

3. Repere metodologice

8. În această secțiune sunt prezentate întrebările de evaluare și instrumentele de colectare a datelor ce au fost utilizate pentru evaluarea implementării Planului de Comunicare. De asemenea, sunt prezentate grupurile țintă vizate de evaluare și corelațiile ce au dus dus, în final, la concluzii și recomandări. Metodologia este prezentată în detaliu în Anexa 1.
9. Întrebările de evaluare stabilite în Caietul de Sarcini au primit câte un „cod”, care sintetizează întrebarea respectivă (ref. *Tabelul 3*). Aceste „coduri”, au fost utilizate, la final, drept criterii pentru structurarea concluziilor și a recomandărilor.
10. Pentru a răspunde întrebărilor de evaluare din Termenii de Referință și pentru a putea construi un set complet de recomandări fezabile și ușor de implementate, au fost folosite următoarele instrumente:
 - analiza documentară (AD);
 - analiza media retroactivă (AMR);
 - interviuri la nivel AM/OI (I);
 - cercetare cantitativă (CC);
 - cercetare calitativă (CQ);
 - studii de caz (SC);
 - vizită de studiu (VS);
 - analiză website (Web).
11. Interpretarea rezultatelor obținute în urma aplicării acestor instrumente stau la baza constatărilor, concluziilor și recomandărilor formulate în Capitolul 5.
12. În tabelul de mai jos se poate vedea cum aplicarea diverselor instrumente răspunde la întrebările de evaluare:

Tabelul 4 Corelația între întrebări de evaluare și instrumente:

	AD	AMR	I	CC	CQ	SC	VS	Web
Î1 Îndeplinire PL_COM	✓		✓					✓
Î2 Nivel informare		✓		✓	✓			✓
Î3 Relevanță instrumente		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Î4 Timing	✓		✓	✓	✓			
Î5 MIV	✓			✓	✓	✓		✓
Î6 Preferințe target		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Î7 Satisfacție target	✓	✓		✓	✓			✓
Î8 Structură target			✓	✓	✓	✓	✓	✓
Î9 Eficiența PL_COM	✓		✓		✓			✓
Î10 Optimizări			✓	✓	✓	✓	✓	✓

3.1 Instrumente de evaluare

13. Mai jos sunt prezentate pe scurt instrumentele de evaluare folosite în acest proiect.

3.1.1 Analiza documentară (AD)

14. Obiectivul analizei documentare este de a înțelege contextul implementării Planului de Comunicare pentru POS CCE și derularea activităților de comunicare și informare aferente. Aplicarea acestui instrument a constatat în: identificarea, colectarea și clasificarea informațiilor și documentelor relevante pentru perioada evaluată (de la lansarea POS CCE până la 31 decembrie 2010). Documentele analizate sunt listate în Anexa 8.
- S-a stabilit cu beneficiarul care este pachetul de documente ce a fost analizat
 - Au fost elaborate formate de înregistrare unitară
 - Au fost efectuate înregistrări și comparate cu indicatorii din Planul de Comunicare.
15. În urma acestor activități s-a constatat că:
- unii indicatorii sunt interpretați diferit de către instituții (AM/OI) ceea ce duce la neconcordanțe și la imposibilitatea de a le agrega.
 - Nu există formate unitare de înregistrare între instituții, indicatorii sunt raportați în mai multe formulare (pentru ACIS și pentru raportarea trimestrială), făcând și mai dificilă compararea indicatorilor;
 - Lipsa anumitor înregistrări duce la sincope în analiza datelor agregate;
 - Chestionarele aplicate în cadrul diferitelor evenimente (chestionare de satisfacție post-eveniment și chestionare de sondare a cunoașterii aspectelor tehnice legate de POS CCE) nu au fost analizate;
 - Nu toate instituțiile respectă în totalitate și în permanență deciziile din cadrul Grupului de Lucru de Comunicare POS CCE;

3.1.2 Analiza media retroactivă (AMR)

16. Obiectivul aplicării acestui instrument este de a analiza modul în care se reflectă activitatea de comunicare și informare a AM POS CCE / OI în site-urile celor mai importante publicații din România.
17. Pentru analiza media retroactivă au fost selectate cele mai vizitate 32 de publicații, conform Studiului Național de Audiență, a siturilor publicațiilor generaliste și economico-financiare din România.
18. Monitorizarea retroactivă a acestor publicații a acoperit perioada cuprinsă între 1 ianuarie 2007 și 31 decembrie 2010.
19. Pentru identificarea articolelor relevante, au fost utilizate următoarele cuvinte-cheie:
- Programul Operațional Sectorial Creșterea Competitivității Economice;
 - Autoritatea de Management POS CCE;
 - POS CCE;
 - AM POS CCE;
 - Organism Intermediar pentru IMM / Cercetare / Promovarea Societății Informaționale;
 - Fonduri europene pentru IMM/ Cercetare/ Comunicații/ Energie.
20. În AMR au fost semnalate articolele în care jurnalistul manifestă scepticism față de

finanțările europene prin POS CCE și cele în care activitatea Autorității de Management sau a Organismelor Intermediare este criticată (Ref: Anexa 2 – Analiza media retroactivă).

21. În urma acestei activități s-a constatat că, analiza media fiind o activitate laborioasă, este preferabil să se facă în permanență și nu retroactiv pe perioade lungi de timp. În plus, analiza retroactivă prezintă riscul de a nu identifica toate articolele relevante, indiferent de complexitatea și precizia cuvintelor cheie folosite în căutare.

3.1.3 Interviu la nivel AM/OI (I)

22. Ca și analiza documentară, interviurile au ca scop colectarea de date primare pentru contextualizarea implementării și desfășurării până în prezent a Planului de Comunicare al POS CCE. Interviurile au rolul de a completa informațiile culese online și din analiza documentelor.
23. Pentru realizarea acestor interviuri au fost elaborate două ghiduri de interviu (Ref: Anexa 6), unul pentru personalul de conducere al AM și al Organismelor Intermediare și unul pentru personalul care coordonează activitățile de comunicare și informare, atât din AM cât și din OI.
24. Lista persoanelor intervievate se regăsește în Anexa 5.

3.1.4 Cercetare cantitativă (CC)

25. Obiectivul acestei activități este de a aprecia eficiența și eficacitatea execuției Planului de Comunicare al POSCCE.
26. Pentru a măsura impactul activităților de informare și comunicare desfășurate de structurile implicate în gestionarea POS CCE și pentru a stabili gradul de informare al grupurilor țintă referitor la acest program, a fost realizat un sondaj de opinie on-line.
27. Grupurile țintă ale cercetării cantitative sunt potențialii beneficiari ai POS CCE și beneficiarii POS CCE. Listele beneficiarilor și potențialilor beneficiari care au fost contactați pentru cercetarea cantitativă sunt prezentate în Anexa 10.
28. Chestionarul utilizat în cercetarea cantitativă a fost realizat pornind de la indicii de cercetare identificați în obiectivele cercetării, iar întrebările au fost adaptate fiecărui grup-țintă în parte (Ref: Anexa 6).
29. Raportul Cercetării Cantitative (Ref: Anexa 3) conține o analiză descriptivă, grafice și tabele și principalele concluzii.
30. Acest tip de instrument de evaluare este recomandabil a fi realizat întotdeauna de specialiști sociologi, din cauza gradului de specializare (în construirea eșantionului reprezentativ specific și elaborarea corectă a chestionarului). Aplicarea chestionarelor se poate face cu operatori sau on-line. În primul caz, este nevoie de mult personal, iar în al doilea caz, de cunoașterea și operarea de software specializat. Realizarea unor astfel de sondaje este justificată la intervale mari de timp (minim un an) datorită remanenței mari în schimbarea de percepție/atitudine a publicului.

3.1.5 Cercetare calitativă (CQ)

31. Obiectivul cercetării calitative este aprecierea nivelului de informare privind POS CCE, relația cu AM din punct de vedere al comunicării privind POS CCE și eventuale probleme identificate în activitatea de comunicare și informare.

32. Cercetarea calitativă s-a realizat prin interviuri în profunzime cu lideri de opinie, cu instituții media și cu parteneri de comunicare. Interviurile au fost realizate față-în-față sau telefonic, în funcție de disponibilitatea celor intervievați (Ref: Anexa 3)
33. Persoanele intervievate sunt persoane de decizie, selectate din instituțiile care au fost sau sunt parteneri de comunicare ai Autorității de Management și ai Organismelor Intermediare: mediul academic, jurnaliști, persoane de decizie din Camerele de Comerț. Raportul cercetării calitative și principalele concluzii sunt prezentate în Anexa 3.
34. Ghidurile de interviu utilizate în această cercetare pot fi utilizate de către personalul Beneficiarului, chiar și informal și fragmentat (doar câteva întrebări) în contactele periodice cu partenerii de comunicare sau în timpul evenimentelor la care participă reprezentanți ai AM/OI. Pentru succesul acestei acțiuni, trebuie notate răspunsurile obținute și circulate imediat după preluare între tot personalul Beneficiarului care este implicat în activitățile de comunicare.

3.1.6 Studii de caz (SC)

35. Obiectivul studierii activităților similare derulate de alte State Membre este acela de a identifica și transfera către personalul AM experiențe de bune practici, care să reprezinte atât o referință, cât și o suită de exemple (de metode, indicatori, activități, structuri instituționale, asumare de responsabilități, bune practici privind evaluări ale măsurilor de informare și publicitate etc.) de urmat/de aplicat.
36. Cele două studii de caz descriu experiența unui vechi stat membru (Spania) și a unui stat din valul de aderare din mai 2004 (Cehia).
37. Aceste studii de caz sunt prezentate pe larg în Capitol 5, împreună cu principalele concluzii.
38. Este bine ca personalul AM/OI implicat în activități de comunicare și evaluare să urmărească periodic site-urile oficiale ale Autorităților de Management similare din alte state membre, pentru a fi la curent cu apariția diferitelor rapoarte de evaluare și sau cu bune practici în activitatea de comunicare. De asemenea, se pot stabili contacte cu personalul omolog din aceste instituții pentru consultări, schimburi de experiență sau discuții pe teme punctuale.

3.1.7 Vizită de studiu (VS)

39. Obiectivul vizitei de studiu este de a transfera know-how către echipa Beneficiarului în ceea ce privește activitatea de comunicare cu privire la fondurile structurale, dar mai ales modalități de evaluare a activităților de comunicare.
40. Pentru vizita de studiu, a fost aleasă Italia, având în vedere atât similaritățile cu România și POS CCE, din punct de vedere al finanțărilor europene disponibile în actuala perspectivă de finanțare, cât și experiența Italiei ca vechi stat membru al Uniunii Europene. Principalele concluzii desprinse în urma vizitei de studiu sunt prezentate în Capitolul 5.
41. Contactele stabilite cu experții și funcționarii publici din instituțiile vizitate, pot fi utilizate în continuare pentru schimburi utile și operative pe teme punctuale sau mai largi.

3.1.8 Analiză website (Web)

42. Acest instrument a fost aplicat atât site-ului AM, cât și site-urilor celor patru Organismelor Intermediare.
43. Obiectivul analizei este aprecierea nivelului de informare a grupurilor țintă, precum și nivelul

de input al AM/OI în îndeplinirea Planului de Comunicare. Însă cel mai important efect al acestei activități este acela de a propune îmbunătățiri ale acestui instrument, care este deosebit de utilizat de grupurile țintă.

44. Instrumentele de analiză utilizate sunt la îndemâna personalului beneficiarului și reprezintă o modalitate ieftină și rapidă de identificare a neajunsurilor și rectificarea lor operativă. Aceste instrumente sunt detaliate în Anexa 4.