



Punctul 5. Prezentare Studiu privind notorietatea PR SV Oltenia - principalele concluzii

ADR Sud-Vest Oltenia, în calitate de Autoritatea de Management, are ca atribuție asigurarea vizibilității PR SVO 2021-2027 și a tuturor operațiunilor sprijinite prin acesta, cu o atenție deosebită pentru operațiunile de importanță strategică.

Având în vedere nou rol de AM pe care ADR Sud-Vest Oltenia îl are pentru această perioadă de programare, dar și pentru fundamentarea acțiunilor de promovare și vizibilitate a programului a **fost necesar realizarea unui Studiu de evaluare a notorietății PR SV Oltenia 2021-2027.**

În cadrul studiului s-au urmărit următoarele **trei aspecte principale:**

- **măsurarea gradului de notorietate** a PR SV Oltenia la nivelul regiunii SV Oltenia (județele Dolj, Olt, Gorj, Mehedinți și Vâlcea);
- **Identificarea nevoilor de informare** cu privire la Programul Regional în rândul publicului general și potențialilor beneficiari/beneficiari din Regiunea Sud Vest Oltenia;
- Elaborarea unui set **de concluzii și recomandări** care să orienteze activitățile de informare și vizibilitate a programului în perioada 2024-2027.

Astfel, principalele concluzii ale studiului de notorietate sunt:

Gradul de notorietate a Programului Regional SV Oltenia - Doar o treime din populația studiată (33%) deține informații despre PR SV Oltenia.

Gradul de notorietate a siglei programului - Aproximativ jumătate (46%) din cei care dețin informații despre PR SV Oltenia au declarat faptul că au văzut sigla programului, afișele stradale fiind principala sursă menționată.

Opinia privind noul rol de Autoritate de Management al Agenției pentru Dezvoltare Regională Sud Vest pe categorii de public țintă:

- Doar **3% din publicul general** crede că **există diferențe între cele două programe**, iar doar **16% dintre acești respondenți** care **conștientizează diferențele** a menționat faptul că „ADR gestionează programul la nivel regional” este una dintre ele. Experiența publicului larg în relația cu ADR din această poziție de management este percepută ca fiind extrem de deficitară din partea publicului larg (90%).
- În rândul categoriei de **potențiali beneficiari/beneficiari** **opinia privind noul rol de Autoritate de management al Agenției** este **opinia** este la polul opus, experiența lor fiind în proporție de **peste 85% foarte bună** iar în 42% din cazuri considerată ca fiind excelentă. Noul rol este perceput de către potențialii beneficiari și beneficiari ca fiind **un nou atu al instituției** în actul de colaborare interinstituțională și în viitoarele proiecte pe care aceștia le au în plan.
- **Pagina de facebook a ADR SV Oltenia** a fost **vizitată de aproximativ 6% din publicul larg** care a participat la studiu și care cunoaște informații despre Programul Regional, principala sursă de informații fiind canalele de televiziune. Studiul calitativ denotă,



Însă, o prezență puternică a ADR pe această platformă, în mod specific în opinia reprezentanții beneficiarilor și a potențialilor beneficiari.

Nevoile de informare cu privire la Programul Regional

Principalele nevoi de informare, instrumentele și mediile de comunicare optime pentru transmiterea informațiilor cu privire la Programul Regional în rândul **publicului general**.

Principalele canale de comunicare ce ar trebui utilizate în privința transmiterii de informații sunt în continuare **canalele de televiziune (39%) și internetul/rețelele de socializare (20% dintre respondenți)**. Principalele nevoi de comunicare se concentrează în jurul informațiilor ce țin de **sustenabilitatea proiectelor (51%), etapele de implementare ale acestora (44%) și condițiile de eligibilitate pentru accesarea unei finanțări (43%)**.

Principalele nevoi de informare, instrumentele și mediile de comunicare optime pentru transmiterea informațiilor cu privire la Programul Regional pentru **potențiali beneficiari/beneficiari și mass-media regională (clasică și online)** din Regiunea Sud Vest Oltenia

Principalele canale de comunicare utilizate de către beneficiari sunt **site-ul ADR SV Oltenia (69%), comunicările oficiale ale instituțiilor și ale ADR SV Oltenia (59%),** respectiv **emailul (49%)**. **Pagina de facebook a ADR** este menționată de asemenea de **aproximativ jumătate dintre participanții la studiu**, iar comunicarea directă cu un reprezentant al ADR, respectiv **întâlnirile de lucru**, respectiv **evenimentele de informare** organizate de către ADR sunt menționate în cadrul componentei calitative ca **fiind foarte eficiente**. Mai mult de jumătate din respondenți consideră că **există nevoie de mai multă informare** raportat la aplicarea legislației achizițiilor publice în cadrul proiectelor (55%), condițiile de eligibilitate pentru accesarea unei finanțări (52%) respectiv completarea și depunerea cererii de finanțare (51%). Etapele de implementare a unui proiect, respectiv utilizarea sistemului informatic online de gestionare a aplicațiilor MySMIS se află pe locul 4 în ce privește nevoia de informare cu 46%.

Eficiența și gradul de satisfacție privind instrumentele de comunicare utilizate până în prezent:

72% din publicul general nu cunosc deloc care sunt **oportunitățile de finanțare disponibile** prin intermediul PR 2021-2027, eficiența instrumentelor de comunicare utilizate până în prezent fiind demonstrabil una redusă. **Canalele de comunicare cele mai eficiente** în opinia publicului general sunt **canalele de televiziune (70%), campaniile de promovare media, online, panotaj outdoor și indoor (43%),** respectiv **pagina de facebook a ADR (39%** dintre respondenți). Gradul de satisfacție privind instrumentele de comunicare utilizate se conturează și prin satisfacția pe care publicul general o manifestă față de cantitatea, calitatea, relevanța, accesibilitatea, corectitudinea și modul de prezentare a informațiilor, mai mult de jumătate din respondenți (între 54% și 57%) fiind mai degrabă nemulțumiți raportat la aceste aspecte, în timp ce între 36% și 38% nici măcar nu au știut să își exprime opinia raportat la aceste aspecte.

83% din potențialii beneficiari și beneficiari cunosc în mare măsură care sunt oportunitățile de finanțare prin intermediul PR 2021-2027. **Canalele de comunicare cele mai eficiente** în opinia beneficiarilor sunt **comunicarea online, în mod specific site-ul adroltenia.ro (72%), organizarea de evenimente dedicate programului regional (66%),** respectiv **pagina de**



facebook a ADR (59%). Gradul de satisfacție privind instrumentele de comunicare utilizate se conturează și prin satisfacția pe care beneficiarii, respectiv potențialii beneficiari o manifestă față de cantitatea, calitatea, relevanța, accesibilitatea, corectitudinea și modul de prezentare a informațiilor, între 89% și 92% fiind mai degrabă mulțumiți de toate aceste aspecte.

Principalele recomandări care să orienteze activitățile de informare și promovare REGIO pentru perioada 2021 – 2027.

- În ce privește **publicul general - În cadrul campaniilor TV de promovare ar trebui utilizate exemple de proiecte** din regiunea Sud-Vest Oltenia, în contextul în care canalele de televiziune sunt cel mai des utilizate ca sursă de informare. Se observă utilizarea rețelelor de socializare în rândul populațiilor mai tinere, promovarea prin intermediul etapelor de implementare a proiectelor aflate în desfășurare, **tururi virtuale, podcasturi cu specialiști și experți implicați în implementare** fiind considerate metode interesante în experiența beneficiarilor. Utilizarea mai multor rețele de socializare este necesară în contextul migrației generațiilor tinere de pe facebook. **Simplificarea panourilor de prezentare a proiectelor** este considerată ca fiind necesară de asemenea. Creșterea nivelului de transparență a desfășurării proiectelor este un aspect de luat în calcul atât în ce privește populația generală cât și populația beneficiarilor și a potențialilor beneficiari.
- În ce privește **beneficiarii și potențialii beneficiari** - În ce privește proiectele de dimensiuni mici, în scopul atragerii unui număr cât mai mare de potențiali beneficiari, **o aplicație care să ajute potențialii beneficiari să își stabilească pașii pentru accesarea fondurilor** este considerată ca fiind oportună. Flexibilizarea canalelor de comunicare raportat la modalitățile de lucru ale beneficiarilor. **Utilizarea platformelor social-media ar putea prezenta exemple de bună practică dar și exemple de insucces** în scopul evitării greșelilor făcute de alții care au acumulat experiență învățând din greșeli. Este necesară din perspectiva beneficiarilor **o atragere mai puternică a mediului de afaceri local în cadrul proiectelor și o colaborare mai strânsă între ADR și firmele de consultanță** în scopul fluidizării accesării de fonduri. Înțelegerea în profunzime a mediului de afaceri de către reprezentanții ADR și construirea unei rețele de comunicare în baza a ceea ce mediul de afaceri poate oferi la nivelul regiunii sunt considerate ca necesitate din perspectiva participanților la studiu. Utilizarea în continuare a newsletterelor și a calendarului de apeluri în scopul unei organizări eficiente.