTITUȚII RESPONSABILE	INSTRUMENTE DE IMPLEMENTARE	PERIOADĂ DE IMPLEMENTARE	MONITORIZARE ȘI SAU EVALUARE ¹
		agențiile pentru dezvoltare regională			
O.S. 2 - Asigurarea transparenței și diseminarea informațiilor referitoare la sursele de finanțare disponibile, în vederea contractării fondurilor alocate prin programele specifice de către toate categoriile de potențiali beneficiari					
A1. Diseminarea de informații despre FEN în cadrul unor evenimente de comunicare	Evenimente/activități de comunicare	Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, prin structura de specialitate Autorități de management care gestionează fonduri din Politică de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională	Planuri de comunicare ale autorităților de management și agențiilor pentru dezvoltare regională și planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene Proiecte de comunicare cu cofinanțare UE	2029	Semestrial
A2. Publicarea de informații pe canalele de comunicare oficiale	Campanii media Materiale publicate pe canalele de comunicare oficiale	Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, prin structura de specialitate Autorități de management care gestionează fonduri din Politică de coeziune 2021-2027 și	Planuri de comunicare ale AM-urilor și ADR-urilor și planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene Proiecte de comunicare cu cofinanțare UE	2029	Semestrial

ACȚIUNI	REZULTATE AȘTEPTATE	INSTITUȚII RESPONSABILE	INSTRUMENTE DE IMPLEMENTARE	PERIOADĂ DE IMPLEMENTARE	MONITORIZARE ȘI/SAU EVALUARE ¹
A3. Monitorizarea și evaluarea impactului generat de mesajele transmise prin intermediul activităților de comunicare	Studii	agențiile pentru dezvoltare regională MIPE, prin structura de specialitate Autorități de management care gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională	Planuri de comunicare ale autorităților de management și agențiilor pentru dezvoltare regională și planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din MIPE Proiecte de comunicare cu cofinanțare UE	2029	2027 și 2029
O.G. 2 - Informarea cetățenilor despre rolul și rezultatele fondurilor externe nerambursabile					
O.S. 1 - Creșterea gradului de conștientizare la nivelul publicului privind fondurile externe nerambursabile					
A1. Activități de informare și comunicare despre măsuri sprijinite prin FEN	Evenimente de informare și comunicare Campanii social media despre FEN Grad crescut de conștientizare despre FEN la nivelul publicului	MIPE, prin structura de specialitate Autorități de management care gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională	Planuri de comunicare ale autorităților de management și agențiilor pentru dezvoltare regională și planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din MIPE Proiecte de comunicare cu cofinanțare UE	2029	Semestrial pentru acțiuni de comunicare 2027-2029 pentru evaluarea gradului de conștientizare de către public a beneficiilor FEN
A2. Valorificarea rezultatelor din	Acțiuni de comunicare	MIPE, prin structura de specialitate	Planuri de comunicare ale autorităților de	2029	Semestrial începând din 2027

ACȚIUNI	REZULTATE AȘTEPTATE	INSTITUȚII RESPONSABILE	INSTRUMENTE DE IMPLEMENTARE	PERIOADĂ DE IMPLEMENTARE	MONITORIZARE ȘI/SAU EVALUARE ¹
monitorizare și promovarea de exemple de bune practici către publicul larg	prezentare a bunelor practici Proiecte promovate	Autorități de management care gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională	management și agențiilor pentru dezvoltare regională și planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din MIPE Proiecte de comunicare cu cofinanțare UE		
A3. Consolidarea relației cu presa, ca partener în informarea despre FEN 2021-2027	Acțiuni de comunicare, inclusiv conferințe de presă Teme preluate și diseminate de mass-media	MIPE, prin structura de specialitate Autorități de management care gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională	Planuri de comunicare ale autorităților de management și agențiilor pentru dezvoltare regională și planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din MIPE Proiecte de comunicare cu cofinanțare UE	2029	Anual
O.S. 2 - Dezvoltarea Rețelei de comunicatori					
A1. Extinderea Rețelei de comunicatori	Număr crescut de instituții partenere incluse în Rețeaua de comunicatori Număr de parteneriate cu stakeholderi	MIPE, prin structura de specialitate, în calitate de coordonator al Rețelei de comunicatori	Plan multianual de comunicare al MIPE	2029	2027 și 2029

ACȚIUNI	REZULTATE AȘTEPTATE	INSTITUȚII RESPONSABILE	INSTRUMENTE DE IMPLEMENTARE	PERIOADĂ DE IMPLEMENTARE	MONITORIZARE ȘI SAU EVALUARE ¹
A2. Agrearea unei abordări comune a comunicării despre FEN	recunoscuți ca de emitenți de informație privind finanțările europene Reuniuni ale Rețelei de comunicatori Orientări cu privire la realizarea de activităților de comunicare	MIPE, prin structura de specialitate, în calitate de coordonator al Rețelei de comunicatori Autorități de management care gestionează fonduri din Politică de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională	Proiect de comunicare finanțat din Programul Asistență Tehnică 2021-2027 Rețeaua de comunicatori	2029	Anual, începând din 2025
O.S. 3 - Asigurarea caracterului unitar și uniform în diseminarea informațiilor, la nivelul întregii Rețele de comunicatori					
A1. Asigurarea aplicării și promovării în rândul beneficiarilor a Ghidului de Identitate Vizuală 2021-2027, de către întreaga Rețea de comunicatori și beneficiarii	Solicitări de sprijin pentru acțiuni de comunicare, din partea beneficiarilor de finanțare, soluționate Materiale de comunicare conforme cu prevederile Ghidului de identitate vizuală 2021-2027	MIPE, prin structura de specialitate Autorități de management care gestionează fonduri din Politică de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională	Ghid de Identitate Vizuală pentru perioada 2021-2027 Manuale de identitate vizuală ale autorităților de management și agențiilor pentru dezvoltare regională atunci când este cazul Ghiduri ale beneficiarului	2029	Anual

ACȚIUNI	REZULTATE AȘTEPTATE	INSTITUȚII RESPONSABILE	INSTRUMENTE DE IMPLEMENTARE	PERIOADĂ DE IMPLEMENTARE	MONITORIZARE ȘI SAU EVALUARE ¹
<p>fondurilor externe nerambursabile</p> <p>A2. Simplificarea, asigurarea și clarității conciziei mesajelor campaniilor de comunicare, cu accent pe valoarea adăugată a finanțării prin fonduri externe nerambursabile</p>	<p>Mesaje pentru de campanii de comunicare</p>	<p>MIPE, prin structura de specialitate</p> <p>Autorități de management care gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională</p>	<p>Reuniuni ale membrilor Rețelei de comunicatori</p>	<p>2029</p>	<p>2027 și 2029</p>
<p>A3. Asigurarea complementarității de campaniilor de comunicare derulate de Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene și de autorități de management și agenții pentru dezvoltare regională</p>	<p>de Campanii de comunicare</p> <p>Planificare acțiuni de comunicare</p>	<p>MIPE, prin structura de specialitate</p> <p>Autorități de management care gestionează fonduri din Politica de coeziune 2021-2027 și agențiile pentru dezvoltare regională</p>	<p>Planuri de comunicare ale autorităților de management și agențiilor pentru dezvoltare regională și planul multianual de comunicare al structurii de specialitate din MIPE</p> <p>Proiecte de comunicare cu cofinanțare UE</p>	<p>2029</p>	<p>Anual</p>

ACȚIUNI	REZULTATE AȘTEPTATE	INSTITUȚII RESPONSABILE	INSTRUMENTE DE IMPLEMENTARE	PERIOADĂ DE IMPLEMENTARE	MONITORIZARE ȘI/SAU EVALUARE ¹
A4. Organizarea de întâlniri de lucru sau sesiuni de instruire pentru membrii Rețelei de comunicatori	Creșterea eficienței comunicării interne Bune practici în comunicarea publică valorificate	MIPE, prin structura de specialitate	Planul de comunicare al structurii de specialitate din MIPE Proiect cu cofinanțare UE	2029	Anual