



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
EGALITĂȚII DE ȘANSE
AMPOSDRU



FONDUL SOCIAL EUROPEAN
POS DRU
2007-2013



INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007 - 2013

Punem comunicarea la baza implementării

Planul de comunicare

pentru

Programul Operațional Sectorial

Dezvoltarea Resurselor Umane

2007 - 2013

România

Cuprins

| | |
|---|----|
| 1. Introducere | 4 |
| 2. Cadrul legal | 6 |
| 3. Context | 6 |
| 4. Grupuri țintă | 10 |
| 5. Obiective | 11 |
| 6. Strategia măsurilor de informare și publicitate | 12 |
| 6.1. Strategia pentru potențialii beneficiari | 13 |
| 6.2. Strategia pentru beneficiari | 14 |
| 6.3. Strategia pentru publicul general | 15 |
| 6.4. Abordarea strategică a măsurilor de informare și publicitate | 16 |
| 7. Conținutul măsurilor de informare și publicitate..... | 17 |
| 8. Mesaje | 22 |
| 9. Planul de activitate..... | 23 |
| 10. Buget | 24 |
| 11. Monitorizare și evaluare..... | 25 |
| 12. Organisme responsabile | 28 |

Lista tabelelor

Tabelul 1 –Eurobarometru CE 66, Raportul Național pentru România 2006

Tabelul 2 – Descrierea măsurilor de informare și publicitate în raport cu grupurile țintă

Tabelul 3 – Lista măsurilor de informare și publicitate în raport cu obiectivele

Tabelul 4 – Stiluri de comunicare vs. obiectivele asumate

Tabelul 5 – Planul de activitate

Tabelul 6 – Bugetul indicativ

Tabelul 7 – Modelul de monitorizare și evaluare

Tabelul 8 – Indicatorii de realizare imediată și de rezultat

Tabelul 9 – Indicatorii de impact

Lista acronimelor

| | |
|-----------------------|---|
| ACIS | Autoritatea pentru Coordonarea Instrumentelor Structurale |
| AM | Autoritatea de Management |
| AMPOSDRU | Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane |
| AP | Axa prioritară |
| DMI | Domeniu Major de Intervenție |
| FSE | Fondul Social European |
| IMM-uri | Întreprinderi mici și mijlocii |
| IP | Informare și Publicitate |
| MEF | Ministerul Economiei și Finanțelor |
| MMFES | Ministerul Muncii, Familiei și Egalității de Șanse |
| NSM | Noi State Membre |
| OI | Organism Intermediar |
| ONG | Organizație non-guvernamentală |
| POS | Programul Operațional Sectorial |
| POS DRU | Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 |
| Reg. CE nr. 1828/2006 | Regulamentul Comisiei (CE) nr. 1828/2006 din 8 decembrie 2006 privind stabilirea regulilor pentru implementarea Regulamentului Consiliului (CE) Nr 1083/2006 care stipulează prevederile generale ale Fondul European de Dezvoltare Regională, Fondul Social European și Fondul de Coeziune și a Regulamentului Nr 1080/2006 al Parlamentului European și al Consiliului asupra Fondului European de Dezvoltare Regională |
| UE | Uniunea Europeană |

1. Introducere

Fondul Social European (FSE) este unul dintre fondurile structurale (alături de Fondul European de Dezvoltare Regională - FEDR) care sprijină politica regională și de coeziune a Uniunii Europene pentru perioada 2007-2013, împreună cu Fondul de Coeziune și cu alte instrumente financiare. Creat în 1957, FSE este principala sursă de sprijin financiar pentru ocupare în Uniunea Europeană. Acesta sprijină statele membre să lupte împotriva șomajului, să prevină ieșirea de pe piața muncii și să susțină adaptabilitatea forței de muncă și a întreprinderilor din Uniunea Europeană (UE) pentru a face față noilor provocări globale, precum și pentru a promova incluziunea socială a grupurilor vulnerabile (de ex romi, persoane cu dizabilități, tinerii peste 18 ani care părăsesc sistemul de stat pentru protecția copilului, femeii etc).

Ațiunea întreprinsă de Comunitate urmărește să reducă disparitățile economice, sociale și disparitățile teritoriale în statele și regiunile rămase în urmă din punct de vedere al dezvoltării, din cauza restructurărilor sociale și economice, provocărilor demografice și a îmbătrânirii populației. Instrumentele financiare vor contribui fiecare în mod specific la îndeplinirea celor trei obiective:

- Convergență;
- Competitivitate regională și ocupare;
- Cooperare teritorială europeană.

Întreg teritoriul României se încadrează sub obiectivul Convergență, care are scopul de a crește gradul de convergență al Statelor Membre și al regiunilor mai puțin dezvoltate, prin creșterea adaptabilității lucrătorilor, întreprinderilor și antreprenorilor, consolidarea accesului la ocupare și incluziune durabilă pe piața muncii, în special a persoanelor dezavantajate, promovarea parteneriatelor, pactelor și a inițiativelor, extinderea și îmbunătățirea calității investițiilor în capitalul uman și sprijinirea consolidării capacității instituționale a partenerilor sociali și a reprezentanților societății civile.

În România, intervenția FSE este realizată prin documente specifice de programare: Cadrul Strategic Național de Referință (CSNR), Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 (POS DRU) și Programul Operațional Dezvoltarea Capacității Administrative (PO DCA).

În conformitate cu prevederile articolului 146¹ din Tratatul privind Comunitatea Europeană, FSE susține politicile Statelor Membre în concordanță cu liniile directoare și cu recomandările Strategiei Europene pentru Ocupare și cu obiectivele relevante ale Comunității privind incluziunea socială, non-discriminarea, promovarea egalității de șanse, a educației și formării, pentru a contribui mai bine la implementarea obiectivelor și țintelor Strategiei Lisabona Revizuite.

Conform obiectivului general al Strategiei Lisabona Revizuite de a face din UE „până în 2010, cea mai dinamică și competitivă economie bazată pe cunoaștere din lume, capabilă de creștere

¹ „În scopul îmbunătățirii oportunităților de ocupare a lucrătorilor pe piața internă a muncii și pentru a contribui la creșterea nivelului de trai, Fondul Social European respectă prevederile legislației europene, și are ca obiectiv creșterea și facilitarea ocupării lucrătorilor, precum și creșterea mobilității geografice a acestora în spațiul european, facilitarea adaptării la schimbările din domeniul industriei și a sistemului de producție, în particular prin calificare și recalificare.”

economică durabilă, cu locuri de muncă mai multe și mai bune și o mai mare coeziune socială, cu grijă față de mediul înconjurător” și cu Linii Directoare Integrate pentru Ocupare 2005-2008, POS DRU 2007-2013 urmărește implementarea obiectivelor și a măsurilor din Programul Național de Reforme din perioada 2006-2010.

Mai mult, inițiativa comunitară Equal a permis acumularea unor noi experiențe. În perioada de programare 2007-2013, prin POS DRU 2007-2013, FSE sprijină identificarea aspectelor legate de politici, a acțiunilor inovatoare, a metodologiilor pentru cooperarea trans-națională și abordarea lor integrată la nivel local, regional, național și european în vederea concentrării asupra provocărilor privind educația, formarea profesională și piața muncii din România, în special prin acordarea unei atenții deosebite dialogului social și incluziunii sociale a grupurilor vulnerabile, cum sunt minoritatea Roma, persoanele cu dizabilități, tinerii peste 18 ani care au părăsit sistemul de stat de protecție a copilului etc.

Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane (AMPOSDRU) este responsabilă pentru implementarea POS DRU 2007-2013. Punând comunicarea la baza implementării POS DRU, Autoritatea de Management informează toți actorii interesați- potențiali beneficiari, beneficiari și publicul general, în principal cetățeni, parteneri sociali și alți reprezentanți ai societății civile - privind oportunitățile de finanțare oferite de FSE și rezultatele obținute prin implementarea acestuia.

În ultimii ani, a devenit necesară o mai bună comunicare a politicilor europene. În acest sens Comisia Europeană a lansat un set de documente privind “Comunicarea Europei”:

- „Planul de acțiune pentru îmbunătățirea comunicării Europei de către Comisie” (ref SEC (2005)985 din 20 iulie 2005), document foarte detaliat privind strategia de comunicare către cetățeni și care cuprinde măsuri specifice ce vor trebui adoptate;
- “Cartea albă a politicii europene de comunicare” (ref COM(2006)35 din 1 februarie 2006), prin care Comisia își definește problemele/zonile prioritare asupra cărora trebuie să se concentreze acțiunile de programare a comunicării, precum și instrumentele și canalele prin care mesajele trebuie să fie diseminate astfel încât să dezvolte dialogul cu societatea civilă;
- “Planul D pentru Democrație, Dialog și Dezbatere” (ref COM(2005)494 din 13 octombrie 2005), utilizat de Comisie pentru stimularea unei dezbateri mai cuprinzătoare între instituțiile democratice ale Uniunii Europene și cetățeni, complementar inițiativelor și programelor deja existente sau propuse, precum cele din domeniul educației, tineretului, culturii și promovării unei cetățenii europene active. Planul D împreună cu Planul de Acțiune asupra Comunicării Europei urmărește îmbunătățirea modului în care Comisia prezintă activitățile sale către cetățeni;
- Ghidul UE de Vizibilitate al Comisiei Europene din 2005 care stabilește regulile pentru creșterea vizibilității acțiunilor finanțate de Uniunea Europeană.

Regulile pentru perioada de programare 2007-2013 pun comunicarea în prim-plan. Articolele referitoare la informare și publicitate din Regulamentul CE nr. 1828/2006 au fost integrate în totalitate în Planul de Comunicare pentru POS DRU.

Guvernul României a definit un set de linii directoare pentru activitățile de informare și publicitate prin Strategia Națională de Comunicare 2007-2013 pentru Instrumentele Structurale din România, aprobată prin Memorandum Guvernamental în ședința executivă de Guvern din data de 29 noiembrie 2007.

2. Cadrul legal

Acțiunile de informare și publicitate menționate în prezentul Plan de comunicare se referă la Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane (POS DRU), gestionat de AMPOSDRU din cadrul Ministerului Muncii, Familiei și Egalității de Șanse (MMFES). Acestea fac parte din cadrul general al acțiunilor de comunicare a FSE în România pentru perioada de programare 2007-2013.

Planul de comunicare pentru POS DRU este elaborat în concordanță cu regulamentele europene relevante în domeniul informării și publicității fondurilor structurale și cu legislația și practicile naționale. Cadrul legal este specificat mai jos:

Cadrul legal european:

- Regulamentul Parlamentului European și Consiliului (CE) nr. 1081/2006 din 5 iulie privind Fondul Social European și care abrogă Regulamentul CE nr. 1784/1999;
- Regulamentul Consiliului (CE) nr. 1083/2006 din 11 iulie 2006 stabilind prevederile generale privind Fondul European pentru Dezvoltare Regională, Fondul Social European și Fondul de Coeziune și care abrogă Regulamentul CE nr. 1260/1999;
- Regulamentul Comisiei (CE) nr. 1828/2006 din 8 decembrie 2006 privind stabilirea regulilor pentru implementarea Regulamentului Consiliului (CE) nr. 1083/2006 care stipulează prevederile generale ale Fondul European de Dezvoltare Regională, Fondul Social European și Fondul de Coeziune și a Regulamentului nr. 1080/2006 al Parlamentului European și al Consiliului asupra Fondului European de Dezvoltare Regională;
- Decizia nr. 5811/23.11.2007 pentru aprobarea Programului Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane.

Cadrul legal național:

- Hotărârea de Guvern nr. 497/2004 privind stabilirea cadrului instituțional pentru coordonarea, implementarea și gestionarea instrumentelor structurale, cu modificările și completările ulterioare;
- Hotărârea de Guvern nr. 381/2007 privind funcționarea și organizarea Ministerului Muncii, Familiei și Egalității de Șanse (MMFES).;
- Memorandumul de Guvern privind aprobarea Strategiei Naționale de Comunicare pentru Instrumentele Structurale;
- Documentul Cadru de Implementare a POS DRU 2007-2013, aprobat prin Ordinul comun al ministrului muncii, familiei și egalității de șanse și al ministrului economiei și finanțelor nr. 254MMFES/1169MEF/2008.

3. Context

Pentru descrierea contextului, au fost avute în vedere următoarele surse: un sondaj de opinie la nivel național privind fondurile europene solicitat de Ministerul Economiei și Finanțelor și realizat de Organizația Gallup, un raport Eurobarometru și Raportul de Evaluare Ex-ante al POS DRU. De asemenea, această secțiune conține o scurtă descriere a activităților de informare

și publicitate implementate anterior aprobării oficiale a POS DRU de către Comisia Europeană, în noiembrie 2007.

a) Justificare

Pe parcursul anului 2006, la solicitarea Ministerului Economiei și Finanțelor, a fost realizat un sondaj de opinie² care a avut ca grupuri țintă populația din zonele urbane și patru grupuri majore de potențiali beneficiari ai fondurilor europene, reprezentând: administrația publică, ONG-uri, mediul de afaceri și mediul de cercetare/academic. Obiectivul general al studiului a vizat măsurarea nivelului de informare al grupurilor țintă privind fondurile europene și analizarea atitudinii grupurilor țintă față de acest subiect.

Rezultatele studiului demonstrează că există o percepție pozitivă în ceea ce privește utilizarea fondurilor europene (atât cele pre-aderare cât și cele post-aderare). Prioritățile de finanțare ale fondurilor post-aderare sunt bine cunoscute la nivelul administrației publice (88%) și ONG-urilor (68%), urmate de institutele de cercetare și educație (47%) și sectorul de afaceri – IMM-uri (30%).

S-a observat că, în categoria beneficiarilor care au depus proiecte pentru finanțare în timpul perioadei de pre-aderare, primul loc este ocupat de administrația publică, urmat de sectorul ONG-urilor. Companiile și institutele de cercetare și dezvoltare sunt pe ultimele locuri. De asemenea, s-a observat că nivelul de informare privind fondurile de post-aderare urmează aproape aceeași ierarhie. Raportul concluzionează că lipsa de experiență în domeniu și lipsa informației utile au o influență asupra percepției privind fondurile europene.

Majoritatea instituțiilor (75%) sunt interesate de accesarea fondurilor structurale în următorii ani și o mare parte din intervievați au declarat că au pregătit deja proiecte pentru a aplica pentru finanțare (79% din administrația publică, 75% din ONG-uri, 68% din instituțiile din sectorul educației și numai 42% din companiile private).

Referitor la domeniile de intervenție ale instrumentelor structurale, persoanele interviuate care aparțin zonei urbane consideră că prioritățile ar trebuie să vizeze resursele umane: crearea de locuri de muncă (21% din cei intervievați consideră aceasta ca primă prioritate și 58% o plasează printre primele priorități) și sistemul de educație (34% din cei intervievați îl menționează printre primele trei opțiuni).

Mai mult de 80% din cei intervievați și-au manifestat interesul de a beneficia de o mai bună informare privind fondurile structurale și de coeziune și au menționat nevoia de consiliere la scrierea proiectelor.

Concluziile cercetării au arătat că birocrăția și documentația excesivă, lipsa calității și informațiile incomplete privind oportunitățile de finanțare, criteriile de eligibilitate și procesul de aplicare (frecvent asociat cu fraudă și corupția, în special de către companiile private) au fost menționate ca probleme ale administrării fondurilor europene în timpul perioadei de pre-aderare.

Instrumentele de informare utilizate frecvent sunt internetul (66% pentru administrația publică, 42% companii private, 83% ONG-uri și 68% institute de cercetare și educație), seminariile și

² Studiu privind fondurile europene realizat de Organizația Gallup România – august 2006.

conferințele (7% pentru administrația publică, 2% companii private, 2% ONG-uri și 4% institute de cercetare și de învățământ) și media (8% pentru administrația publică, 52% companii private, 9% ONG-uri și 19% institute de cercetare și educare) și alte canale de informare cum sunt: informare periodică directă de către diferite organizații reprezentând sistemul public și privat, consultanță directă, broșuri și pliante.

Potrivit studiului, principala sursă de informare utilizată de toate grupurile țintă este internetul (mai mult de 50% din respondenții fiecărei categorii). De asemenea, mai mult de jumătate dintre respondenți utilizează internetul zilnic. Site-ul web al Comisiei Europene sau al diferitelor ministere reprezintă o sursă importantă de informare pentru administrația publică, ONG-uri și institute de cercetare și de învățământ.

Portalurile web pentru informare și activitățile de rețea sunt bine dezvoltate la nivelul potențialilor beneficiari ai POS DRU. Cele mai relevante sunt:

- în domeniul educației
 - www.edu.ro, Sistemul Educațional Electronic al portalului educațional aparținând Ministerului Educației, Cercetării și Tineretului
 - www.cnfpa.ro, registrul național on-line al furnizorilor autorizați de formare profesională aparținând Consiliului Național de Formare Profesională a Adulților
- în domeniul ocupării forței de muncă
 - www.semm.ro, Serviciul Electronic pentru Medierea Muncii
- la nivelul administrației publice locale
 - www.falr.ro, portalul Federației Române pentru Autorități Locale
 - www.uncjr.ro, portalul Uniunii Naționale a Consiliilor Județene din România
 - www.amr.ro, portalul Asociației Municipaliților din România
 - www.aor.ro, portalul Asociației Orașelor din România
 - www.acor.ro, portalul Asociației Comunelor din România
- la nivelul sectorului de afaceri
 - www.ccir.ro, portalul Camerei de Comerț și Industrie din România
 - www.business-entrepreneur.ro, pagina de internet de referință pentru IMM-uri
- la nivelul societății civile
 - www.ces.ro, portalul Consiliului Economic și Social din România
 - www.mmssf.ro, care găzduiește portalul furnizorilor acreditați de servicii sociale.

Mai mult, toate instituțiile administrației publice centrale utilizează rețeaua locală (LAN) și au propriile site-uri de internet. De asemenea, toți funcționarii publici care își desfășoară activitatea în administrația publică centrală și locală utilizează calculatorul în activitatea lor curentă (250.000 utilizează curent poșta electronică – e-mail și 260.000 utilizează în mod frecvent internetul).

În ceea ce privește comportamentul cultural al românilor și accesul lor la canalele și mijloacele de comunicare, canalele de informare cel mai des utilizate de către familiile române sunt televizorul (96,2%), televiziunea prin cablu (78,5%) și radioul (71,5%)³.

O altă sursă luată în considerare a fost Raportul Național Român elaborat pe baza sondajului de opinie „Eurobarometrul 66 Standard”⁴. Rezultatele acestui sondaj arată că românii (67%)

³ Barometru de Consum Cultural 2006, Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii din subordinea Ministerului Culturii și Cultelor

continuă să aibă încredere în Uniunea Europeană. La sfârșitul anului 2006, starea de spirit a societății românești a fost dominată atât de încrederea în viitor, garantată de statutul de Stat Membru al UE cât și de și de neîncrederea în instituțiile statului (în special cele responsabile de elaborarea și aplicarea legilor).

Tabel 1 – CE, Eurobarometru 66- Raportul național România 2006

| | România | NSM | EU15 |
|--|---------|-----|------|
| Încrederea în UE % | 67 | 59 | 42 |
| Mulțumiți de viață % | 48 | 72 | 85 |
| Optimismul privind viața personală în următorul an % | 40 | 31 | 35 |
| Încrederea în justiție % | 26 | 34 | 48 |
| Încrederea în Parlament % | 24 | 19 | 36 |

Optimismul este ridicat: 30% dintre români, comparativ cu 20% în Uniunea Europeană, cred că țara se va dezvolta din punct de vedere economic în următoarele 12 luni.

Aspectele de care românii sunt interesați sunt abordate de politicile UE: imigrația, pensiile, sănătatea și dezvoltarea regională.

Raportul de evaluare ex-ante asupra POS DRU, publicat în ianuarie 2007, a fost, de asemenea, luat în considerare. Acesta subliniază faptul că Planul de comunicare ar trebui să se adreseze în special partenerilor sociali din sectorul industriei, precum și actorilor din zonele rurale.

b) Activități premergătoare

Pentru definirea contextului este de asemenea util să menționăm faptul că în ultimii doi ani AMPOS DRU a implementat o serie de activități de informare și publicitate care au avut ca public țintă potențialii beneficiari și publicul. Obiectivul acestor activități a vizat diseminarea de informații și creșterea nivelului de conștientizare privind oportunitățile de finanțare care vor fi oferite de POS DRU.

În 2006 și 2007, reprezentanții AMPOS DRU au susținut prezentări privind oportunitățile de finanțare prin POS DRU în cadrul diferitelor seminarii, conferințe, ateliere de lucru și mese rotunde. În 2007 AMPOS DRU a organizat sesiuni de formare pentru aproximativ 1600 de promotori de proiecte în domeniul elaborării și depunerii de proiecte. De asemenea, informații similare au fost publicate pe pagini de internet specializate, cum sunt www.euractiv.ro și www.hotnews.ro/eurofonduri.

În martie 2007 a fost organizată conferința de lansare a POS DRU. Cu această ocazie au fost prezentate primele instrumente de comunicare: conceptul paginii de internet pentru FSE/POS DRU, identitatea vizuală și sloganul „Investește în oameni”.

Mai mult, în perioada aprilie-iulie 2007, AMPOS DRU a colaborat cu Oficiul Taiex al Comisiei Europene și cu Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Dezvoltarea Capacității Administrative din cadrul Ministerului Internelor și Reformei Administrative pentru organizarea a opt evenimente regionale în toate regiunile socio-economice de dezvoltare ale României, în vederea promovării oportunităților de finanțare ale Uniunii Europene prin Fondul

⁴ Studiul a fost solicitat și coordonat de Direcția Generală de Comunicare pentru Delegația Comisiei Europene în România; s-a desfășurat între 7-29 septembrie 2006 (pentru toate cele 30 de țări între 6 septembrie și 10 octombrie 2006) de către TNS CSOP, pe un eșantion de 1047 de persoane cu vârsta peste 15 ani.

Social European. La evenimente au participat aproximativ 640 de persoane reprezentând administrația publică, societatea civilă și sectorul de afaceri.

În octombrie 2007, AMPOSDRU a organizat evenimentul de aniversare a 50 de ani de FSE "Investește în oameni". A fost organizată o expoziție de fotografie în aer liber⁵, pentru o perioadă de două săptămâni, în București, Piața Universității, în fața Teatrului Național. Grupul-țintă pentru această expoziție a fost publicul. La deschiderea evenimentului a fost prezentat discursul de aniversare a 50 de ani de FSE a Comisarului european pentru ocupare, afaceri sociale și egalitate de șanse, domnul Vladimir Spidla. POS DRU a fost prezentat prin fotografii ale cetățenilor români reprezentativi pentru diferite grupuri țintă, însoțite de proverbe naționale relevante pentru politica FSE, dar și de texte explicative privind activitățile prevăzute în POS DRU. De asemenea, panouri speciale au prezentat rolul FSE în Europa pe parcursul a 50 de ani.

În final, în 2007, AMPOSDRU a elaborat logo-ul FSE în România și a elaborat, publicat și distribuit un pliant privind FSE, precum și posterul „Investește în oameni” și a lansat pagina de internet pentru POS DRU care își propune să devină principalul punct de informare privind oportunitățile de finanțare oferite prin POS DRU potențialilor beneficiari, beneficiarilor și publicului. Formatul de prezentare este prietenos și asigură acces ușor la informații: harta paginii de internet, meniul de navigare, culori și posibilități de vizualizare. Pagina de internet a fost creată pentru facilitarea schimbului de idei de proiecte, pentru promovarea culturii bunelor practici, precum și a parteneriatelor, și pentru furnizarea de informații utile privind cererile de propuneri de proiecte, cadrul legislativ, procedura de aplicare, criteriile de eligibilitate, evenimente și știri.

4. Grupuri țintă

Grupurile țintă ale Planului de comunicare pentru POS DRU, conform Reg. CE nr. 1828/2006, Reg. CE nr. 1080/2006 a Parlamentului European și al Consiliului privind Fondul European de Dezvoltare Regională, art 5-7, și POS DRU, sunt clasificate strategic astfel:

- potențiali beneficiari;
- beneficiari;
- publicul general.

Pentru a spori eficacitatea comunicării, criteriile de identificare și de împărțire a grupurilor țintă au fost definite după cum urmează:

- **Potențialii beneficiari** se referă la tipurile de beneficiari eligibili stabiliți pentru fiecare axă prioritară din POS DRU;
- **Beneficiari** sunt acei beneficiari eligibili care au obținut finanțare prin POS DRU, potrivit prevederilor art. 2 a Reg. CE nr. 1083/2006;
- **Publicul general** este reprezentat de către toți cetățenii incluzând **potențialii participanți** și **participanții** la proiectele finanțate de POS DRU, clasificați ca grupuri țintă în POS DRU, și care pot participa sau îi pot influența pe ceilalți să participe la proiectele finanțate din FSE pentru a realiza obiectivul general al POS

⁵ Publicată pe pagina de internet POSDRU – www.fseromania.ro

DRU⁶. Pentru o mai bună comunicare, aceștia vor trebui analizați și prioritizați prin planuri anuale de acțiune, urmând realizările programului și prioritățile anuale ale strategiei.

Planul de comunicare se mai adresează și următoarelor grupuri țintă, ținând cont de capacitatea acestora de a influența publicul general:

- **Reprezentanții media**, care informează cu privire la aspectele legate de POS DRU;
- **Formatorii de opinie publică**, care pot influența percepția POS DRU în opinia publică;
- **Reprezentanți ai sistemului instituțional**, relevanți pentru gestionarea FSE sau a altor Instrumente Structurale (exceptându-i pe cei care sunt potențiali beneficiari prin POS DRU).

Categoriile potențialilor beneficiari, beneficiarilor și a publicului general vor fi definite operațional pe parcursul implementării Planului de comunicare, având în vedere modul în care aceștia sunt prezentați și grupați în cadrul fiecărei axe prioritare și domeniu major de intervenție al POS DRU. La momentul implementării Planului de comunicare, măsurile vor fi adaptate nevoilor de informare ale fiecărui grup țintă, în concordanță cu prioritățile POS DRU.

5. Obiective

Obiectivul general al Planului de comunicare constă în creșterea gradului de conștientizare și de informare privind oportunitățile, beneficiile și rezultatele FSE pentru dezvoltarea resurselor umane din România, subliniind rolul și valoarea adăugată a asistenței Comunității Europene la nivel național, regional și local, precum și în promovarea și facilitarea depunerii de proiecte de calitate pentru finanțare, conform obiectivelor de implementare ale POS DRU.

Pentru a atinge obiectivul principal, vor fi urmărite o serie de obiective specifice:

- Asigurarea **accesului general** pentru toți potențialii beneficiari la informații utile privind oportunitățile de finanțare prin POS DRU, oferite prin asistența financiară comună din partea Comunității și din bugetul național, utilizând mijloace adecvate și furnizând sprijinul informativ și asistența necesare ;
- Furnizarea **sprijinului informativ** pentru beneficiari în implementarea proiectelor lor. Presupune, de asemenea, creșterea gradului de conștientizare a beneficiarilor privind responsabilitatea acestora de a promova finanțarea din FSE, urmând prevederile art. 8, Reg. CE nr. 1828/2006.
- Creșterea **gradului de conștientizare a publicului larg** privind oportunitățile de finanțare și realizările POS DRU, precum și creșterea **vizibilității** sprijinului Uniunii Europene pentru dezvoltarea regională și pentru coeziunea economică și socială a României;
- Asigurarea **implementării transparente a POS DRU**, prin furnizarea de informații clare și detaliate privind implementarea programului, condițiile de eligibilitate, descrierea procedurilor privind evaluarea proiectelor propuse pentru finanțare, criteriile

⁶ Obiectivul general al POSDRU este dezvoltarea capitalului uman și creșterea competitivității, prin corelarea educației și a învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii și asigurarea de oportunități sporite pentru participarea viitoare pe o piață a muncii modernă, flexibilă și inclusivă a 1.650.000 de persoane.

de selecție, beneficiarii finanțărilor⁷ și punctele de informare existente la nivel național, regional și local⁸. Principiul transparenței va fi aplicat tuturor măsurilor de informare implementate. Aceasta presupune, de asemenea, contribuția la coerența sistemului de comunicare a Instrumentelor Structurale prin echilibrarea și ajustarea activităților de comunicare pentru POS DRU la activitățile altor AM-uri și ale ACIS.

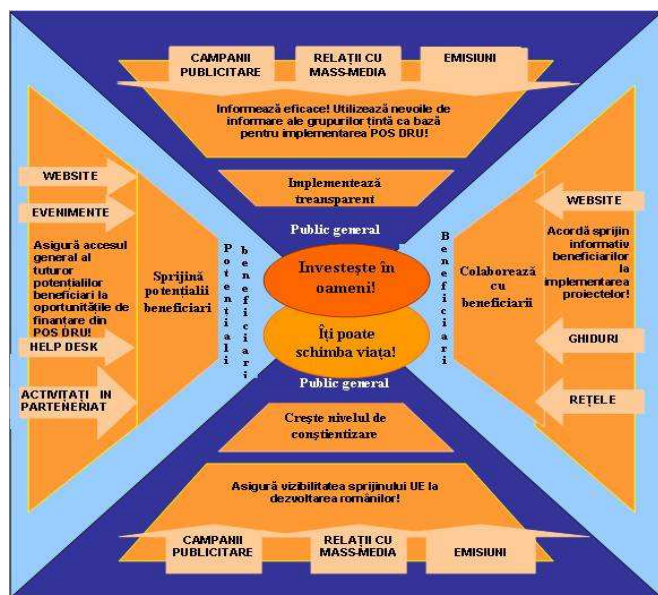
Relația dintre obiective și grupuri țintă este prezentată în tabelul următor:

| Obiective / Grupuri țintă | Accesul general | Srijin informativ | Conștientizarea publicului | Transparența |
|---------------------------|-----------------|-------------------|----------------------------|--------------|
| Potențiali beneficiari | X | | X | X |
| Beneficiari | | X | | X |
| Publicul general | | | X | X |

6. Strategia măsurilor de informare și publicitate

Planul de comunicare pentru POS DRU pune comunicarea la baza implementării. Acesta urmărește să promoveze și să faciliteze depunerile de cereri de propuneri de proiecte, să ofere asistență beneficiarilor în implementarea proiectelor și să asigure vizibilitate oportunităților, beneficiilor și rezultatelor FSE pentru dezvoltarea resurselor umane în România, crescând, totodată, gradul de conștientizare și de informare a publicului privind oportunitățile de finanțare prin POS DRU și intensificând rolul și valoarea adăugată a asistenței Comunității Europene la nivel național, regional și local, precum și efortul de finanțare național.

Pentru a realiza aceste lucruri, obiectivele și grupurile țintă ale Planului de comunicare vor fi în concordanță cu prioritățile POS DRU.



⁷ Potrivit art. 7, pct.d) par.2, Reg. CE 1828/2006

⁸ Potrivit art. 5, par.2, Reg. CE 1828/2006

6.1. Strategia pentru potențialii beneficiari

Potențialii beneficiari sunt importanți din punct de vedere strategic având în vedere faptul că succesul general al POS DRU, în ceea ce privește rezultatele și impactul, este direct legat de numărul și calitatea proiectelor implementate.

Măsurile strategice pentru potențialii beneficiari urmăresc creșterea gradului de conștientizare al acestora privind oportunitățile de finanțare, precum și asigurarea accesului acestora la informații utile în vederea depunerii de cereri de propuneri de proiecte.

Acestea presupun, de asemenea, asigurarea transparenței informațiilor privind condițiile de eligibilitate, procedurile pentru evaluarea cererilor de finanțare, criteriile de selecție, punctele de contact disponibile la nivel național, regional și local și beneficiarii finanțării din FSE. Măsurile de creștere a gradului de conștientizare vor stimula și interesul pentru a depune proiecte.

Principala prioritate a sa este să stârnească interesul, să informeze și să promoveze oportunitățile de finanțare către cel mai mare număr de potențiali beneficiari la care poate ajunge. Activitățile de comunicare vor fi adaptate fiecărei categorii de grup țintă, în special pe baza unor măsuri de comunicare implementate în parteneriat.

Campaniile de creștere a gradului de conștientizare vor fi implementate prin stabilirea unor parteneriate în activitățile de comunicare. Implicarea partenerilor economici și sociali, a organizațiilor non guvernamentale, a instituțiilor de învățământ, a asociațiilor sindicale și patronale și a organizațiilor care reprezintă sectorul de afaceri vor asigura un efect multiplicator al măsurilor de informare, diseminând mesajele și informațiile unui număr mai mare de potențiali beneficiari, la care se va ajunge și prin intermediul organizațiilor din care fac parte sau în apropierea cărora se află. Prin urmare, partenerii și canalele lor de comunicare vor avea un rol important în implicarea unei audiențe mai mari. Promovarea parteneriatelor în cadrul activităților de comunicare va aduce nu numai beneficiul maximizării efectului diseminării de informații, ci și pe acela al îmbogățirii eficacității acestora, datorită încrederii pe care potențialii beneficiari o acordă organizațiilor partenere de care sunt direct legați.

Măsurile privind asigurarea accesului general vor viza, în principal, furnizarea de informații către potențialii beneficiari pentru a-i ajuta să înțeleagă mai bine oportunitățile de finanțare ale POS DRU, să își definească mai bine ideile de proiect, să le elaboreze și să le depună spre finanțare. Informațiile generale vor fi furnizate împreună cu informații de tipul *cum să faci*, acestea din urmă fiind mijlocul cel mai eficient de stimulare a potențialilor beneficiari pentru a depune proiecte.

Ansamblul comunicațional pentru potențialii beneficiari se va concentra pe măsuri strategice cum sunt pagina de internet, birourile de informare, evenimente de tip “față în față” și activități de comunicare implementate în parteneriat. Pachetul complet de măsuri destinate potențialilor beneficiari este prezentat în următoarea secțiune. Măsurile enumerate mai jos sunt măsuri strategice.

Paginile de internet ale AMPOSDRU și ale OI. Toți potențialii beneficiari vor găsi informații generale, care îi vor ajuta să aplice pentru finanțare din FSE, pe pagina oficială de internet a AMPOSDRU și informații mai specifice pe paginile de internet ale OI. De asemenea, paginile de internet vor redirecționa potențialii beneficiari către toate canalele de comunicare relevante.

Sprijinul ofițerilor help desk din cadrul AMPOSDRU și OI. Potențialii beneficiari care au devenit interesați de accesarea POS DRU și de scrierea de propuneri de proiecte vor fi direcționați prin intermediul paginii de internet POS DRU și a centrului telefonic către ofițerii help desk care vor asigura contactul de zi cu zi cu potențialii beneficiari prin poșta electronică, telefon și activitățile de birou de informații, precum și prin sesiuni de formare. Help desk-ul, precum și pagina de Internet vor fi conectate la centrul de informare, centrul telefonic și pagina de internet de la nivelul Instrumentelor Structurale, pentru a se asigura rapiditatea și corectitudinea informațiilor.

Evenimente “față în față”, cum ar fi caravanele, conferințele și atelierile de lucru. Acestea vor fi implementate la nivel național, regional și local, în funcție de nevoile de informare ale potențialilor beneficiari, în vederea creșterii nivelului de interes al acestora și a motivării lor pentru a aplica cu succes pentru finanțare din FSE. Atelierile de lucru și conferințele vor fi personalizate și vor fi implementate mai ales de către OI și partenerii de comunicare. Caravanele vor avea în vedere creșterea gradului de conștientizare, furnizarea de informații generale necesară pentru aplicarea pentru finanțare și redirecționarea potențialilor beneficiari interesați către acele canale de informare aflate teritorial în imediata apropiere a acestora, de asemenea, pe baza măsurilor implementate în parteneriat.

Activități de comunicare implementate în parteneriat. Rețelele de comunicare instituționale existente în cadrul AM și a organizațiilor potențialilor beneficiari vor fi utilizate pentru a comunica informații relevante privind POS DRU potențialilor beneficiari prin intermediul canalelor de comunicare ale partenerilor din rețea. De asemenea, rețelele vor furniza informații utile privind nevoile de informare ale potențialilor beneficiari și vor fi utilizate pentru a disemina bunele practici și lecțiile învățate.

6.2. Strategia pentru beneficiari

Experiența beneficiarilor privind POS DRU poate constitui baza pentru crearea unei culturi a bunelor practici și a lecțiilor învățate.

Măsurile strategice pentru beneficiari urmăresc sprijinirea implementării proiectelor și creșterea nivelului de conștientizare privind responsabilitățile pe care le au privind asigurarea publicității proiectelor finanțate din FSE, ca urmare a prevederilor Reg. CE nr. 1828/2006.

Ansamblul comunicațional se bazează pe măsuri strategice cum sunt pagina de internet, manualele, ghidurile și comunitățile de practică.

Beneficiarii sunt abordați ca *actori* pentru construirea unei culturi a bunelor practici în domeniul POS DRU și pentru crearea comunităților de practică, măsuri utile pentru implementarea de mai bună calitate a proiectelor, pentru diseminarea rezultatelor și pentru relaționare.

Pachetul complet de măsuri destinate beneficiarilor este listat în tabelul de la sfârșitul capitolului, iar măsurile enumerate mai jos sunt măsuri strategice.

Paginile de internet ale AMPOSDRU și ale OI. Toți beneficiarii vor găsi informații generale pentru a-și implementa proiectele pe pagina oficială de internet a AMPOSDRU și informații mai specifice pe paginile de internet ale OI. De asemenea, paginile de internet vor redirecționa beneficiarii către toate celelalte canale de comunicare relevante.

Manualele și ghidurile beneficiarilor. Acestea includ, totodată, manualele de implementare, setul de instrumente pentru implementarea activităților de informare și publicitate, manualul de identitate vizuală și colecții de bune practici. Aceste materiale sprijină implementarea completă, eficientă și eficace a proiectelor și asigură o înțelegere unitară a instrumentelor de comunicare și a mesajelor care trebuie să fie implementate în cadrul activităților de comunicare la nivel de proiect.

Rețeaua beneficiarilor. AM va promova și va sprijini crearea rețelelor de beneficiari ca viitoare comunități de practică și de lecții învățate. Rolul acestora va fi, în principal, de a crea un mediu de colaborare pentru învățarea informală în domeniul implementării proiectelor POS DRU, prin schimbul de experiență privind managementul fondurilor POS DRU, furnizând în același timp, către AMPOSDRU, informații despre succesele, provocările, inovațiile și dificultățile înregistrate la nivel de proiect. Rețelele vor facilita diseminarea informațiilor către cei care au primit deja finanțare pentru un proiect de grant și vor asigura multiplicarea informației conform principiului „*word of mouth*”⁹. Fluxurile comunicaționale vor fi animate de forum-uri web, ateliere de lucru și conferințe. Aceste rețele vor fi utilizate și pentru a disemina bune practici.

6.3. Strategia pentru publicul general

Cetățenii europeni de gen masculin și feminin au un efect puternic asupra promovării și vizibilității POS DRU și FSE. Publicul general poate influența cererea de proiecte finanțate din FSE și poate stimula potențialii beneficiari să depună proiecte inovatoare și de calitate în cadrul POS DRU, contribuind astfel la creșterea gradului de conștientizare și a vizibilității FSE. Aceștia sunt participanții la POS DRU, singurul program european care investește în oameni. Prin urmare, atitudinile și comportamentele publicului privind proiectele finanțate din FSE vor contribui la realizarea obiectivelor politicii de coeziune.

Măsurile strategice pentru publicul general vor conduce la creșterea gradului de conștientizare privind oportunitățile de finanțare prin POS DRU și rolul UE, contribuind totodată la vizibilitatea programului în media.

Astfel, aceste măsuri vor avea și un efect secundar pozitiv stimulând cererea cetățenilor (abordați din punctul de vedere al participanților în Planul de comunicare din motive ce țin de comunicare) pentru operațiunile FSE, conducând astfel la creșterea cererilor de propuneri de proiecte și la diseminarea pe scară largă a sprijinului financiar al UE. Mesaje clare privind oportunitățile de schimbare pe care POS DRU le poate furniza prin proiectele finanțate din FSE, transmise direct participanților, pot avea un puternic feedback asupra potențialilor beneficiari, stimulând atât depunerea de proiecte cât și creșterea nivelului de așteptări privind calitatea lor.

Setul complet de măsuri destinate publicului general este prezentat în tabelul de la sfârșitul acestui capitol, în timp ce măsurile enumerate mai jos sunt măsuri strategice.

Publicul general va fi abordat în special prin intermediul campaniilor publicitare și a emisiunilor radio și TV. Mesajele publicitare și canalele de comunicare vor fi personalizate în urma identificării nevoilor de comunicare prin studii, sondaje și rezultatele monitorizărilor.

⁹ Diseminarea informațiilor *prin viu grai*.

Unele dintre evenimentele “față în față”, mai ales expozițiile, vor reprezenta o oportunitate de a întâlni participanții și publicul general în contextul lor de viață și de a le înțelege direct nevoile lor de informare.

Reprezentanții media și formatorii de opinie vor fi abordați în principal prin intermediul relațiilor media, transmiterea de e-mail-uri, conferințe de presă și evenimente “față în față”.

Media va fi considerată un partener pe termen lung și nu un canal pentru explicarea și diseminarea de mesaje. Reprezentanții media vor fi abordați în scopul creșterii nivelului de informare a publicului privind implementarea POSDRU, furnizându-le ocazii și instrumente pentru a-și îmbunătăți informațiile privind POS DRU și FSE. AMPOSDRU și OI vor asigura informații clare și netrunchiate, precum și exemple din viața reală privind modul în care viața oamenilor poate fi influențată pozitiv de POS DRU. Formatorii de opinie vor fi abordați în principal prin activități de relații publice, cum sunt evenimentele “față în față” și transmiterea de mesaje electronice.

Reprezentanții sistemului instituțional vor fi abordați prin intermediul activităților de comunicare implementate în parteneriat, transmiterea de mesaje electronice, evenimente “față în față” și prin participarea la rețeaua de comunicare pentru instrumentele structurale, coordonată de Ministerul Economiei și Finanțelor – ACIS (Autoritatea pentru Coordonarea Instrumentelor Structurale). Aceste activități presupun de asemenea colaborarea cu Reprezentanța Comisiei Europene în România.

6.4. Abordarea strategică a măsurilor de informare și publicitate

Abordarea generală a strategiei de comunicare va fi următoarea:

- utilizarea combinației adecvate de măsuri pentru fiecare grup țintă. Activitățile de comunicare vor aborda caracteristicile grupurilor țintă și nevoile lor de informare, adoptând diferite strategii și tipuri de măsuri pentru fiecare caz în parte. Conținutul, stilurile de comunicare și mesajele vor fi diferențiate pentru a maximiza eficacitatea comunicării. **Personalizarea** va fi un principiu de bază în ceea ce privește comunicarea POS DRU și FSE, furnizând informații adaptate și accesibile;
- adoptarea unei **abordări bazate pe ascultare** în vederea adaptării măsurilor pe parcursul implementării programului. Punctele de vedere, percepțiile și nevoile de informare ale grupurilor țintă vor fi analizate prin sondaje de opinie și prin instrumente de comunicare bidirecționale, în principal pagina de internet, evenimente “față în față” și help-desk-ul;
- diseminarea **bunelor practici și a lecțiilor învățate** pentru a încuraja și a sprijini depunerea de proiecte de calitate și pentru a crește gradul de conștientizare a publicului;
- **prioritizarea** grupurilor țintă, pe baza importanței lor în cadrul POS DRU și a rolului lor în cadrul fluxurilor informaționale, a verigilor de influențare și în demararea efectului bulgăreului de zăpadă în ceea ce privește depunerea de proiecte, participarea la program și recunoașterea valorii adăugate a UE;

- promovarea **activităților de comunicare desfășurate în parteneriat**, prin implicarea autorităților naționale, regionale și locale, a agențiilor de dezvoltare, a sindicatelor și patronatelor, a partenerilor economici și sociali, a organizațiilor non-guvernamentale, a organizațiilor reprezentând mediul de afaceri și a instituțiilor din domeniul educației, precum și a altor reprezentanți ai sistemului instituțional, relevanți pentru gestionarea FSE sau a altor instrumente structurale;
- asigurarea recunoașterii imediate a programului de către toate grupurile țintă prin intermediul unei **identități vizuale unice** a POS DRU.

7. Conținutul măsurilor de informare și publicitate

Planul de comunicare va utiliza o varietate largă de măsuri. AMPOSDRU va asigura implementarea Planului de comunicare în colaborare cu organizații non-guvernamentale, parteneri economici și sociali, sindicate și patronate, conform art. 5 Reg. CE nr. 1828/2006.

AMPOSDRU va implementa și gestiona măsurile prezentate mai jos, utilizând asistența tehnică externalizată.

Potrivit art. 9 din Reg. CE nr. 1828/2006, AMPOSDRU asigură respectarea conformității cu Manualul de Identitate Vizuală pentru POS DRU care conține caracteristicile tehnice ale măsurilor de informare și publicitate destinate operațiunilor. Potrivit Manualului de Identitate Vizuală, toate măsurile de informare și publicitate destinate beneficiarilor, potențialilor beneficiari și publicului general vor include următoarele:

- (a) emblema Uniunii Europene, conform standardelor grafice prevăzute de Anexa 1 a Reg. CE nr. 1828/2006, și referirea la Uniunea Europeană;
- (b) emblema Guvernului României, însoțită de referirea la Ministerul Muncii, Familiei și Egalității de Șanse și la AMPOSDRU;
- (c) emblema FSE în România și referirea la: „Fondul Social European/POS DRU/2007-2013”;
- (d) emblema Instrumentelor Structurale în România și referirea la: “Instrumente Structurale/2007-2013”.

De asemenea, beneficiarii POS DRU sunt obligați să implementeze prevederile Manualului de Identitate Vizuală, potrivit contractului semnat cu AMPOSDRU.

În tabelul alăturat sunt descrise măsurile și sunt relaționate cu grupurile țintă și cu obiectivele.

Tabelul 2 – Descrierea măsurilor de IP și a relației cu grupurile-țintă

| Tipul de măsură | Măsura | Raționament | Tipul de grup țintă | | | | | |
|-----------------|--|---|------------------------|-------------|--------------|---------------------|----------------------|------------|
| | | | Potențiali beneficiari | Beneficiari | Participanți | Reprezentanți media | Formatorii de opinie | Instituții |
| Help desk | Furnizează informații , orientare și instruire la nivel de bază pentru potențiali beneficiari și beneficiari. Canale de informare prin birou de informații, poșta electronică și telefon. Va fi implementată de ofițerii help-desk de la nivel național și local | Furnizează informații și sprijin personalizat Facilitează accesul la informații | X | X | | | | |
| Web-site | Pagina de internet furnizează toate informațiile disponibile privind POS DRU, reprezentând baza de date completă și punctul de acces universal la program Pagina de internet va cuprinde lista beneficiarilor finanțării prin POS DRU (conform art.7 Reg. CE nr. 1828/2006) împreună cu titlul proiectelor finanțate, valoarea sumei alocate inițial și valoarea sumei efectiv plătite la sfârșitul proiectului | Furnizează informații și instrumente oficiale și corecte într-o singură secțiune Sprijină rețelele Se orientează către “ascultarea” publicului Asigură redirecționarea către setul complet de măsuri de comunicare produse în cadrul POS DRU Furnizează informații specializate | X | X | X | X | X | X |

| Tipul de măsură | Măsura | Raționament | Tipul de grup țintă | | | | | |
|---------------------------|--|---|------------------------|-------------|--------------|---------------------|----------------------|------------|
| | | | Potențiali beneficiari | Beneficiari | Participanți | Reprezentanți media | Formatorii de opinie | Instituții |
| Evenimente "față în față" | <p>Participarea la evenimente și organizarea de expoziții pentru a informa despre POS DRU și pentru a disemina materiale informative</p> <p>Conferințe</p> <p>Seminarii de informare și de formare</p> <p>Eveniment de lansare 2007- eveniment național anual de amploare privind POS DRU 2007-2013 și care prezintă rezultatele POS DRU</p> <p>Arborarea steagului Uniunii Europene timp de o săptămână, începând cu data de 9 mai, în fața clădirilor AM și a OI</p> <p>Evenimente speciale pentru a consolida activitățile de comunicare în contextul cooperării transnaționale</p> <p>Caravane informative care traversează teritoriul național pentru a ajunge la cele mai puțin informate și mai izolate grupuri țintă</p> | <p>Furnizează informații și sprijin personalizat, accesibil și adaptat</p> <p>Ascultă publicul</p> <p>Apropie instituțiile și politicile de public</p> <p>Crește gradul de conștientizare a publicului privind rolul UE</p> | X | X | X | X | X | X |
| Rețele | <p>Rețele tematice între potențialii beneficiari și beneficiarii care își propun să devină comunități de practică (utilizând rețeaua de Pacte regionale și parteneriate locale pentru ocupare și incluziune socială)</p> | <p>Stimulează efectul bulgărelui de zăpadă</p> <p>Diseminează informații personalizate</p> <p>Permite schimbul de informații și de experiență</p> <p>Stimulează mediile de învățare informală</p> <p>Ascultă publicul</p> | X | X | | | | |

| Tipul de măsură | Măsura | Raționament | Tipul de grup țintă | | | | | |
|----------------------|--|---|------------------------|-------------|--------------|---------------------|----------------------|------------|
| | | | Potențiali beneficiari | Beneficiari | Participanți | Reprezentanți media | Formatorii de opinie | Instituții |
| Campanii publicitare | Campanii publicitare pentru a comunica informații și mesaje cheie privind POS DRU, la nivel național, regional și local, utilizând media, precum TV, radio, ziare și publicitatea în spațiul deschis | <p>Informează numeroase categorii de grupuri țintă</p> <p>Crește gradul de conștientizare</p> <p>Consolidează vizibilitatea UE</p> <p>Promovează percepții pozitive privind POS DRU</p> | X | | X | | | |
| Emisiuni radio și TV | Difuzarea de emisiuni precum magazine de știri și talk-show-uri care informează despre POS DRU, furnizând exemple reale din cadrul proiectelor | <p>Informează numeroase categorii de grupuri țintă</p> <p>Crește gradul de conștientizare</p> <p>Consolidează vizibilitatea UE</p> <p>Promovează percepții pozitive privind POS DRU</p> | X | | X | | | |
| Relațiile media | Activități de relații publice și relații cu mass-media pentru a sprijini vizibilitatea POSDRU | <p>Încurajează dezbaterile publice privind POS DRU</p> <p>Crește gradul de conștientizare</p> <p>Consolidează vizibilitatea UE</p> <p>Informează numeroase categorii de grupuri țintă</p> | | | | X | X | |
| Publicații | Colecții de bune practici și povești de succes privind proiectele finanțate prin POS DRU | <p>Sprijină depunerea de proiecte</p> <p>Furnizează exemple</p> | X | X | | X | X | |
| | Documente oficiale privind POS DRU | <p>Furnizează informații specializate</p> <p>Consolidează vizibilitatea UE</p> | X | X | | | | |

| Tipul de măsură | Măsura | Raționament | Tipul de grup țintă | | | | | |
|--------------------------------|---|--|------------------------|-------------|--------------|---------------------|----------------------|------------|
| | | | Potențiali beneficiari | Beneficiari | Participanți | Reprezentanți media | Formatorii de opinie | Instituții |
| | Ghiduri și manuale privind POS DRU | Informează numeroase categorii de grupuri țintă | X | X | | | | |
| | Pliante și broșuri | | X | X | X | | | |
| | Buletin(e) informative POS DRU | | X | X | | X | X | X |
| | Studii, cercetări și sondaje privind temele POS DRU | | | | | X | X | X |
| Mijloace multimedia "off line" | CD-uri și DVD-uri care conțin colecții de publicații | Sprijină depunerea de proiecte Furnizează exemple | | | | | | |
| | CD-uri și DVD-uri care conțin jocuri de "edutainment" privind POS DRU | Furnizează informații specializate Consolidează vizibilitatea UE Crește gradul de conștientizare | X | X | X | | | |
| Materiale promoționale | Materiale care se distribuie (<i>Give aways</i>) | Crește nivelul de conștientizare Consolidează vizibilitatea UE | | | | X | X | X |
| | Materiale de identitate corporatistă | Direcționează către pagina de Internet | X | X | X | X | X | X |

Tabelul 3 – Lista măsurilor de I&P în raport cu obiectivele

| Tipul de măsură | Acces general | Sprijin informativ | Gradul de conștientizarea al publicului și vizibilitatea | Transparența |
|--------------------------------|---------------|--------------------|--|--------------|
| | | | | |
| Help desk | X | X | | X |
| Web site | X | X | X | X |
| Evenimente “față în față” | X | X | X | X |
| Rețele | X | X | | X |
| Campanii publicitare | X | | X | X |
| Emisiuni radio și TV | X | | X | X |
| Relațiile media | | | X | X |
| Publicații | X | X | X | X |
| Mijloace multimedia “off line” | X | X | X | X |
| Materiale promoționale | | | X | |

8. Mesaje

Mesajul central al Planului de comunicare se va referi întotdeauna la relevanța **investiției în oameni**, ca la cea mai bună strategie pentru dezvoltarea resurselor umane în România.

Sloganul POS DRU este „Investește în oameni!”. Acesta este mesajul principal pentru perioada de programare 2007-2013.

Activitățile de comunicare se vor axa pe evidențierea investiției Comisiei Europene în resursele umane și pe promovarea unei **largi varietăți de oportunități și instrumente disponibile prin FSE, prin intermediul POS DRU** pentru îmbunătățirea educației, formării profesionale, ocupării forței de muncă și incluziunii sociale a românilor. Mesajele vor fi revizuite și adaptate urmând evoluția caracteristicilor grupurilor-țintă precum și percepția opiniei publice despre POSDRU.

Un set central de mesaje indicative vor fi utilizate pentru a însoți mesajul principal în momentul lansării inițiativelor de comunicare specifice :

- **INVESTEȘTE ÎN OAMENI!**
- **ÎȚI POATE SCHIMBA VIAȚA!**

Stilurile de comunicare vor fi diferențiate corespunzător diferitelor obiective, cum se poate observa și în tabelul următor. Stilul principal de comunicare al AMPOSDRU și al OI va fi unul **informațional**: obiectiv, de încredere, neutru și concentrat pe informații utile, știri și date.

Tabelul 4 – Stilurile de comunicare vs. obiective

| Obiective | Stiluri | Informativ | Educațional | Emoțional |
|---|---------|------------|-------------|-----------|
| Garantarea accesului general | | X | X | X |
| Furnizarea de sprijin informativ | | X | X | |
| Creșterea gradului de conștientizare și a vizibilității | | X | X | X |
| Implementarea transparentă | | X | | |

9. Planul de activitate

Planul de activitate pentru comunicare urmărește distribuirea activităților implementate în perioada de programare într-un mod coerent, sustenabil și adaptabil, în contextul obiectivelor și strategiei POS DRU.

Schemele de co-finanțare sunt noi, iar dimensiunea acestora este mult mai mare față de schemele implementate până în prezent în România, atât ca număr, cât și ca buget al operațiunilor finanțate. Prima etapă a operațiunilor finanțate prin POS DRU presupune stabilirea elementului de referință privind modul în care este perceput de publicul general și de potențialii beneficiari. Pe parcursul primilor ani ai perioadei de implementare, principalele obiective sunt reprezentate de facilitarea accesului potențialilor beneficiari și de promovarea unei percepții pozitive privind rolul și valoarea adăugată a FSE POS DRU și a UE.

Măsurile se vor axa asupra informării potențialilor beneficiari, ajutându-i să cunoască POS DRU, să își definească ideile de proiecte, să elaboreze proiecte și să le depună spre finanțare, și să stabilească parteneriate la toate nivelele. Informația generală va fi furnizată împreună cu informație de tipul „cum-să-faci”, aceasta fiind cel mai eficace mod de a crește gradul de interes al potențialilor beneficiari și de a-i face să acționeze în consecință. Utilizarea pe scară largă a bunelor practici, atât naționale cât și europene, va putea oferi exemple de proiecte care să poată fi finanțate din FSE prin POS DRU.

În fiecare an, AMPOSDRU va elabora un Plan Anual de Comunicare în care va detalia activitățile și rezultatele ce trebuiesc atinse pentru fiecare activitate. În acest mod, evenimentele “față în față”, campaniile de publicitate și alte măsuri de IP vor avea în vedere, în fiecare an, o temă specifică și grupuri țintă specifice, în conformitate cu obiectivele POS DRU și cu progresul înregistrat în implementarea sa.

Planul de activitate prezentat mai jos în diagrama Gantt indică **activitățile** implementate în perioada de programare și **momentul de început și de finalizare a fiecărui tip de activitate**.

Tabelul 5 – Planul de activități

| Activitatea | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Help desk | | | | | | | | | |
| Website | | | | | | | | | |
| Evenimente “față în față” | | | | | | | | | |
| Campanii publicitare | | | | | | | | | |
| Emisiuni TV și radio | | | | | | | | | |
| Relații media | | | | | | | | | |
| Publicații | | | | | | | | | |
| Mijloace multimedia “off line” | | | | | | | | | |
| Materiale promoționale | | | | | | | | | |
| Studii și cercetări | | | | | | | | | |
| Monitorizare și evaluare | | | | | | | | | |

10. Buget

Având în vedere Panul de activități propus, este evident faptul că fondurile vor fi utilizate exclusiv pentru promovarea FSE și a POS DRU.

Costurile prezentate în tabelul de mai jos se referă la cheltuielile eligibile în cadrul POS DRU 2007-2013, AP 7 – Asistența tehnică, DMI 2 – Sprijin pentru promovarea și comunicarea POS DRU.

Tabelul 6 – Bugetul indicativ al activităților (2007-2013)**Euro**

| Activitatea de comunicare | Total | Finanțarea comunitară (FSE) | Co-finanțarea națională | % |
|--|-------------------|-----------------------------|-------------------------|------------|
| Help desk | 4,879,406 | 3,659,554 | 1,219,851 | 7 |
| Website | 2,033,086 | 1,524,814 | 508,271 | 3 |
| Evenimente “față în față” | 12,943,980 | 9,707,985 | 3,235,995 | 20 |
| Evenimente publicitare | 23,583,796 | 17,687,847 | 5,895,949 | 36 |
| Emisiuni TV și radio | 8,132,343 | 6,099,257 | 2,033,086 | 12 |
| Relații media | 609,926 | 457,444 | 152,481 | 1 |
| Publicații | 3,300,376 | 2,475,282 | 825,094 | 5 |
| Mijloace multimedia “off line” | 813,234 | 609,926 | 203,309 | 1 |
| Materiale promoționale | 812,178 | 609,134 | 203,045 | 1 |
| Studii și cercetări | 3,253,723 | 2,440,293 | 813,431 | 5 |
| Monitorizarea și evaluarea măsurilor de IP | 5,082,172 | 3,811,629 | 1,270,543 | 8 |
| Total | 65,444,221 | 49,083,166 | 16,361,055 | 100 |

11. Monitorizare și evaluare

Procesul de informare și publicitate va fi monitorizat și evaluat având în vedere prevederile regulamentelor europene. Potrivit articolului 4, Reg. CE nr. 1828/2006, AMPOSDRU are obligația de a:

- informa Comitetul de Monitorizare cu privire la Planul de comunicare și progresul înregistrat în implementarea sa, la măsurile de informare și publicitate desfășurate, privind mijloacele de comunicare utilizate, furnizând exemple privind astfel de mijloace;
- include în rapoartele anuale de implementare și în raportul final de implementare exemple privind măsurile de IP, demersurile efectuate pentru publicarea listei beneficiarilor finanțării (potrivit art. 7 (2) d din Regulamentul 1828/2006) și conținutul revizuirilor importante ale Planului de comunicare;
- include în raportul anual din anul 2010 și în raportul final un capitol privind evaluarea rezultatelor măsurilor de informare și publicitate din punct de vedere al vizibilității și al gradului de conștientizare privind POS DRU și rolul jucat de Comunitatea Europeană;

Evaluarea și monitorizarea sunt responsabilitatea AMPOSDRU. OI vor colabora cu AMPOSDRU în procesul de monitorizare și evaluare. Monitorizarea se va desfășura prin colectare sistematică a informațiilor. Toate activitățile vor conține instrumente de colectare a informațiilor care vor fi agregate într-o bază centrală cu date de monitorizare. AMPOSDRU va transmite rapoarte periodice Comitetului de Monitorizare.

Activitățile implementate în cadrul Planului de comunicare vor fi evaluate pe parcursul și după implementarea lor. Evaluarea va viza eficiența, eficacitatea și relevanța lor, în termeni de vizibilitate și grad de conștientizare privind POS DRU și rolul Comunității Europene.

O primă sarcină a etapei de evaluare este descrierea valorii inițiale și stabilirea grupurilor-țintă pentru fiecare tip de indicator. Evaluarea se va realiza periodic, fiind un proces continuu. Tabelul de mai jos prezintă pe scurt modelul de monitorizare și evaluare pentru activitățile de informare și publicitate.

Tabelul 7 – Modelul de monitorizare și evaluare

| | Monitorizare | Evaluare |
|-------|--|---|
| Cine | Management-ul intern al AM și OI | Evaluatori externi și independenți |
| Când | Pe parcursul implementării | Evaluarea pe parcurs și ex-post |
| De ce | Verifică și comunică progresul Actualizează planurile Adoptă soluții la probleme critice | Verifică dacă scopurile sunt îndeplinite și dacă strategia este adecvată acestora Furnizează informații pentru revizuirea Planului de comunicare |
| Ce | Baza de date Raportări de date | Sondaje Cercetări Studii |

Următorul tabel indică tipul de indicatori care vor fi utilizați în monitorizare și evaluare:

- Eficiență: indicatori de realizare imediată (indicatori de output), care măsoară activitățile implementate în unități fizice;
- Eficacitate: indicatori de rezultat, care măsoară efectele directe și imediate ale unei activități asupra grupurilor țintă atinse.
- Relevanță: indicatorii de impact, care măsoară consecințele activităților de informare și publicitate asupra grupurilor țintă atinse, privind gradul de conștientizare a transparenței („să știi mai mult” despre mijloacele de acces la POS DRU) și privind gradul de informare („să știi mai mult” despre modul în care acționează Uniunea Europeană prin POS DRU, dincolo de realizarea efectelor imediate).

Indicatorii de realizare imediată (output) și de rezultat vor fi măsurați de către sistemul de monitorizare, în timp ce indicatorii de impact de evaluările pe parcurs și ex-post, implementate în concordanță cu Planul Multianual de Evaluare al AMPOSDRU. De asemenea, evaluarea măsurilor de IP va fi externalizată unor institute de cercetare specializate, care vor desfășura sondaje de opinie publică prin utilizarea tehnicilor relevante, atât cantitative cât și calitative. O evaluare intermediară se va desfășura în 2009 și una ex-post după 2013.

Tabelul 8 – Indicatori de realizare imediată și de rezultat

| Tipul de activitate | Indicatori de realizare imediată-output (indicativ) | | | Indicatori de rezultat (indicativ) | | |
|---------------------------|---|------------------|--------------------------|---|------------------|--------------------------|
| | Tip | Valoare inițială | Anul de referință (2015) | Tip | Valoare inițială | Anul de referință (2015) |
| Help desk | Nr. telefoanelor și e-mail-urilor primite | - | 50.000 | Nr. de utilizatori help-desk | - | 45.000 |
| Website | Nr. de pagini publicate pe internet | - | 600 | Nr. de vizionări a paginilor de internet | - | 360.000 |
| | | | | Nr. de utilizatori | - | 250.000 |
| | | | | Nr. de utilizatori înregistrați | - | 30.000 |
| | | | | Nr. descărcărilor de documente | - | 50.000 |
| | | | | Nr. de link-uri care direcționează către paginile de internet | - | 50.000 |
| Evenimente “față în față” | Nr. de evenimente | - | 340 | Nr. de participanți | - | 20.000 |
| | | | | Nr. de rapoarte/articole media publicate | - | 400 |
| Rețele | Nr. de forumuri | - | 15 | Nr. de participanți la reuniuni | 60 | 300 |
| | Nr. de membri | - | 200 | | | |

| Tipul de activitate | Indicatori de realizare imediată-output (indicativ) | | | Indicatori de rezultat (indicativ) | | |
|-----------------------------------|---|------------------|--------------------------|--|------------------|--------------------------|
| | Tip | Valoare inițială | Anul de referință (2015) | Tip | Valoare inițială | Anul de referință (2015) |
| | Nr. de reuniuni (virtuale sau “față în față”) | - | 180 | | | |
| Campanii publicitare | Nr. de campanii | - | 15 | Nr. de persoane informate | - | 1.000.000 |
| | | | | Nr. de rapoarte/articole media publicate | - | 200 |
| Emisiuni radio și TV | Nr. de emisiuni | - | 240 | Nr. de persoane la care a ajuns informația | - | 1.000.000 |
| | Nr. de minute alocate difuzării | - | 2.400 | | | |
| | Nr. de zile de difuzare | - | 72 | Nr. de rapoarte/articole media publicate | - | 100 |
| Relații media | Nr. de comunicate de presă | - | 550 | Nr. de rapoarte/articole media publicate | - | 100 |
| | Nr. de conferințe de presă organizate | - | 120 | | | |
| Publicații | Nr. de publicații produse | - | 200 | Nr. de copii distribuite | - | 875.000 |
| | Nr. de copii tipărite | - | 875.000 | | | |
| Multimedia de tip <i>off line</i> | Nr. de publicații produse | - | 200 | Nr. de copii distribuite | - | 200.000 |
| | Nr. de copii tipărite | - | 200.000 | | | |
| Materiale promoționale | Nr. de tipuri de materiale produse | - | 200 | Nr. de copii distribuite | - | 200.000 |
| | Nr. de obiecte produse | - | 200.000 | | | |

Indicatorii de impact sunt prezentați mai jos:

Tabel 9 – Indicatorii de impact

| Indicatorii de impact | | |
|--|------------------|--------------------------|
| Tip | Valoare inițială | Anul de referință (2015) |
| % persoane conștiente de oportunitățile de finanțare oferite de FSE și POS DRU | - | 7 |
| % aplicații de finanțare aprobate | - | 50 |
| % persoane aparținând grupurilor țintă mulțumite de informațiile primite privind POS DRU | - | 50 |
| % evaluatori mulțumiți de calitatea propunerilor de proiecte primite | - | 50 |

12. Organisme responsabile

Instituțiile responsabile cu activitățile de informare și publicitate descrise în Planul de comunicare sunt:

- Direcția Coordonare FSE din cadrul MMFES;
- Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane din cadrul MMFES;
- Organismele Intermediare:
 - Direcția OI POSDRU din cadrul Ministerului Educației, Cercetării și Tineretului (MECT);
 - Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic din cadrul Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului;
 - Direcția OI POSDRU din cadrul Agenției Naționale de Ocupare a Forței de Muncă (ANOFM);
 - OI POS DRU Regiunea Nord-Est din cadrul MMFES;
 - OI POS DRU Regiunea Sud-Est din cadrul MMFES;
 - OI POS DRU Regiunea Sud Muntenia din cadrul MMFES;
 - OI POS DRU Regiunea Sud Vest Oltenia din cadrul MMFES;
 - OI POS DRU Regiunea Vest din cadrul MMFES;
 - OI POS DRU Regiunea Nord-Vest din cadrul MMFES;
 - OI POS DRU Regiunea Centru din cadrul MMFES;
 - OI POS DRU Regiunea București Ilfov din cadrul MMFES;
 - Două OI care urmează a fi identificate.

AMPOSDRU va colabora cu Autoritatea pentru Coordonarea Instrumentelelor Structurale, pentru a coordona acest Plan de comunicare cu Strategia Națională pentru Comunicarea Instrumentelor Structurale în România. În acest sens, AMPOSDRU a desemnat reprezentanți care să participe la Grupul de lucru pentru comunicarea Instrumentelor Structurale, organizat la

nivel național, alcătuit din reprezentanți ai tuturor Autorităților de Management și ai Autorității pentru Coordonarea Instrumentele Structurale.

Pentru a se asigura o comunicare eficientă și unitară în privința intervențiilor FSE în România, Direcția Coordonare FSE (Șef de misiune) din cadrul MMFES asigură în plan orizontal coordonarea măsurilor de informare și publicitate pentru cele două programe operaționale finanțate din FSE în România – POS DRU și Programul Operațional Dezvoltarea Capacității Administrative (PO DCA) gestionat de Ministerul Internelor și Reformei Administrative (MIRA). Principalele responsabilități ale Direcției Coordonare FSE privind coordonarea măsurilor de IP implementate de cele două Autorități de Management sunt: asigurarea fluxului informațional privind aspectele de informare și publicitate între Comisia Europeană și cele două AM-uri și participarea la monitorizarea, raportarea și evaluarea Planurilor de Comunicare anuale și multianuale ale celor două AM-uri. În acest sens a fost desemnat un ofițer IP din cadrul Direcției Coordonare FSE .

Activitățile de IP ale AMPOSDRU vor fi desfășurate de AM și OI. Coerența, eficacitatea și acuratețea conținutului măsurilor Planului de comunicare (ex. concepte, mesaje, texte) vor fi asigurate de ofițerii de informare și publicitate, coordonați de Unitatea de Informare și Publicitate din cadrul AM, care va fi responsabilă de colectarea și distribuirea informațiilor prin intermediul sistemului de comunicare POS DRU.

Ofițerii responsabili pentru activitățile de informare și publicitate din cadrul Direcției Coordonare FSE, AM și OI sunt prezentați în Anexa nr. 1. Lista este disponibilă pe pagina de internet a AMPOSDRU.

AMPOSDRU va gestiona activitățile de la nivel național, în timp ce OI-urile vor gestiona măsurile care vor trebui implementate la nivel național, regional sau local sau măsurile cu o abordare tematică, adaptate domeniilor majore de intervenție pentru care sunt responsabile. AMPOSDRU va gestiona măsurile care au ca scop informarea generală privind POS DRU, sprijinul informativ acordat beneficiarilor, creșterea gradului de vizibilitate și conștientizare pentru publicul general. OI vor adapta instrumentele și activitățile de comunicare la nevoile specifice ale potențialilor beneficiari și ale beneficiarilor, în timp ce vor disemina informații grupurilor țintă. De asemenea, OI vor colecta și transmite către AMPOSDRU (pentru domenii specifice) concluziile lor privind nevoile de informare ale grupurilor țintă.

Distribuția rolurilor și a responsabilităților în cadrul activităților va fi organizată după cum urmează:

| Tipul activității | Cine/Ce |
|-------------------|---|
| Help desk | AM: responsabilă pentru planificare, organizare, conținut, distribuire și monitorizare pentru proiectele strategice și asistența acordată OI pentru proiectele de grant OI: responsabil pentru planificare, organizare, conținut, distribuire și monitorizare pentru proiectele de grant |
| Sprijin help desk | AM: responsabilă pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare a asistenței help-desk oferite tuturor birourilor help-desk din cadrul AM și OI, asigurând coordonare generală, standardizare și sprijin specializat. OI: responsabil pentru implementare și raportare |

| | |
|--|--|
| Web site | AM: responsabilă pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare OI: responsabil pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare |
| Evenimente naționale “față în față” | AM: responsabilă pentru planificare, organizare, conținut, implementare, monitorizare OI: colaborare la organizare, implementare |
| Evenimente “față în față” regionale sau tematice | AM: doar supervizarea conținutului OI: responsabile pentru planificare, organizare, conținut, implementare, monitorizare |
| Rețele naționale | AM: responsabilă pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare OI: colaborare la organizare, conținut și implementare |
| Rețele tematice sau regionale/locale | AM: supervizare a conținutului OI: responsabile pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare |
| Campanii publicitare naționale | AM: responsabilă pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare OI: colaborare la planificare |
| Campanii publicitare tematice sau regionale | AM: coordonarea planificării și a elaborării conținutului OI: responsabil pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare |
| Emisiuni TV și radio | AM: responsabil pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare OI: colaborare la planificare |
| Relații cu media | AM: responsabilă pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare; coordonarea relațiilor cu media locală OI: responsabil pentru relațiile cu media locală; |
| Publicații naționale | AM: responsabilă pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare OI: colaborare la planificare |
| Publicații tematice sau regionale | AM: doar supervizarea conținutului OI: responsabil pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare |
| Multimedia <i>off-line</i> | AM: responsabil pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare OI: colaborare de planificare |
| Materiale promoționale naționale | AM: responsabilă pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare |
| Materiale promoționale tematice sau regionale | AM: doar supervizarea conținutului OI: responsabil pentru planificare, organizare, conținut, implementare și monitorizare |

AM este responsabilă pentru stabilirea și promovarea regulilor de identitate vizuală care vor fi implementate prin intermediul tuturor ofițerilor de informare și publicitate din AMPOSDRU, precum și de către beneficiarii POS DRU.

AMPOSDRU va informa beneficiarii că aprobarea finanțării presupune, de asemenea, acceptarea includerii lor pe lista beneficiarilor publicată în concordanță cu art. 7 (2), punctul d), Regulamentul Comisiei (CE) nr. 1828/2006 din 8 decembrie 2006.

Beneficiarii proiectelor finanțate prin POS DRU au următoarele responsabilități:

- informarea publicului despre asistența obținută din POS DRU, conform art. 8 Reg. Comisiei (CE) nr. 1828/2006 din 8 decembrie 2006;
- respectarea conformității cu caracteristicile tehnice ale măsurilor de informare și publicitate stipulate în art. 9 al Reg. Comisiei (CE) nr. 1828/2006 din 8 decembrie 2006;
- respectarea conformității cu regulile de identitate vizuală stabilite prin Manualul de Identitate Vizuală pentru Instrumentele Structurale în România.

Anexa 1 – Datele de contact ale AM și OI

Direcția Coordonare FSE (Șef de misiune)

Adresa: Calea Plevnei, nr. 46-48, sector 1, București
Număr de telefon: (+40 21) 315 02 09, (+40 21) 315 02 08
Fax: (+40 21) 315 02 06
E-mail: adela.dorobantu@fseromania.ro
Website: www.fseromania.ro
Persoană de contact: Adela Dorobanțu

Datele de contact ale AMPOSDRU

Adresă: Calea Plevnei, nr. 46-48, sector 1, București
Număr de telefon: (+40 21) 315 02 09, (+40 21) 315 02 08
Fax: (+40 21) 315 02 06
E-mail: posdru@fseromania.ro
Website: www.fseromania.ro
Persoană de contact: Mihaela Hancia

Organismul Intermediar Regional POS DRU Nord-Est

Adresă: Str. General N. Dăscălescu nr. 15, Bl.T1, Piatra Neamț, Jud. Neamț
Număr de telefon: (+40 233) 231 950, Fax: (+40 233) 231 950
E-mail: office@fsenordest.ro
Website: www.fsenordest.ro
Persoană de contact: Ioana Simona Andoreanu

Organismul Intermediar Regional POS DRU Sud-Est

Adresă: Calea Călărașilor nr. 13, Brăila, Jud. Brăila
Număr de telefon: (+40 239) 613 301
Fax: (+40 239) 613 301
E-mail: oir_se@oiposdru.ro
Website: www.fsesudest.ro
Persoană de contact: Gabriel Nicolae Ciubuc

Organismul Intermediar Regional POS DRU Sud-Muntenia

Adresă: Str. Portului nr. 2A, Călărași, Jud. Călărași
Număr de telefon: (+40 242) 314 048
Fax: (+40 242) 314 431
E-mail: oirposdrusm@fsesudmuntenia.ro
Website: www.fsesudmuntenia.ro
Persoană de contact: Rodica Patra

Organismul Intermediar Regional POS DRU Sud-Vest Oltenia

Adresă: Str. Traian Demetrescu nr. 14, Craiova, Jud. Dolj

Număr de telefon: (+40 351) 442 203

Fax: (+40 351) 442 202

E-mail: ptreb.oirsv@yahoo.com

Website: www.oirsvfse.ro

Persoană de contact: Bogdan Sorin Petre

Organismul Intermediar Regional POS DRU Vest

Adresă: Bulevardul Mihai Viteazu nr. 30 B, Timișoara, Jud. Timiș

Număr de telefon: (+40 256) 293 686

Fax: (+40 356) 080 248

E-mail: fsevest@oirposdru-vest.ro

Website: www.oirposdru-vest.ro

Persoană de contact: Ioan Nicolae Bitea

Organismul Intermediar Regional POS DRU Nord-Vest

Adresă: Str. Somesului nr. 42, Cluj Napoca, Jud. Cluj

Număr de telefon: (+40 364) 409 339

Fax: (+40 364) 402 788

E-mail office@runv.ro

Website: www.runv.ro

Persoană de contact: Andrei Kelemen

Organismul Intermediar Regional POS DRU Centru

Adresă: Str. Nicolae Titulescu nr. 10D, Alba Iulia, Jud. Alba Iulia

Număr de telefon: (+40 0358) 401 655

Fax: (+40 0358) 401 656

E-mail: oicentru@oicentru.alba.rdsnet.ro

Website: www.oirposdrucentru.ro

Persoană de contact: Alexandra Maria Manea

Organismul Intermediar Regional POS DRU București-Ilfov

Adresă: Str. Spătaru Preda nr. 12, Sector 5, București

Număr de telefon: (+40 21) 319 12 80

Fax: (+40 021) 319 12 81

E-mail: office@oiposdrubi.ro

Website: www.oiposdrubi.ro

Persoană de contact: Roxana Aszalos

Organismul Intermediar POS DRU Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului

Adresă: Str. Spiru Haret nr. 12, Sector 1, București

Număr de telefon: (+40 21) 311 75 25

Fax: (+40 021) 311 75 26

E-mail: oiposdru@gmail.com

Website: www.posdru.edu.ro

Persoană de contact: Florin Bratiloveanu și Cristian Alexandrescu

Organismul Intermediar POS DRU Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic

Adresă: Str. Spiru Haret nr. 10-12, Sector 1, București

Număr de telefon: (+40 21) 311 11 61; (+40 21) 311 11 62

Fax: (+40 021) 312 54 98

E-mail: vet@tvet.ro

Website: www.tvet.ro

Persoană de contact: Alexandru Giurgea

Organismul Intermediar POS DRU Agenția Națională de Ocupare a Forței de Muncă

Adresă: Str. Avalanșei nr. 20-22, Sector 4, București

Număr de telefon: (+40 21) 311 07 73

Fax: (+40 021) 311 07 73

E-mail: oi_anofm@amposdru.mmssf.ro

Website: www.fse.anofm.ro

Persoană de contact: Gabriela Șuvar

Lista va fi completată cu datele de contact ale celor două Organisme Intermediare care urmează a fi desemnate prin licitație publică.