

SONDAJ DE OPINIE, POST CAMPANIE, LA NIVELUL PUBLICULUI GENERAL

- Evaluarea impactului campaniei de promovare a rezultatelor POR 2014 –
2020, după campania de promovare a rezultatelor POR 2014-2020 -

Raport de cercetare



Noiembrie – Decembrie 2023

Investim în viitorul tău!
Proiect cofinanțat din Fondul European de Dezvoltare Regională
prin Programul Operațional Regional 2014-2020

Titlul proiectului: „Evaluarea impactului campaniei de promovare a rezultatelor POR 2014-2020”

Editorul materialului: Go Beyond Data Research

Data publicării: decembrie 2023

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României.

CUPRINS

1. METODOLOGIA CERCETARII	4
1.1. Obiectivele cercetării.....	4
1.2. Eșantionarea respondenților	4
1.3. Culegerea datelor	5
1.4. Verificarea culegerii datelor	5
1.5. Structura eșantionului	6
1.6. Structura eșantionului la nivel regional	7
1.7. Structura eșantionului – agregare socio-demografică	8
2. CUNOAȘTEREA FONDURILOR EUROPENE.....	10
3. CUNOAȘTEREA REGIO.....	13
3.1. Nivelul general de cunoaștere a Programului Operațional Regional	14
3.2. Construcția notorietății Programului Operațional Regional. Campanii de comunicare și proiecte.....	16
3.3. Nivel de informare privind obiectivele REGIO.....	20
4. ATITUDINE GENERALĂ PRIVIND REGIO.....	24
4.1. Opinia privind POR	24
4.2. Percepția nivelului individual de informare	26
4.3. Percepția clarității informației.....	28
4.4. Percepția contribuției POR la creșterea calității vieții	31
4.5. Percepția alocării banilor pe zone	33
5. INTERESUL PRIVIND REGIO	35
6. MEDII DE COMUNICARE A REGIO LA NIVEL NAȚIONAL.....	37
6.1. Surse de informare privind POR	37
6.2. Medii de comunicare în cadrul campaniei POR	38
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	40
ANEXE.....	43
Anexa 1: Index de figuri.....	43
Anexa 2: Index de tabele.....	43
Anexa 4: Chestionarul cercetării	45

1. METODOLOGIA CERCETARII

Sondajul de opinie s-a desfășurat la nivel național și a fost realizat în conformitate cu documentația de atribuire, păstrând caracteristicile cantitative și calitative prevăzute în caietul de sarcini al achiziției și în oferta tehnică depusă.

Cercetarea s-a realizat pe baza unei metodologii de tip cantitativ, bazată pe un chestionar structurat, conținând 27 întrebări închise. Forma finală a chestionarului a fost aprobată de către autoritatea contractantă (*Anexa 4*).

Culegerea datelor s-a desfășurat în regim telefonic, în sistem CATI - telefonic, în perioada 10 noiembrie - 4 decembrie 2023.

1.1. Obiectivele cercetării

Cercetarea a avut următoarele obiective:

- Măsurarea gradului de notorietate a Programului Operațional Regional la nivel național și la nivel regional în rândul publicului general;
- Măsurarea impactului campaniei de comunicare la nivel național în creșterea notorietății REGIO și a efectelor mijloacelor de comunicare utilizate în mixtul media în generarea acestui impact;
- Identificarea opiniei față de REGIO-Programul Operațional Regional, a publicului general, la nivel național și regional;
- Identificarea cunoașterii concrete a unui proiect finanțat prin REGIO, în exercițiul financiar anterior sau actual, în aria de proximitate a respondenților;
- Identificarea gradului de cunoaștere a obiectivelor Programului Operațional Regional, la nivelul publicului general;
- Evaluarea interesului pentru comunicarea publică despre REGIO-Programul Operațional Regional.

1.2. Eșantionarea respondenților

Metoda de eșantionare este aleatoriu simplă, prin procedura RDD (Random Digit Dialing). Baza de eșantionare o reprezintă numerele de telefonie de pe teritoriul României (peste 95% acoperire pentru populația adultă la nivel Național). Din bazele de telefonie s-au extras eșantioane aleatorii de numere de telefon, astfel încât să fie acoperite toate intervalele din bazele de date, în vederea asigurării unei reprezentativități optime, conform criteriilor stabilite. Doar persoanele care și-au exprimat acordul au fost intervievate.

1.3. Culegerea datelor

Culegerea datelor s-a realizat în regim "telefonic", pe bază de chestionar, cu ajutorul operatorilor de interviu specializați, în perioada 10 noiembrie - 4 decembrie 2023.

La nivel național au fost culese 4090 chestionare, minim 500 de chestionare pentru fiecare regiune de dezvoltare.

Tabel 1 – Numărul chestionarelor realizate la nivel regional

Regiune dezvoltare	Nr. Chestionare
BUCURESTI - ILFOV	500
CENTRU	500
NORD-EST	540
NORD-VEST	510
SUD-EST	500
SUD-MUNTENIA	540
SUD-VEST OLTENIA	500
VEST	500
Total	4090

1.4. Verificarea culegerii datelor

Chestionarele aplicate au fost verificate zilnic, în timp real, pentru a detecta posibilele deficiențe și a le putea remedia. Înlocuirea unui respondent al cărui chestionar nu a fost validat s-a realizat cu interviuarea altuia, selectat prin aceeași procedură.

Pe lângă verificarea în timp real a interviurilor, s-au operat suplimentar și verificări aleatorii ale aplicării chestionarelor pentru fiecare operator implicat în procesul de colectare a datelor. S-au verificat minim 15% din chestionarele efectuate zilnic de fiecare operator CATI. Dacă s-au constatat probleme de orice natură sau aplicarea chestionarelor s-a efectuat deficitar, chestionarele respective au fost anulate și refăcute.

Au fost verificate:

- realizarea efectivă a interviului cu persoana în cauză;
- o serie de date demografice ale persoanei (sex, vârstă, localitate);
- respectarea instrucțiunilor de aplicare a chestionarului și de interviuare;
- tema chestionarului/întrebărilor adresate de către operatorul de interviu telefonic.

În urma verificărilor, au fost anulate un număr de 42 chestionare, de la 6 operatori de interviu. Acestea au fost refăcute, în mod aleator, pentru a se atinge numărul total de chestionare necesar la nivel de regiune.

1.5. Structura eșantionului

Eșantionul rezultat în etapa de culegere a datelor a fost ponderat pentru analiza la nivel general și cea per regiune pentru a respecta structura reală a populației, în funcție de regiune, gen și grupe de vârstă conform INSSE - Populația rezidentă a României la 1 ianuarie 2023. Analiza la nivel regional s-a realizat pe eșantioane de minim 500 de respondenți din fiecare regiune de dezvoltare, ceea ce corespunde unei valori marginale de +/-4% la un interval de încredere de 95%.

Structura rezultată a eșantionului în urma ponderării este prezentată în tabelul următor.

Tabel 2 – Structura eșantionului rezultat

Gen	Masculin	Feminin							
	47.8%	52.2%							
Grupe de vârstă	18-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-64 ani	65+ ani				
	15.0%	16.3%	19.1%	25.4%	24.2%				
Mediu de rezidență	Urban		Rural						
	52.2%		47.8%						
Regiune	BI	CENTRU	NE	NV	SE	SV	SUD-M	VEST	
	12.0%	11.8%	16.3%	13.2%	12.5%	10.1%	15.2%	8.9%	
Etnie	Română	Maghiară	Germană	Romă	Moldove- nească	Ucraine- ană	Alta	Ns/Nr	
	90.8%	3.1%	0.2%	2.4%	0.6%	0.2%	0.5%	2.3%	
Educație	Fără școală	Primară	Gimna- zială	Profesio- nală	Liceu	Post- liceală	Universi- tar	NR	
	1.1%	2.7%	12.8%	16.1%	34.0%	5.2%	26.5%	1.5%	
Ocupație	Muncitor	Nivel tehnic ¹	Specialist ²	Patron, director ³	Inactiv ⁴	Student ⁵	Pensi- onar	Alta	Ns/Nr
	25.0%	9.0%	11.7%	4.5%	16.0%	2.2%	27.6%	1.6%	2.4%
Venit⁶	Fără venit	Cel mult 1600 RON	1601- 3000 RON	3001- 5000 RON	Peste 5000 RON	NR			
	14.0%	14.7%	26.6%	17.2%	12.4%	14.9%			

În ceea ce privește distribuția eșantionului rezultat la nivel total după mediul de rezidență, ponderea mediului urban este ușor mai ridicată (52.2%) comparativ cu mediul rural (47.8%), ceea ce corespunde datelor INS (+/- 0.5%).

Structura eșantionului pe categorii educaționale, evidențiază valoarea modală a persoanelor cu studii medii, respectiv liceu, aproximativ o treime dintre respondenți, (34.0%) și a

¹ Nivel tehnic – tehnician, funcționar, maistru

² Specialist – specialist cu ocupații intelectuale, expert

³ Patron, director – nivel de conducere, director, patron

⁴ Inactiv – șomer, fără ocupație, casnică

⁵ Student – student, elev peste 18 ani

⁶ Venit – Venitul personal net obținut în luna anterioară sondajului

persoanelor cu studii superioare, educație universitară și post universitară, respectiv 26.5% din total respondenți. Astfel, 65.8% dintre respondenți au studii medii sau superioare.

1.6. Structura eșantionului la nivel regional

În tabelul următor este prezentată structura eșantionului rezultat la nivel de regiune în urma ponderării datelor după regiune, gen și grupe de vârstă pentru a respecta structura demografică conform INS.

Tabel 3 – Structura eșantionului rezultat pe regiuni

		Regiune							
		BI	CENTRU	NE	NV	SE	SV	SUD-M	VEST
Gen	Masculin	45.5%	48.0%	48.7%	48.0%	48.0%	48.2%	48.1%	47.6%
	Feminin	54.5%	52.0%	51.3%	52.0%	52.0%	51.8%	51.9%	52.4%
Grupe de vârstă	18-29 ani	14.2%	15.3%	16.9%	16.2%	14.0%	14.4%	14.2%	14.5%
	30-39 ani	20.5%	16.4%	15.6%	17.3%	15.0%	14.6%	14.7%	16.2%
	40-49 ani	20.5%	18.9%	18.9%	19.1%	19.0%	18.7%	18.9%	18.5%
	50-64 ani	22.9%	24.9%	25.0%	24.8%	26.4%	27.0%	26.5%	26.2%
	65+ ani	21.8%	24.5%	23.6%	22.7%	25.6%	25.3%	25.7%	24.7%
Mediu de rezidență	Urban	83.9%	59.9%	43.3%	50.0%	50.5%	46.3%	36.5%	54.7%
	Rural	16.1%	40.1%	56.7%	50.0%	49.5%	53.7%	63.5%	45.3%
Etnie	Română	91.8%	81.7%	95.2%	84.5%	93.9%	95.7%	93.5%	87.9%
	Maghiară	0.6%	11.7%	0.0%	9.6%	0.0%	0.0%	0.2%	4.6%
	Germană	0.3%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%
	Rromă	3.8%	2.8%	1.0%	2.9%	1.5%	2.4%	3.0%	1.8%
	Moldovenească	0.8%	0.6%	1.4%	0.5%	0.2%	0.0%	0.3%	0.6%
	Ucraineană	0.5%	0.0%	0.1%	0.3%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%
	Alta	0.2%	0.2%	0.4%	0.3%	1.6%	0.1%	0.3%	1.1%
	Ns/Nr	2.1%	2.8%	1.8%	2.0%	2.6%	1.8%	2.7%	3.1%
Educație	Fără școală	0.5%	0.6%	0.7%	0.6%	1.8%	0.9%	2.0%	1.3%
	Primară	0.3%	2.6%	3.9%	2.4%	3.0%	2.2%	3.4%	3.5%
	Gimnazială	7.6%	12.7%	16.0%	12.9%	14.5%	13.3%	12.9%	11.3%
	Profesională	9.5%	17.1%	20.1%	13.8%	16.0%	19.3%	18.3%	12.9%
	Liceu	29.3%	32.5%	31.5%	38.6%	37.2%	33.4%	34.7%	35.3%
	Postliceală	3.3%	4.3%	5.5%	3.9%	4.7%	7.4%	5.8%	7.9%
	Universitar	47.9%	28.6%	21.3%	26.3%	21.3%	22.0%	21.0%	27.0%
	NR	1.7%	1.6%	1.1%	1.6%	1.6%	1.4%	2.0%	0.9%
Ocupație	Muncitor	22.0%	25.4%	25.0%	22.4%	25.5%	24.7%	28.8%	25.7%
	Nivel tehnic	11.5%	12.0%	6.7%	10.0%	8.8%	8.2%	7.6%	7.6%
	Specialist	22.4%	12.6%	9.6%	11.6%	9.7%	7.5%	7.7%	14.8%
	Patron, director	6.6%	5.6%	2.9%	4.9%	3.9%	4.3%	3.8%	4.9%
	Inactiv	6.4%	11.9%	23.0%	16.4%	17.2%	19.7%	18.1%	11.1%
	Student	2.4%	2.5%	2.7%	1.3%	1.3%	3.2%	2.2%	2.3%
	Pensionar	25.5%	26.7%	25.2%	28.0%	29.5%	29.4%	28.0%	30.2%
	Alta	0.6%	0.7%	2.8%	2.3%	1.8%	1.4%	1.4%	1.2%
	Ns/Nr	2.6%	2.7%	2.1%	3.1%	2.2%	1.4%	2.4%	2.2%

		Regiune							
		BI	CENTRU	NE	NV	SE	SV	SUD-M	VEST
Venit	Fără venit	6.4%	10.9%	19.5%	13.0%	15.1%	17.9%	15.9%	11.7%
	Cel mult 1600 RON	9.4%	12.2%	18.1%	17.2%	16.6%	14.2%	14.4%	13.4%
	1601-3000 RON	24.0%	29.2%	24.5%	26.1%	26.8%	25.1%	30.4%	26.6%
	3001-5000 RON	20.4%	19.6%	14.6%	17.6%	15.9%	19.0%	15.9%	15.9%
	Peste 5000 RON	22.1%	13.1%	8.8%	11.2%	11.5%	11.3%	8.7%	16.0%
	NR	17.7%	15.0%	14.5%	15.0%	14.0%	12.5%	14.7%	16.4%

Distribuția pe gen a respondenților la nivel regional este aproximativ similară și reprezintă structura populației conform datelor INS. Singura regiune unde diferența între ponderea bărbaților și cea a femeilor este mai mare este în regiunea București-Ilfov (diferență de 9 procente în favoarea femeilor, respectiv femei 54.5% și bărbați 45.5%).

Distribuția pe categorii etnice evidențiază ponderea minorității maghiare în regiunea Centru, 11.7% din totalul populației din această regiune și în regiunea Nord-Vest 9.6% din total populație și în Vest 4.6%.

În regiunea București-Ilfov a fost înregistrată ponderea cea mai ridicată a minorității rroma (3.8%) și este urmată de zona Sud-Muntenia cu o pondere de 3.0%, Nord-Vest cu o pondere de 2.9% și Centru cu o pondere de 2.8%.

Din punct de vedere al educației, în regiunea București-Ilfov s-a înregistrat o pondere mai mare a celor cu studii superioare (47.9%), în timp ce studiile medii se regăsesc cu o preponderență mai mare în regiunile Vest (43.2%), Nord-Vest (42.4%), Sud-Est (41.9%), Sud-Vest (40.8%) și Sud-Muntenia (40.5%). O pondere mai mare a celor cu o educație inferioară (fără studii, studii primare, gimnaziale sau profesionale) s-a înregistrat în regiunile Nord-Est (40.6%) și Centru (33.0%).

Din punct de vedere ocupațional, se poate observa în tabelul prezentat anterior o pondere mai mare muncitorilor în regiunea Sud-Muntenia (28.8%), a specialiștilor cu ocupații intelectuale în regiunea București-Ilfov (22.4%), a persoanelor cu funcții de conducere în regiunea București-Ilfov (6.6%), a persoanelor inactive în regiunile Nord-Est (23.0%), Sud-Vest (19.7%) și Sud-Muntenia (18.1%) și a pensionarilor în special în Vest (30.2%).

În afara regiunii București-Ilfov, cu un dezechilibru structural, urban-rural (urban 83.9% și rural 16.1%), la nivelul celorlalte 7 regiuni, gradul cel mai ridicat de urbanizare, prin raportare la ponderea generală a populației din regiune s-a înregistrat în Centru (59.9% din total populație), iar gradul cel mai scăzut în Sud-Muntenia, respectiv 63.5% dintre respondenți locuiesc în mediul rural.

1.7. Structura eșantionului – agregare socio-demografică

În baza corelațiilor semnificative la nivelul datelor socio-demografice, în funcție de ocupație și educație și o distribuție aproximativ normală a acestor corelații pe categorii de vârste, s-a realizat agregarea datelor astfel încât să poată fi evidențiate facil grupurile țintă utile în cadrul

programelor de comunicare următoare. Astfel, utilizând metodologia World values survey⁷ simplificată, caracteristicile socio-demografice prezentate anterior au fost agregate în doi pași.

STATUS EDUCAȚIONAL			
VÂRSTĂ	3	2	1
3	A	B	C
2	B	C	D
1	C	D	D

Figura 1 – Matricea agregării caracteristicilor socio-demografice

În prima etapă, conform matricei prezentate anterior au fost simplificate datele referitoare la caracteristicile educaționale, în trei categorii majore: (1) persoane care fie nu au școală fie au declarat un nivel de educație de maxim 10 clase, (2) persoane care au declarat studii profesionale, liceale sau post liceale și (3) persoane care au declarat că au studii universitare sau post universitare⁸. În a doua etapă distribuția pe categorii de vârstă la nivelul populației a fost concentrată în trei clustere, de asemenea exhaustive, corespunzătoare gradului de activism social: (1) persoane peste 65 de ani, vârstă dincolo de care persoana înregistrează o probabilitate ridicată de a fi pensionar sau inactiv, (2) persoane cu vârste între 46 și 65 ani, persoane active pe piața forței de muncă și (3) persoane cu vârste între 18 și 45 ani de asemenea, active pe piața forței de muncă și dinamice în ceea ce privește cariera. La intersecția între cele două categorii de clustere au fost delimitate teoretic patru categorii de status⁹:

A - persoane active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației;

B - persoane active, dinamice, tinere, cu educație medie, sau persoane active, cu nivel ridicat de educație și vârstă peste media populației;

C - persoane tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării;

D - persoane cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării.

În final s-a realizat validarea consistenței interne, din punct de vedere statistic a celor patru categorii de respondenți¹⁰.

⁷ Metodologia VALS este o metodologie de agregare a populațiilor pe categorii de status social utilizată frecvent în spațiul anglofon în studiile de marketing pentru a evidenția categorii de public țintă. Ea presupune combinarea de caracteristici de tipul ocupație, educație, venit, pentru statut economic, cu cele de tip vârstă și mediu de rezidență pentru statut social.

⁸ Educația este considerată principalul determinant al statusului economic și social, urmat de ocupație și vârstă.

⁹ Denumirea statusurilor (A-D) are doar utilitate în etichetare nefiind sub nici un aspect valorizantă.

¹⁰ Validarea s-a realizat prin raport cu categoriile ocupaționale prin măsurarea coeficientului de contingență Pearson, valoarea acestuia fiind de 0,000, ceea ce dovedește un nivel ridicat de asociere.

2. CUNOAȘTEREA FONDURILOR EUROPENE

La nivel național gradul general de cunoaștere a Fondurilor Europene înregistrat prin intermediul acestui sondaj de opinie este de 91.4% din total populație interviuată, în scădere ușoară față de studiul anterior realizat în august 2023 (93.3%).

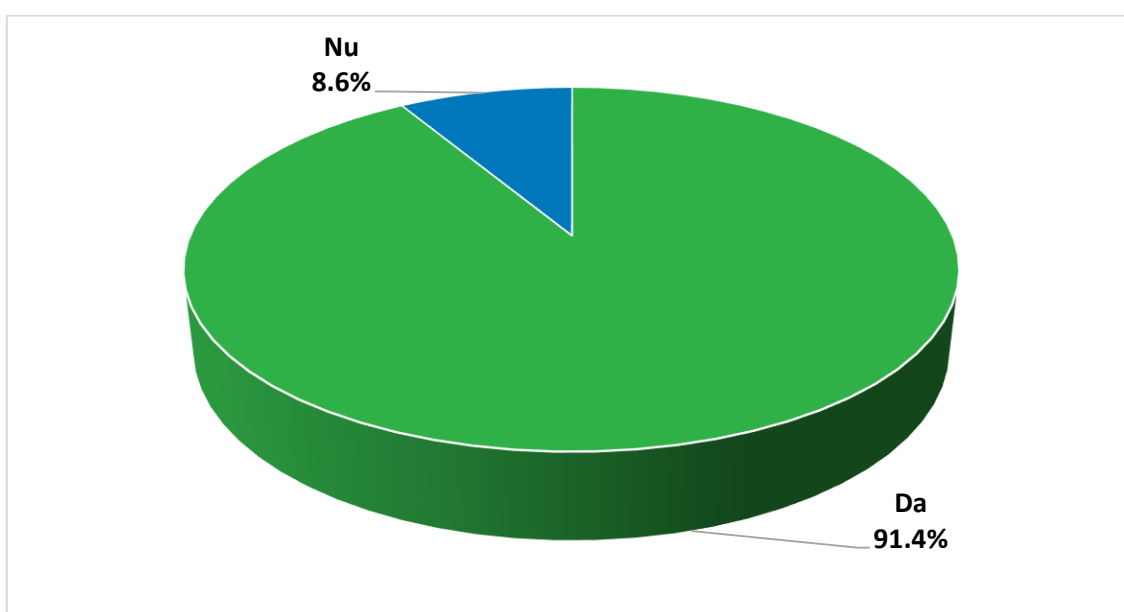


Figura 2 – Cunoașterea Fondurilor Europene

O pondere mai mică a celor care au auzit de Fonduri Europene se înregistrează în rândul tinerilor (18-29 ani – 86.0%) și a vârstnicilor (65 ani sau peste – 90.2%). O diferență a notorietății se poate observa și în ceea ce privește mediul de rezidență, persoanele din mediul urban cunoscând într-o mai mare măsură Fondurile Europene decât cele din mediul rural (94.6% în medul urban și respectiv 87.8% în mediul rural).

În ceea ce privește educația există o corelație pozitivă a acesteia cu notorietatea Fondurilor Europene, ponderea celor care cunosc crescând de la 55.1% în rândul celor cu studii primare la 98.4% în rândul celor cu studii superioare, procentul fiind de 93.3% în rândul celor cu studii medii (liceu) și de 97.9% în rândul celor cu studii postliceale.

Există o legătură strânsă și între ocupație și notorietate. Astfel, în rândul persoanelor inactive (șomeri, fără ocupație, casnici) notorietatea este de 79.7%, în rândul muncitorilor este de 91.0%, iar în rândul pensionarilor este de 92.3%. Notorietatea este semnificativ mai mare în rândul specialiștilor cu ocupații intelectuale – 99.1%, persoanelor cu funcție de conducere (patroni, directori, manageri) – 98.9% și a celor cu nivel tehnic (funcționari, tehnicieni, maiștri) – 97.0%.

De asemenea, există o legătură strânsă și între venitul obținut și notorietate, valorile cele mai mari înregistrându-se în rândul celor cu venituri nete de peste 5000 RON pe lună (98.9%).

Tabel 4 – Cunoașterea Fondurilor Europene pe categorii de populație

Categorie							
Gen	Masculin	Feminin					
	92.1%	90.7%					
Grupe de vârstă	18-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-64 ani	65+ ani		
	91.6%	94.0%	95.2%	94.1%	91.7%		
Mediu de rezidență	Urban	Rural					
	94.6%	87.8%					
Educație	Fără școală	Primară	Gimnazială	Profesională	Liceu	Post-liceală	Universitar
	47.7%	55.1%	80.4%	92.7%	93.3%	97.9%	98.4%
Ocupație	Muncitor	Nivel tehnic	Specialist	Patron, director	Inactiv	Student	Pensionar
	91.0%	97.0%	99.1%	98.9%	79.7%	93.3%	92.3%
Venit	Fără venit	Cel mult 1600 RON	1601-3000 RON	3001-5000 RON	Peste 5000 RON	NR	
	80.2%	87.6%	93.5%	96.7%	98.9%	89.3%	

Pe categorii de public țintă și medii de rezidență se constată un nivel mai ridicat al notorietății în rândul categoriei de persoane active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației (98.7% - urban, 96.9% - rural) și a categoriei de persoane active, dinamice, tinere, cu educație medie, sau persoane active, cu nivel ridicat de educație și vârstă peste media populației din mediul urban (95.7%). Cel mai slab nivel de notorietate se înregistrează în cazul categoriei de persoane tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării din mediul rural (85.8%) și a categoriei de persoane cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării din mediul rural (85.9%).

Tabel 5 – Cunoașterea Fondurilor Europene pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Da	98.7%	96.9%	95.7%	93.6%	92.8%	85.8%	92.5%	85.9%
Nu	1.3%	3.1%	4.3%	6.4%	7.2%	14.2%	7.5%	14.1%

Pe regiuni, așa cum este prezentat în figura următoare, cea mai mare notorietate se înregistrează în regiunea București-Ilfov (95.5%), în timp ce nivelul cel mai redus este înregistrat în regiunile Nord-Est (89.1%) și Sud-Muntenia (89.4%).

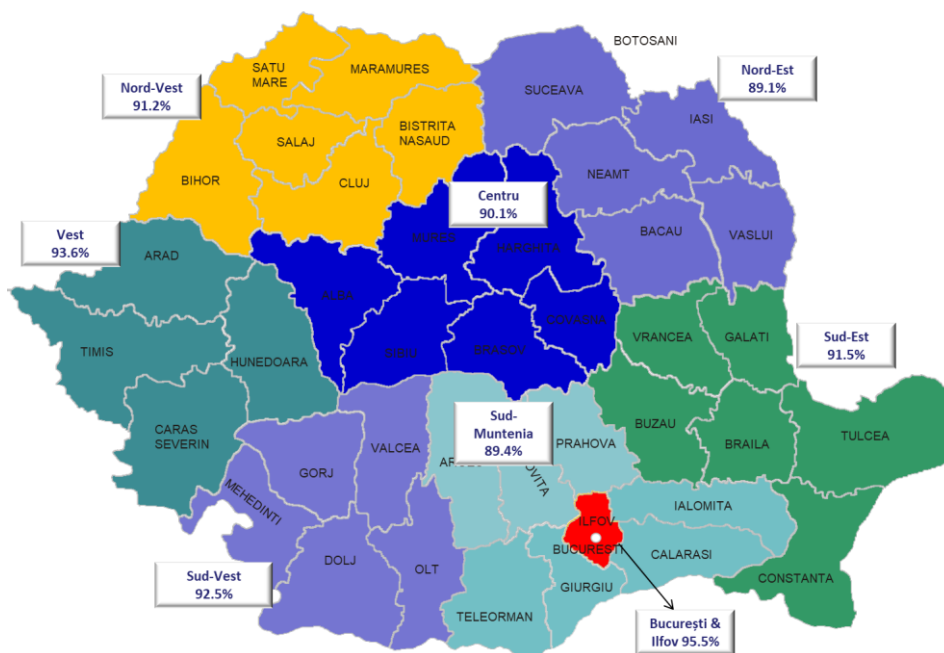


Figura 3 – Cunoașterea Fondurilor Europene pe regiuni

3. CUNOAȘTEREA REGIO

Cunoașterea REGIO la nivel național a fost măsurată prin trei indicatori de informare:

- **Indicatorul de informare generală**, la nivelul publicului general, indicator de referință în evaluarea privind performanța în comunicare a Programului Operațional Regional. Acest indicator reprezintă procentul respondenților care declară că a auzit de Programul Operațional Regional (*au răspuns „Da” la întrebarea: Dumneavoastră ați auzit de REGIO sau POR, adică Programul Operațional Regional, chiar dacă știți sau nu detalii despre acesta?”*); *Analiza detaliată a acestui indicator se regăsește în [capitolul 3.1 - Nivelul general de cunoaștere a Programului Operațional Regional](#).*
- **Indicatorul de cunoaștere concretă a unui proiect finanțat prin REGIO**. Acest indicator reprezintă un nivel suplimentar al gradului de informare, făcând apel la cunoașterea concretă și poziționarea REGIO în cadrul finanțărilor pentru dezvoltare din sfera de viață a respondentului. Acest indicator reprezintă procentul respondenților care declară că știu în zona lor de activitate (localitate, județ, zonă) cel puțin un proiect finanțat prin REGIO (*au răspuns „Da” la întrebarea: Dvs. ați auzit sau știți de un proiect finanțat prin REGIO/POR, adică Programul Operațional Regional?”*). Indicatorul măsoară totodată contribuția la notorietatea programului generată de comunicarea realizată în cadrul proiectelor finanțate. *Analiza detaliată a acestui indicator se regăsește în [capitolul 3.2 - Cunoașterea proiectelor finanțate prin POR](#).*
- **Indicatorul privind cunoașterea/ opinia referitoare la obiectivele pe care Programul Operațional Regional le are**. Acesta a fost construit prin cumularea mențiunilor binare referitoare la 9 obiective majore enumerate în chestionar. Indicatorul ia valori de la 1(nu cunosc nici un obiectiv) la 10 (cunosc toate obiectivele). Acest indicator este cel mai sensibil instrument de măsurare a nivelului de cunoaștere al REGIO indicând ponderea aceluși procent din populație care are o cunoaștere aprofundată a REGIO, în detaliile conceptuale ale Programului Operațional. *Analiza detaliată a acestui indicator se regăsește în [capitolul 3.3 - Nivel de informare privind obiectivele REGIO](#).*

Analiza datelor la nivel de total eșantion arată un nivel ridicat de corelație între cei trei indicatori, schematic, nivelul de cunoaștere a REGIO pe tipuri de public putând fi împărțit în trei categorii de public general:

- ✓ **public specializat**, aproximativ 8.2% dintre respondenții care au auzit de POR (3.4% din populație), respectiv publicul general care cunoaște obiectivele, proiecte concrete și evident, a auzit de REGIO; *Ponderea acestora este în ușoară scădere de la 9.6% dintre cei care au auzit de POR în pre campanie, respectiv 3.8% din populație în pre campanie;*
- ✓ **publicul proximitate**, public la nivelul căruia se înregistrează un grad mai scăzut de cunoaștere a obiectivelor, însă cu o cunoaștere concretă a unor proiecte finanțate prin POR, aproximativ 30.0% dintre respondenții care au auzit de POR (13.0% din populație); *Ponderea acestora este în ușoară scădere de la 32.7% dintre cei care au auzit de POR în pre campanie, respectiv 13.1% din populație în pre campanie;*
- ✓ **publicul general**, care a auzit de Programul Operațional Regional, indiferent de nivelul celorlalți indicatori (nivelul cel mai larg), aproximativ 61.1% dintre respondenții care au auzit de POR (25.8% din total populație). *Ponderea acestora este în creștere de la*

57.7% dintre cei care au auzit de POR în pre campanie, respectiv 23.1% din populație în pre campanie.

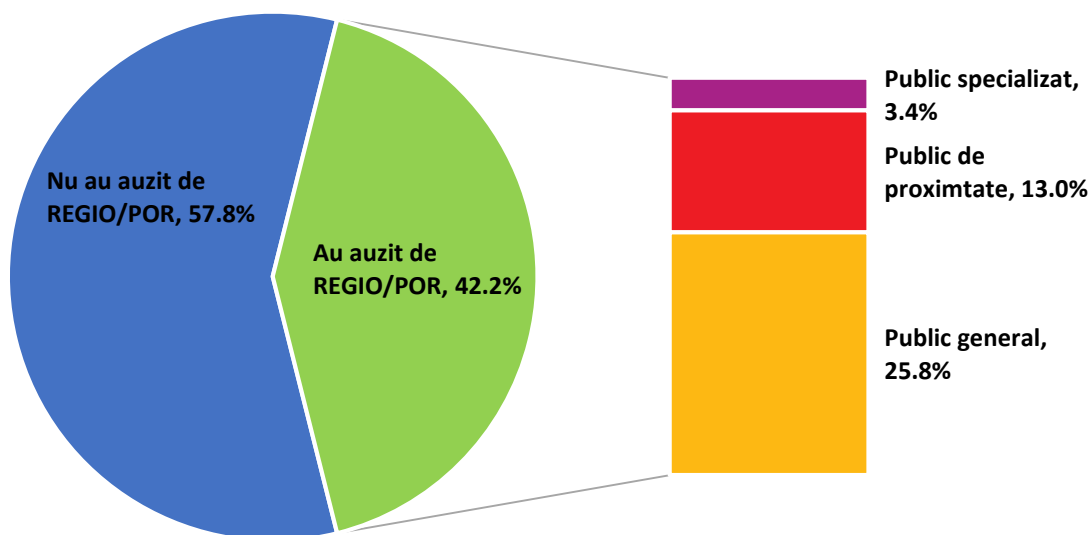


Figura 4 – Cunoașterea REGIO

3.1. Nivelul general de cunoaștere a Programului Operațional Regional

La nivel național gradul general de cunoaștere a Programului Operațional Regional înregistrat prin intermediul acestui sondaj de opinie este de 42.2% din total populație interviuată, în ușoară creștere față de gradul de cunoaștere înregistrat în studiul anterior (august 2023 – 40.0%).

Pe regiuni, așa cum este prezentat în figura următoare, cea mai mare notorietate POR se înregistrează în regiunea București-Ilfov (47.5%), cu o creștere de 2.7%, în timp ce nivelul cel mai redus este înregistrat în regiunile Sud-Vest (37.6%, cu o scădere de 3.3% aflată în marja de eroare statistică la nivel de regiune) și Nord-Est (40.3, cu o creștere de 4.0%).

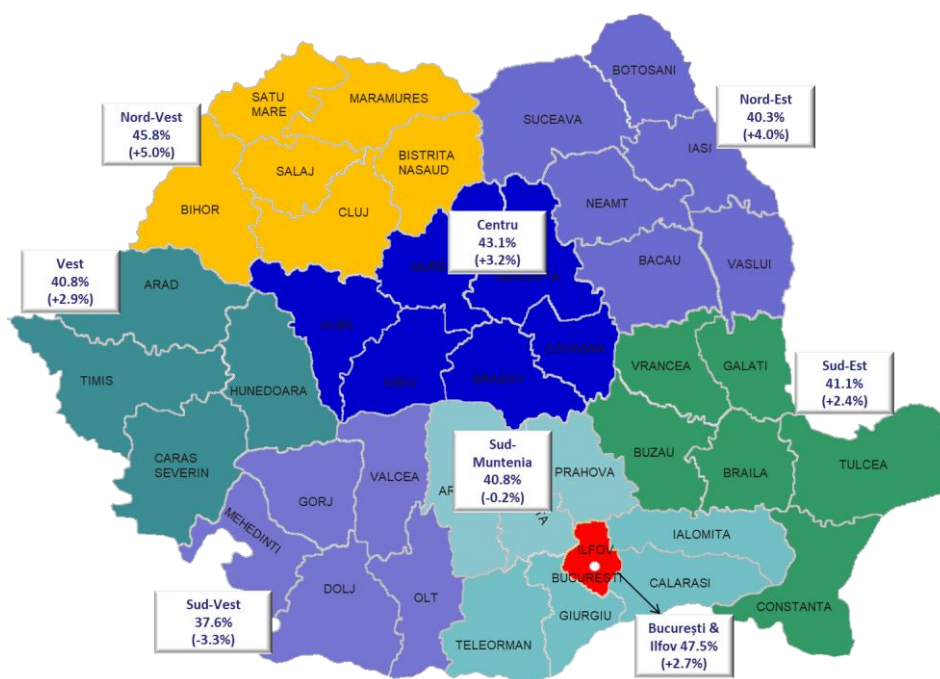


Figura 5 – Cunoașterea Programului Operațional Regional pe regiuni

Pe categorii de public țintă și medii de rezidență se constată un nivel mai ridicat al notorietății POR în rândul categoriei de persoane active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației (64.4% - urban, 63.5% - rural) și a categoriei de persoane active, dinamice, tinere, cu educație medie, sau persoane active, cu nivel ridicat de educație și vârstă peste media populației din mediul urban (57.8%). Cel mai slab nivel de notorietate POR se înregistrează în cazul categoriei de persoane cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării (38.6% - urban, 24.8% - rural) și a categoriei de persoane tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării din mediul rural (30.4%).

Tabel 6 – Cunoașterea Programului Operațional Regional pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Pre campanie	55.9%	57.5%	49.8%	39.8%	44.6%	31.1%	29.1%	25.4%
Post campanie	64.4%	63.5%	57.8%	42.4%	45.3%	30.4%	38.6%	24.8%
Diferență	+8.5%	+5.9%	+8.0%	+2.6%	+0.8%	-0.6%	+9.5%	-0.6%

Analiza potențialului de expansiune prin raportare la ponderea categoriei de public țintă la nivelul întregii populații arată faptul că la nivelul a două dintre cele opt categorii de status construite a fost atins pragul maxim de notorietate, în marja de eroare statistică, respectiv la nivelul persoanelor cu status A (persoane active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației).

După cum se poate observa în tabelul anterior, la nivel persoanelor cu studii superioare, active, dinamice, atât din mediul urban, cât și din mediul rural sub media de vârstă a populației

potențialul de creștere a notorietății este scăzut, fiind limitat de însăși dimensiunea acestei categorii de public din total populație (14.6%).

Așa cum este prezentat în tabelul următor, deficitul de informare este mai ridicat în mediul rural (32.0%) față de mediul urban (25.7%). În ambele categorii de medii zonele de deficit majore fiind cele cu public țintă - persoane tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație sau la vârsta pensionării, sau persoane cu un nivel superior sau mediu de educație aflați la vârsta pensionării.

Tabel 7 – Potențialul de expansiune prin raportarea la ponderea categoriei de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Ponderea categoriei la nivel național	11.0%	3.6%	14.4%	8.4%	13.7%	16.4%	13.4%	19.2%
Notorietate	7.1%	2.3%	8.3%	3.6%	6.2%	5.0%	5.2%	4.8%
Deficit	-3.9%	-1.3%	-6.1%	-4.9%	-7.5%	-11.4%	-8.2%	-14.4%
Potențial de expansiune	x	x	v	v	v	v	v	v

3.2. Construcția notorietății Programului Operațional Regional. Campanii de comunicare și proiecte

19.0% dintre respondenți (45.0% dintre cei care au auzit de POR) **au menționat că au văzut sau au auzit în ultimele 3 luni reclame/ anunțuri de promovare pentru REGIO/ POR** (Programul Operațional Regional). Ponderea mică a celor care au văzut/ auzit astfel de reclame/ anunțuri se reflectă în creșterea redusă a notorietății POR.

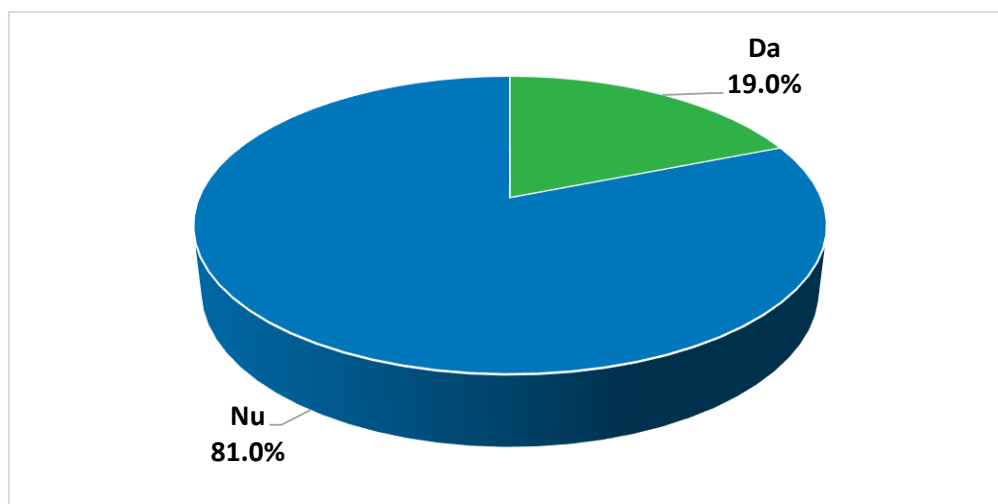


Figura 6 – Cunoaștere campanie POR

Evoluția notorietății POR între cele două etape, pre și post campanie, se poate observa în tabelul următor, ce prezintă evoluția notorietății POR pe categorii de populație. Astfel creșterea notorietății s-a înregistrat în special:

- În rândul persoanelor de gen feminin (+3.0%);
- În mediul urban (+5.9%);
- În grupa de vârstă 30-39 de ani (+5.8%);
- În rândul persoanelor cu educație cel puțin medie: liceu (+5.5%), școală post-liceală (+13.5%) sau studii universitare sau post universitare (+6.5%);
- În special rândul patronilor/directorilor (+11.4%), specialiștilor (+8.0%), personalului tehnic (+7.6%).

Tabel 8 – Evoluție notorietate POR pe categorii socio-demografice

Categorii							
Gen	Masculin	Feminin					
	+1.3%	+3.0%					
Grupe de vârstă	18-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-64 ani	65+ ani		
	+1.1%	+5.8%	-	+3.4%	+1.0%		
Mediu de rezidență	Urban	Rural					
	+5.9%	-					
Educație	Fără școală	Primară	Gimnazială	Profesională	Liceu	Post-liceală	Universitar
	+2.2%	-	-	+3.9%	+5.5%	+13.5%	+6.5%
Ocupație	Muncitor	Nivel tehnic	Specialist	Patron, director	Inactiv	Student	Pensionar
	+3.1%	+7.6%	+8.0%	+11.4%	+1.2%	+3.5%	+3.9%
Venit	Fără venit	Cel mult 1600 RON	1601-3000 RON	3001-5000 RON	Peste 5000 RON	NR	
	-	+4.8%	+6.7%	+3.2%	+3.3%	+0.8%	

La nivel național aproximativ jumătate (48.9%, în ușoară scădere de la 49.6% în studiul pre campanie) dintre cei care au auzit de POR au auzit sau știu un proiect finanțat prin Programul Operațional Regional, ceea ce reprezintă 20.6% din populația interviuată (în ușoară creștere de la 19.8% în studiul pre campanie). Cunoașterea proiectelor finanțate prin REGIO, reprezintă, o componentă importantă a construcției gradului de cunoaștere la nivel național a Programului Operațional Regional. În cadrul sondajului de opinie respondenții au fost întrebați dacă au auzit sau știu un proiect finanțat prin REGIO/POR (Programul Operațional Regional).

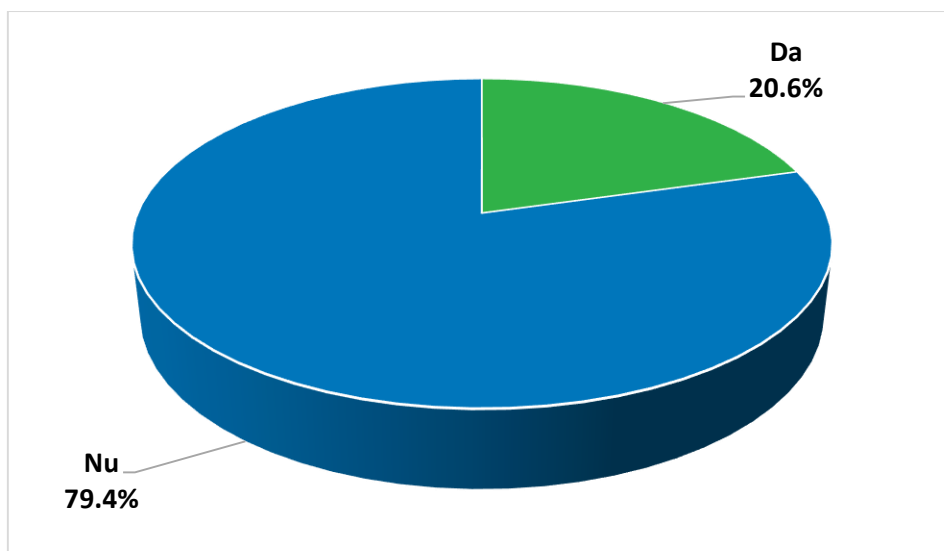


Figura 7 – Cunoașterea proiectelor finanțate prin POR

Creșterea vizibilității obiectivelor finanțate prin REGIO și proiectelor realizate, implicit a ariei de beneficiari direcți și indirecti ai finanțărilor derulate prin Programul Operațional Regional poate constitui un factor important de determinare a creșterii notorietății în următoarea perioadă.

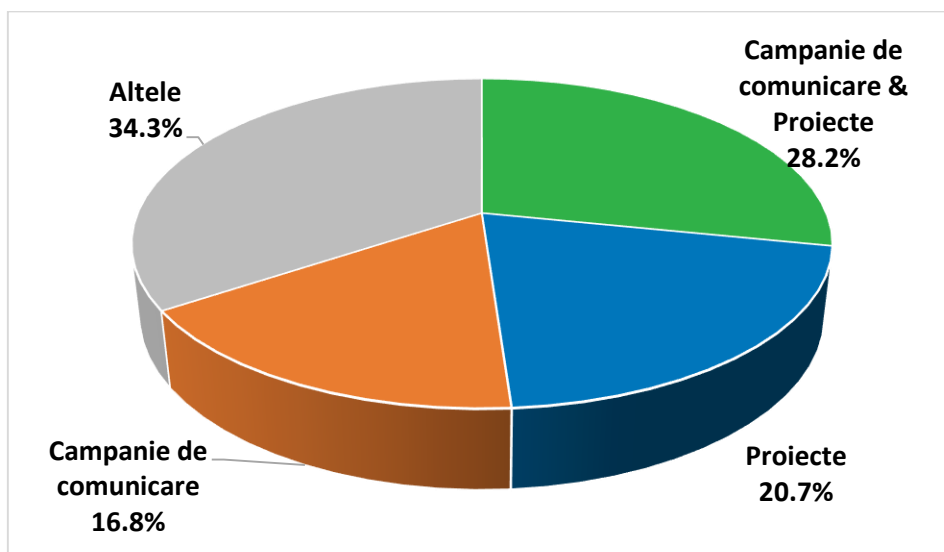


Figura 8 – Construcția notorietății POR

28.2% dintre cei care au auzit de POR au văzut/ auzit în ultimele 3 luni anunțuri/ reclame de promovare pentru REGIO/ Por dar și cunosc sau cel puțin au auzit de un proiect finanțat prin REGIO/ POR. Ei au în general o părere pozitivă despre POR (89.1% dintre aceștia).

21.0% dintre cei care au auzit de POR nu au văzut/ auzit în ultimele 3 luni anunțuri/ reclame de promovare pentru REGIO/ Por, ci doar cunosc sau cel puțin au auzit de un proiect finanțat prin REGIO/ POR. Părerea lor despre por este una pozitivă, dar puțin mai slabă față de a celor care au și văzut/ auzit campania POR (80.9% dintre aceștia).

17.0% dintre cei care au auzit de POR au văzut/ auzit în ultimele 3 luni anunțuri/ reclame de promovare pentru REGIO/ Por, fără să fi auzit de proiecte finanțate prin REGIO/ POR, iar 82.8% dintre aceștia au o părere pozitivă despre POR.

O pondere mare dintre respondenți, 34% dintre cei care au auzit de POR nu cunosc proiecte finanțate prin POR și nici nu au văzut/ auzit ultima campanie. Părerea lor este pozitivă în mai mică măsură decât a celorlalți (74.3% dintre aceștia au o părere pozitivă).

Luând în calcul construcția notorietății în corelație cu opinia față de POR putem estima o scădere potențială a notorietății 18.7% din valoarea actuală (pană la un nivel de 34.3%) din cauza opiniei negative. Această diminuare nu se produce imediat însă poate începe după încheierea unui moment de campanie de comunicare.

Pe regiuni, așa cum este prezentat în figura următoare, cea mai mare notorietate a campaniei POR se înregistrează în regiunea București-Ilfov (21.4%), în timp ce nivelul cel mai redus este înregistrat în regiunile Sud-Est (17.8%), Vest (18.1%) și Sud-Muntenia (18.3%).

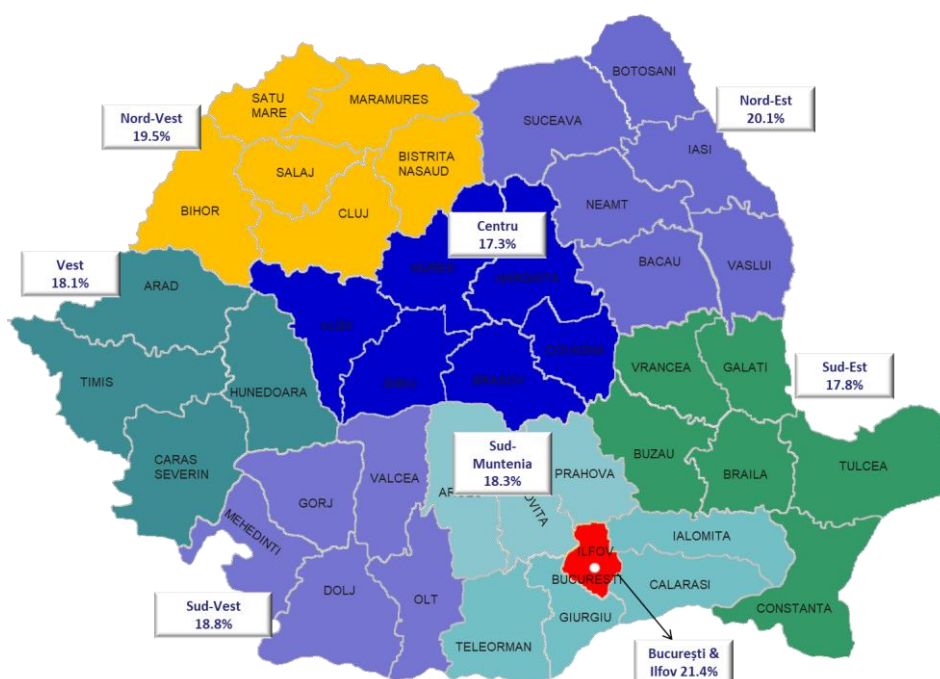


Figura 9 – Cunoaștere campanie POR pe regiuni

Pe regiuni, așa cum este prezentat în figura următoare, cea mai mare notorietate a proiectelor finanțate prin POR se înregistrează în regiunile Nord-Vest (23.7%), Centru (22.5%) și București-Ilfov (22.0%), în timp ce nivelul cel mai redus este înregistrat în regiunile Vest (17.8%) și Sud-Est (18.2%).

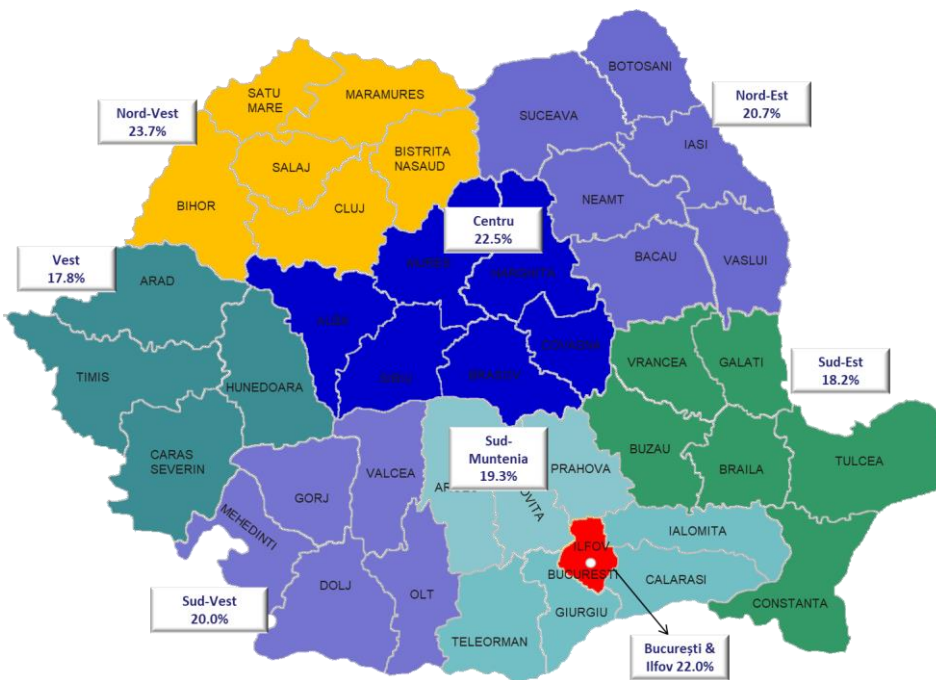


Figura 10 – Cunoașterea proiectelor finanțate prin POR – analiza pe regiuni

3.3. Nivel de informare privind obiectivele REGIO

La nivel național REGIO este asociat majoritar cu obiectivele care vizează repararea și reabilitarea drumurilor județene (33.7% dintre respondenții care cunosc REGIO au menționat că acest obiectiv face parte din REGIO) și izolarea termică, iluminatul public, transportul ecologic (31.4%). Nivelul cel mai scăzut de cunoaștere este înregistrat în cazul sprijinirii inovării în companii (18.7%). Un nivel slab de cunoaștere îl au și obiectivele: sprijinirea procesului de cadastrare a teritoriului (26.7%), sprijinirea firmelor mici și mijlocii (25.3%) și sprijinirea comunităților sărace din orașe (23.8%).

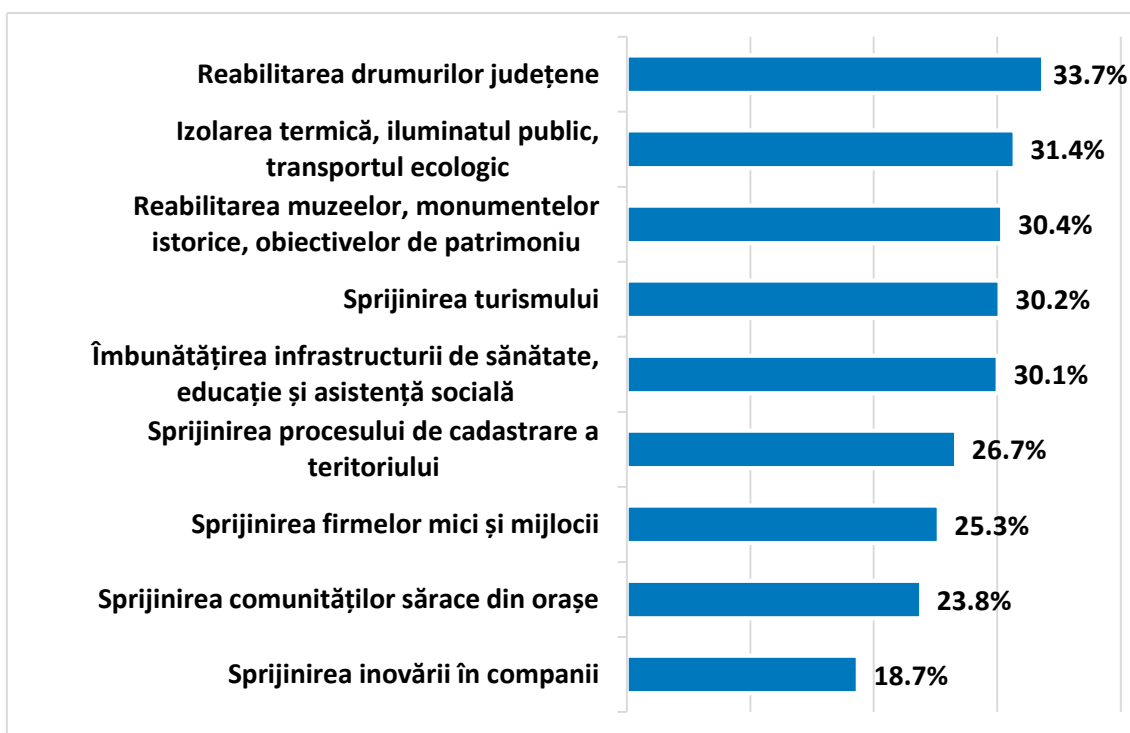


Figura 11 – Cunoașterea obiectivelor REGIO

Notorietatea obiectivelor REGIO este asemănătoare cu cea din august 2023, înainte de realizarea campaniei. O creștere ușoară au înregistrat Srijinirea procesului de cadastrare a teritoriului (+0.4 procente, de la 26.3% la 26.7%), Reabilitarea drumurilor județene (+0.2 procente, de la 33.5% la 33.7%) și Reabilitarea muzeelor, monumentelor istorice, obiectivelor de patrimoniu (+0.1 procente, de la 30.3% la 30.4%).

Tabel 9 – Cunoașterea obiectivelor REGIO - evoluție

	August 2023	Noiembrie 2023	Diferență
Reabilitarea drumurilor județene	33.5%	33.7%	0.2%
Izolarea termică, iluminatul public, transportul ecologic	32.3%	31.4%	-0.9%
Reabilitarea muzeelor, monumentelor istorice, obiectivelor de patrimoniu	30.3%	30.4%	0.1%
Srijinirea turismului	30.7%	30.2%	-0.5%
Îmbunătățirea infrastructurii de sănătate, educație și asistență socială	30.8%	30.1%	-0.7%
Srijinirea procesului de cadastrare a teritoriului	26.3%	26.7%	0.4%
Srijinirea firmelor mici și mijlocii	25.7%	25.3%	-0.4%
Srijinirea comunităților sărace din orașe	24.2%	23.8%	-0.4%
Srijinirea inovării în companii	19.6%	18.7%	-0.9%

Pe categorii de public țintă și medii de rezidență, se constată un nivel mai ridicat al notorietății obiectivelor REGIO în rândul categoriei de persoane active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației din mediul rural sau urban și a categoriei de persoane active, dinamice, tinere, cu educație medie, sau persoane active, cu nivel ridicat de educație și vârstă

peste media populației din medul urban. Cel mai slab nivel de notorietate a obiectivelor REGIO se înregistrează în cazul categoriei de persoane cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării și a categoriei de persoane tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării din mediul rural.

Tabel 10 – Cunoașterea obiectivelor REGIO pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Reabilitarea drumurilor județene	50.6%	48.9%	45.5%	34.6%	34.4%	25.4%	31.9%	20.6%
Izolarea termică, iluminatul public, transportul ecologic	49.4%	48.6%	42.0%	28.8%	34.5%	23.4%	27.5%	19.1%
Reabilitarea muzeelor, monumentelor istorice, obiectivelor de patrimoniu	47.9%	46.4%	42.2%	28.8%	32.3%	21.6%	27.1%	18.4%
Sprijinirea turismului	46.8%	51.6%	38.5%	29.7%	32.4%	23.4%	27.0%	17.9%
Îmbunătățirea infrastructurii de sănătate, educație și asistență socială	47.1%	45.3%	39.4%	31.1%	32.1%	22.1%	26.8%	18.3%
Sprijinirea procesului de cadastrare a teritoriului	37.6%	45.7%	31.6%	26.6%	29.6%	21.4%	24.2%	18.2%
Sprijinirea firmelor mici și mijlocii	36.1%	37.1%	32.5%	24.9%	27.7%	20.1%	24.8%	15.3%
Sprijinirea comunităților sărace din orașe	32.9%	34.4%	30.0%	21.7%	27.8%	19.1%	22.1%	15.5%
Sprijinirea inovării în companii	23.0%	31.3%	24.6%	18.5%	22.7%	14.5%	16.1%	12.9%

La nivel regional se constată o creștere a notorietății obiectivelor POR în regiunile Vest, Nord-Vest și Nord-Est. Astfel, în Vest se remarcă o creștere a notorietății reabilitării drumurilor județene (+3.0%, de la 29.6% la 32.6%), reabilitării muzeelor, monumentelor istorice, obiectivelor de patrimoniu (+2.6%, de la 26.8% la 29.4%), sprijinirii comunităților sărace din orașe (+2.6%, de la 19.5% la 22.1%) și sprijinirii inovării în companii (+2.4%, de la 17.2% la 19.5%). În regiunea Nord-Vest se remarcă o creștere a notorietății în special în ceea ce privește reabilitarea drumurilor județene (+4.8%, de la 33.0% la 37.7%), sprijinirea firmelor mici și mijlocii (+4.5%, de la 23.5% la 28.0%), sprijinirea procesului de cadastrare a teritoriului (+4.4%, de la 26.7% la 31.1%) și sprijinirea turismului (+3.0%, de la 32.0% la 35.0%).

Tabel 11 – Cunoașterea obiectivelor REGIO pe regiuni

	BI	CENTRU	NE	NV	SE	SV	SUD-M	VEST
Reabilitarea drumurilor județene	36.3%	31.8%	34.2%	37.7%	31.8%	30.0%	33.8%	32.6%
Izolarea termică, iluminatul public, transportul ecologic	31.4%	31.7%	32.3%	35.6%	29.6%	27.2%	31.4%	30.3%

	BI	CENTRU	NE	NV	SE	SV	SUD-M	VEST
Reabilitarea muzeelor, monumentelor istorice, obiectivelor de patrimoniu	32.2%	29.8%	32.1%	33.7%	28.3%	26.0%	29.9%	29.4%
Sprijinirea turismului	31.2%	30.6%	30.0%	35.0%	27.5%	28.6%	28.4%	30.2%
Îmbunătățirea infrastructurii de sănătate, educație și asistență socială	29.4%	30.2%	31.7%	33.6%	30.3%	24.9%	29.8%	28.3%
Sprijinirea procesului de cadastrare a teritoriului	25.9%	26.5%	25.8%	31.1%	26.2%	24.8%	27.9%	23.6%
Sprijinirea firmelor mici și mijlocii	24.7%	25.5%	26.3%	28.0%	23.6%	21.6%	25.9%	25.0%
Sprijinirea comunităților sărace din orașe	24.0%	23.6%	26.1%	28.0%	25.1%	20.8%	19.7%	22.1%
Sprijinirea inovării în companii	16.2%	18.1%	19.9%	22.4%	18.3%	17.5%	17.4%	19.5%

Tabel 12 – Cunoașterea obiectivelor REGIO pe regiuni – evoluție

	BI	CENTRU	NE	NV	SE	SV	SUD-M	VEST
Reabilitarea drumurilor județene	-	-	3.1%	4.8%	-	-	-	3.0%
Izolarea termică, iluminatul public, transportul ecologic	-	-	3.1%	2.8%	-	-	-	1.6%
Reabilitarea muzeelor, monumentelor istorice, obiectivelor de patrimoniu	1.3%	-	5.0%	1.2%	-	-	-	2.6%
Sprijinirea turismului	-	0.4%	2.0%	3.0%	-	-	-	1.5%
Îmbunătățirea infrastructurii de sănătate, educație și asistență socială	-	-	2.5%	2.0%	1.9%	-	-	0.1%
Sprijinirea procesului de cadastrare a teritoriului	-	2.1%	1.7%	4.4%	-	-	-	0.4%
Sprijinirea firmelor mici și mijlocii	-	0.9%	0.8%	4.5%	-	-	-	1.8%
Sprijinirea comunităților sărace din orașe	-	-	1.7%	1.9%	-	-	-	2.6%
Sprijinirea inovării în companii	-	-	-	2.2%	-	-	-	2.4%

4. ATITUDINE GENERALĂ PRIVIND REGIO

4.1. Opinia privind POR

La nivel național opinia generală privind Programului Operațional Regional este una pozitivă pentru majoritatea persoanelor intervievate care cunosc POR, ușor sub nivelul din august 2023, 26.7% având o părere foarte bună (în ușoară scădere de la 27.9%) iar 54.5% având o părere mai degrabă bună (în ușoară creștere de la 53.7%). 5.5% dintre respondenți au o părere neutră (4.4% în august 2023) iar aproape 6.3% au o părere negativă (3.1% - părere mai degrabă proastă, iar 3.2% - părere foarte proastă). Se remarcă, de asemenea, o ușoară creștere a numărului celor care au auzit de POR dar nu au nici-o opinie (6.9% comparativ cu 6.3% în cercetarea anterioară).

Tabel 13 – Opinia despre Programul Operațional Regional - evoluție

	August 2023	Noiembrie 2023	Diferență
Foarte bună	27.9%	26.7%	-1.2%
Mai degrabă bună	53.7%	54.5%	0.8%
Neutră	4.4%	5.5%	1.2%
Mai degrabă proastă	4.9%	3.1%	-1.8%
Foarte proastă	2.8%	3.2%	0.4%
Nicio opinie	6.3%	6.9%	0.6%

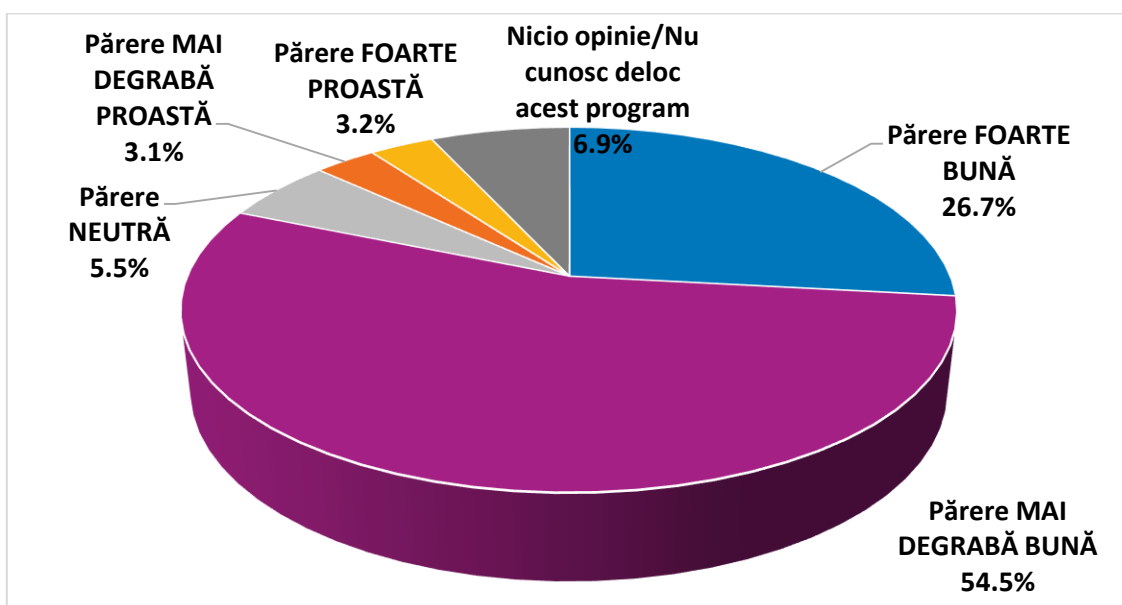


Figura 12 – Opina generală despre Programul Operațional Regional

Pe categorii de public țintă se constată o pondere mai mare a celor cu părere pozitivă față de POR în rândul persoanelor active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării (C) din mediul urban (84.3%) și rural (83.8%) și în rândul persoanelor active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației (A) din mediul urban (82.9%). O pondere mai mică a celor care au o părere pozitivă față de POR se evidențiază în special în rândul persoanelor tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, și în rândul persoanelor cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării (D) din mediul rural (77.4%) și urban (77.7%).

Tabel 14 – Opinia despre Programul Operațional Regional pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Foarte bună	22.0%	23.4%	29.0%	29.6%	19.9%	32.1%	26.0%	34.5%
Mai degrabă bună	60.8%	58.3%	52.6%	52.0%	64.4%	51.6%	51.7%	42.9%
Neutră	6.1%	5.2%	5.0%	2.4%	4.0%	2.6%	9.6%	8.8%
Mai degrabă proastă	2.2%	1.5%	2.5%	4.6%	5.8%	2.6%	2.5%	2.1%
Foarte proastă	1.4%	1.2%	1.9%	.8%	3.8%	5.5%	5.5%	5.5%
Nicio opinie	7.4%	10.5%	9.0%	10.5%	2.1%	5.5%	4.7%	6.2%

Pe categorii socio-demografice se poate observa în tabelul următor o evoluție pozitivă a opiniei pozitive privind POR în special în segmentul de vârstă 18-29 de ani (+6.8%), în rândul studenților (+3.7%) și al muncitorilor (+4.5%) și a celor cu venituri mici de cel mult 1600 RON pe lună (+6.1%).

Pe regiuni de dezvoltare, se poate observa o creștere a ponderii celor cu opinie pozitivă în regiunile Nord-Vest (+2.8%), Sud-Est (+2.6%) și în Vest (+2.2%). În regiunile Nord-Vest și Vest s-a înregistrat și o creștere a notorietății obiectivelor POR, așa cum am prezentat la punctul anterior.

Tabel 15 – Opinia despre Programul Operațional Regional pe categorii socio-demografice - evoluție

Categorii							
Gen	Masculin	Feminin					
	-	-					
Grupe de vârstă	18-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-64 ani	65+ ani		
	6.8%	-	0.1%	0.2%	-		
Mediu de rezidență	Urban	Rural					
	-	-					
Educație	Fără școală	Primară	Gimnazială	Profesională	Liceu	Post-liceală	Universitar
	-	-	-	1.6%	0.6%	-	0.5%
Ocupație	Muncitor	Nivel tehnic	Specialist	Patron, director	Inactiv	Student	Pensionar
	4.5%	-	-	-	1.2%	3.7%	-

Venit	Fără venit	Cel mult 1600 RON	1601-3000 RON	3001-5000 RON	Peste 5000 RON	NR
	-	6.1%	1.6%	-	-	0.5%

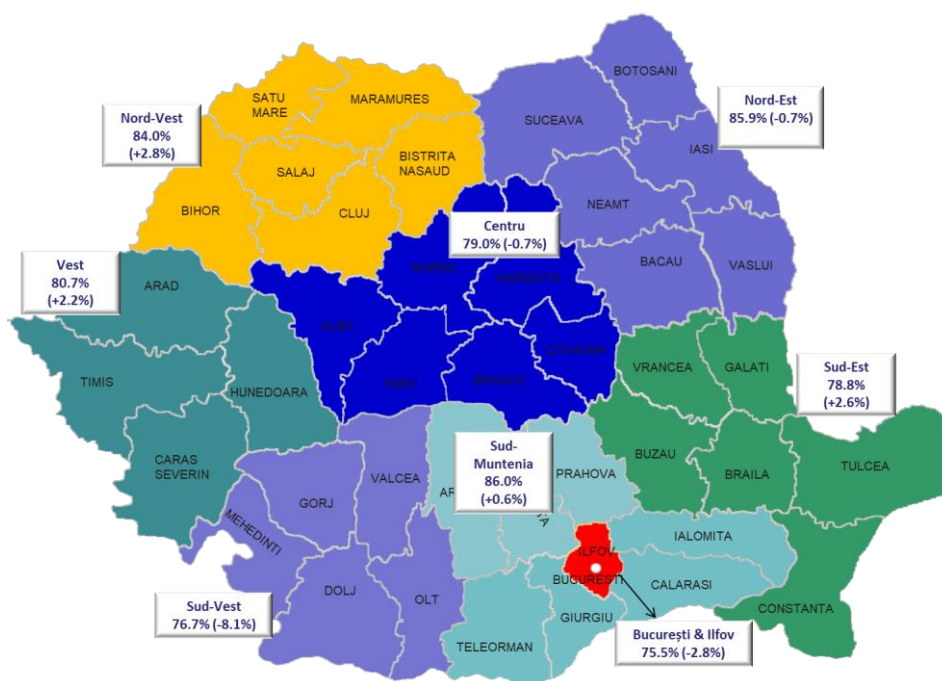


Figura 13 – Opinia pozitivă despre REGIO pe regiuni

4.2. Percepția nivelul individual de informare

Așa cum se poate vedea din chestionarul atașat acestui raport, respondenților care cunosc POR li s-a solicitat să evalueze propriul nivel de informare despre REGIO – nivelul de acord pe scala 1-4 (total de acord, mai degrabă de acord, mai degrabă dezacord, total dezacord) față de afirmația “Mă consider o persoană informată despre REGIO sau POR, adică Programul Operațional Regional”. În interpretarea rezultatelor, dezacordul are la bază lipsa de informare, acordul parțial o informare parțială, iar acordul total o informare foarte bună. Astfel, 18.1% dintre cei care cunosc POR se consideră foarte bine informați despre acesta. Aproape jumătate dintre cei care cunosc POR apreciază că au o informare parțială (39.9%) iar 42.1% nu se consideră informați (29.3% sunt mai degrabă în acord cu afirmația iar 12.7% sunt în total dezacord cu afirmația).

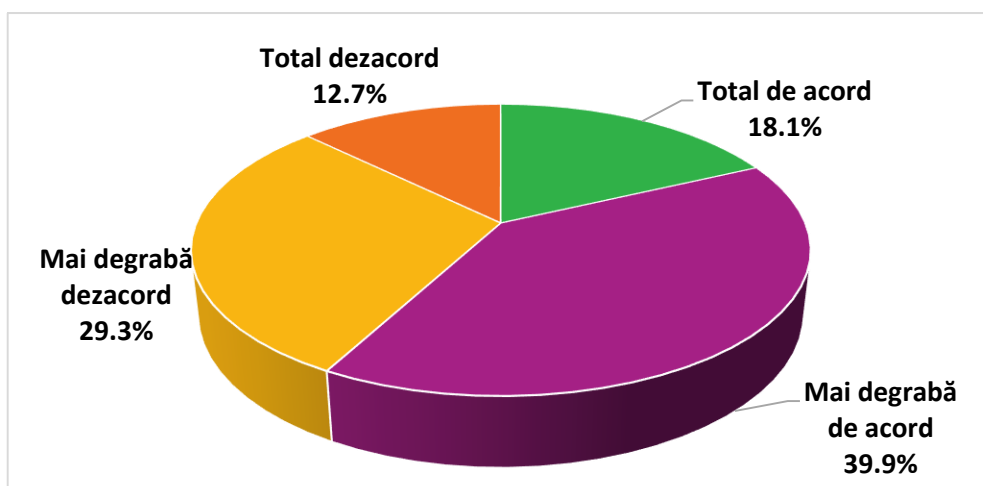


Figura 14 – Percepția nivelului individual de informare privind POR

Comparând percepția nivelului de informare privind POR la momentul acestui studiu cu percepția nivelului de informare la momentul studiului anterior (august 2023) se observă o scădere a nivelului de informare în percepția respondenților de 4.9%, respectiv o scădere de 0.7% a ponderii celor care sunt total de acord cu afirmația “Mă consider o persoană informată despre REGIO sau POR, adică Programul Operațional Regional” și o scădere de 4.2% a ponderii celor care sunt mai degrabă de acord cu această afirmație.

Tabel 16 – Percepția nivelului individual de informare privind POR - evoluție

	August 2023	Noiembrie 2023	Diferență
Total de acord	18.7%	18.1%	-0.7%
Mai degrabă de acord	44.1%	39.9%	-4.2%
Mai degrabă dezacord	26.5%	29.3%	2.8%
Total dezacord	10.7%	12.7%	2.0%

Distribuția pe categorii de public țintă, așa cum este prezentat în tabelul următor, este corelată cu cea pe ocupație, educație, categorii de vârstă. Persoanele din segmentul A (persoane active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației), atât urban cât și rural, se consideră mult mai puțin informate decât cele din segmentele C (persoane tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării) și D (persoane cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării).

Tabel 17 – Percepția nivelului individual de informare privind POR pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Total de acord	11.0%	9.6%	15.2%	16.9%	18.3%	22.7%	21.8%	28.6%
Mai degrabă de acord	32.9%	39.8%	38.3%	42.0%	44.5%	44.2%	41.6%	39.4%
Mai degrabă dezacord	42.9%	32.5%	30.8%	31.8%	25.6%	22.2%	23.1%	24.3%
Total dezacord	13.3%	18.1%	15.7%	9.4%	11.7%	10.9%	13.5%	7.8%

Pe regiuni de dezvoltare, ponderea celor care se consideră informați privind POR este mai mare în regiunile Sud-Vest (64.5%, în scădere cu 1.4% față de cercetarea anterioară din august 2023), Sud-Muntenia (61.9%, în scădere cu 5.4) și Nord-Est (61.2%, în scădere cu 3.8%). Regiunile în care există o pondere mai mică a celor care se consideră informați privind POR sunt regiunea Centru (52.9%, în scădere cu 9.2%) și regiunea București-Ilfov (47.6%, în scădere cu 8.2%).

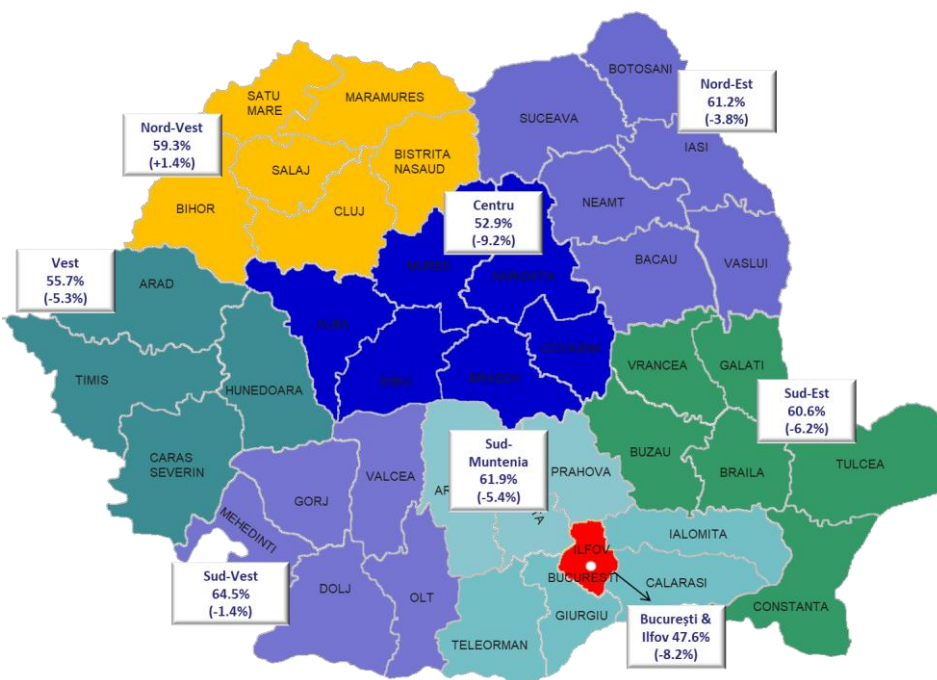


Figura 15 – Percepția pozitivă a nivelului individual de informare privind POR pe regiuni

4.3. Percepția clarității informației

Așa cum se poate vedea din chestionarul atașat acestui raport, respondenților care cunosc POR li s-a solicitat să evalueze claritatea informațiilor deținute despre POR – nivelul de acord pe scala 1-4 (total de acord, mai degrabă de acord, mai degrabă dezacord, total dezacord) față de afirmația “Informațiile pe care le dețin despre REGIO sau POR sunt clare”. În interpretarea rezultatelor, dezacordul are la bază neclaritatea informațiilor deținute, acordul parțial o claritate parțială, iar acordul total o claritate foarte mare. Astfel, 24.8% dintre cei care cunosc POR consideră că informațiile deținute despre acesta sunt foarte clare. Aproape jumătate dintre cei care cunosc POR apreciază că informațiile sunt oarecum clare (39.6%), iar 35.7% nu consideră informațiile deținute ca fiind clare (25.9% sunt mai degrabă în acord cu afirmația iar 9.8% sunt în total dezacord cu afirmația).

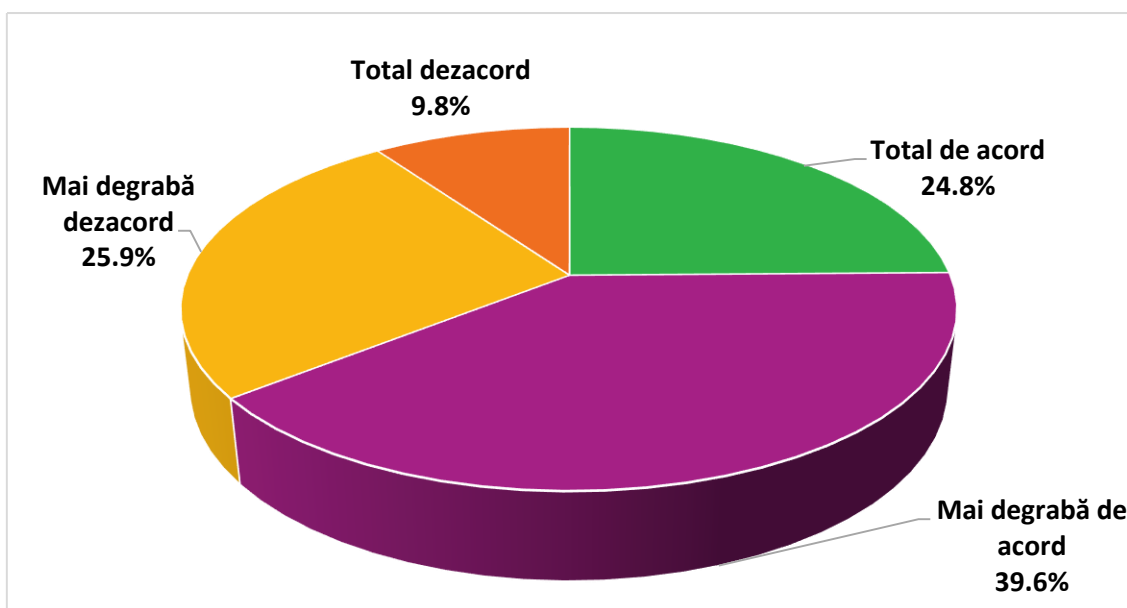


Figura 16 – Percepția clarității informației privind POR

Comparând percepția clarității informației privind POR la momentul acestui studiu cu percepția clarității informației la momentul studiului anterior (august 2023) se observă o scădere a clarității informației în percepția respondenților de 3.1%, respectiv o scădere de 1.2% a ponderii celor care sunt total de acord cu afirmația “ Informațiile pe care le dețin despre REGIO sau POR sunt clare” și o scădere de 1.9% a ponderii celor care sunt mai degrabă de acord cu această afirmație.

Tabel 18 – Percepția clarității informației privind POR - evoluție

	August 2023	Noiembrie 2023	Diferență
Total de acord	26.0%	24.8%	-1.2%
Mai degrabă de acord	41.4%	39.6%	-1.9%
Mai degrabă dezacord	23.2%	25.9%	2.6%
Total dezacord	9.4%	9.8%	0.5%

Distribuția pe categorii de public țintă, așa cum este prezentat în tabelul următor, este corelată cu cea pe ocupație, educație, categorii de vârstă. Persoanele din segmentul A (persoane active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației), atât urban cât și rural, și cele din segmentul B din mediu urban (persoane active, dinamice, tinere, cu educație medie, sau persoane active, cu nivel ridicat de educație și vârstă peste media populației) consideră claritatea informației privind POR la un nivel mai mic decât cele din segmentele C (persoane tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării) și D (persoane cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării).

Tabel 19 – Percepția clarității informației privind POR pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Total de acord	15.5%	18.3%	20.7%	23.4%	24.3%	32.6%	33.7%	31.5%
Mai degrabă de acord	35.7%	37.9%	37.4%	45.4%	44.1%	40.3%	39.1%	39.6%
Mai degrabă dezacord	38.3%	30.7%	29.4%	22.9%	20.3%	21.0%	19.7%	22.5%
Total dezacord	10.5%	13.1%	12.6%	8.2%	11.3%	6.2%	7.5%	6.3%

Pe regiuni de dezvoltare, ponderea celor care consideră informațiile privind POR clare este mai mare în regiunile Sud-Vest (70.8%, în creștere cu 1.1% față de cercetarea anterioară din august 2023), Nord-Est (70.5%, în scădere cu 0.8%) și Nord-Vest (70.0%, în creștere cu 10.1%). Regiunile în care există o pondere mai mică a celor care consideră informațiile privind POR clare sunt regiunea București-Ilfov (50.6%, în scădere cu 7.2%) și regiunea Centru (58.3%, în scădere cu 12.8%).

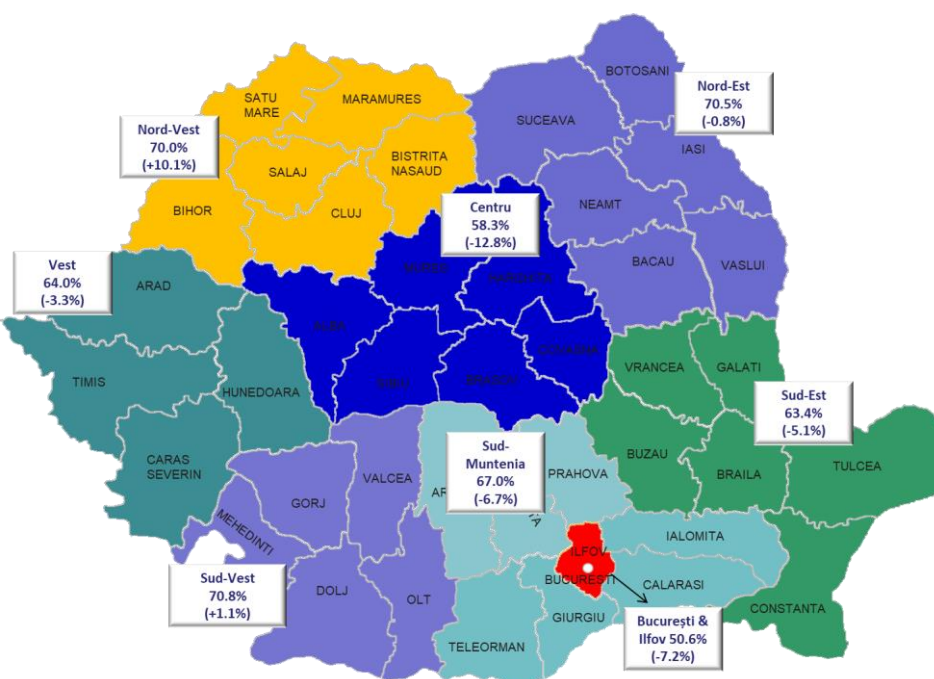


Figura 17 – Percepția pozitivă a clarității informației privind POR pe regiuni

4.4. Percepția contribuției POR la creșterea calității vieții

În cadrul interviurilor, respondenților care cunosc POR li s-a solicitat să evalueze percepția asupra contribuției proiectelor finanțate prin POR la creșterea calității vieții în România – nivelul de acord pe scala 1-4 (total de acord, mai degrabă de acord, mai degrabă dezacord, total dezacord) față de afirmația “Proiectele finanțate prin REGIO sau POR contribuie la creșterea calității vieții în România”. În interpretarea rezultatelor, dezacordul are la bază lipsa de contribuție la creșterea calității vieții, acordul parțial o contribuție medie, iar acordul total o contribuție foarte mare. Astfel, 51.7% dintre cei care cunosc POR consideră că proiectele finanțate prin POR contribuie la creșterea calității vieții și sunt în totalitate de acord cu acest aspect. 36.6% dintre cei care cunosc POR apreciază că aceste proiecte au o contribuție parțială (au menționat că sunt mai degrabă de acord), iar 11.6% consideră că aceste proiecte nu aduc o contribuție la creșterea calității vieții în România.

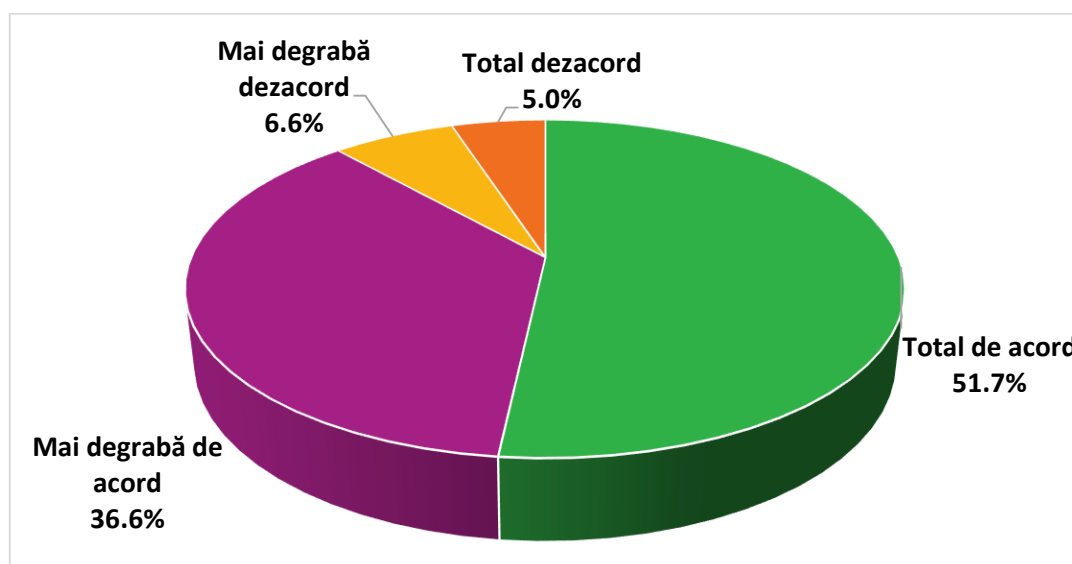


Figura 18 – Percepția contribuției POR la creșterea calității vieții

Comparând percepția contribuției POR la creșterea calității vieții la momentul acestui studiu cu percepția față de acest aspect la momentul studiului anterior (august 2023) se observă o scădere în percepția respondenților de 0.6%, respectiv o creștere ușoară de 0.1% a ponderii celor care sunt total de acord cu afirmația „Proiectele finanțate prin REGIO sau POR contribuie la creșterea calității vieții în România” și o scădere de 0.7% a ponderii celor care sunt mai degrabă de acord cu această afirmație.

Tabel 20 – Percepția contribuției POR la creșterea calității vieții - evoluție

	August 2023	Noiembrie 2023	Diferență
Total de acord	51.6%	51.7%	0.1%
Mai degrabă de acord	37.3%	36.6%	-0.7%
Mai degrabă dezacord	6.3%	6.6%	0.3%
Total dezacord	4.8%	5.0%	0.3%

Pe categorii de public țintă se poate observa în tabelul următor o pondere mai mare a celor cu o percepție pozitivă asupra contribuției POR la creșterea calității vieții cu precădere în rândul persoanelor active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației (A) și a persoanelor tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoanelor active cu nivel mediu de educație, sau persoanelor cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării (C).

Tabel 21 – Percepția contribuției POR la creșterea calității vieții pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Total de acord	47.2%	54.1%	55.3%	47.5%	53.1%	52.4%	51.0%	52.2%
Mai degrabă de acord	44.2%	35.6%	34.6%	37.3%	36.2%	37.4%	32.3%	35.2%
Mai degrabă dezacord	5.5%	6.4%	5.8%	8.5%	6.3%	6.5%	7.0%	8.1%
Total dezacord	3.1%	3.9%	4.3%	6.6%	4.4%	3.7%	9.8%	4.5%

Pe regiuni de dezvoltare se poate observa în tabelul următor o pondere mai mare a celor cu o percepție pozitivă asupra contribuției POR la creșterea calității vieții cu precădere în regiunile Nord-Vest (94.8%, în creștere cu 2.3%), Vest (90.8%, în creștere cu 0.3%) și Centru (89.4%, în creștere cu 2.4%). În regiunile Sud-Muntenia, București și Sud-Vest se poate observa o scădere a ponderii celor cu o percepție pozitivă asupra contribuției POR la creșterea calității vieții.

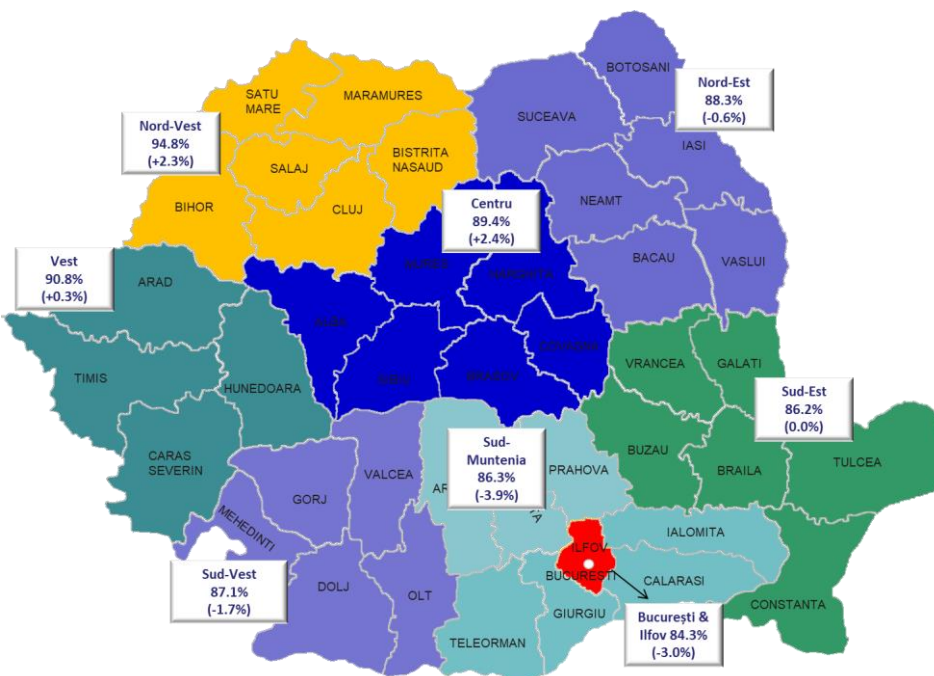


Figura 19 – Percepția pozitivă a contribuției POR la creșterea calității vieții pe regiuni

4.5. Percepția alocării banilor pe zone

În cadrul interviurilor, respondenților care cunosc POR li s-a solicitat să evalueze percepția asupra banilor alocați prin REGIO – nivelul de acord pe scala 1-4 (total de acord, mai degrabă de acord, mai degrabă dezacord, total dezacord) față de afirmația “Banii alocați prin REGIO sau POR se duc în zonele în care este nevoie”. În interpretarea rezultatelor, dezacordul are la bază o distribuție neadecvată a banilor, acordul parțial o o contribuție oarecum adecvată, iar acordul total o distribuție corectă a banilor pe zonele în care este nevoie. Astfel, 32.0% dintre cei care cunosc POR consideră că banii alocați prin POR se duc exact în zonele în care este nevoie de ei și sunt în totalitate de acord cu acest aspect. 40.2% dintre cei care cunosc POR apreciază că banii sunt alocați oarecum adecvat (au menționat că sunt mai degrabă de acord) iar 27.8% consideră că banii nu sunt alocați corespunzător.

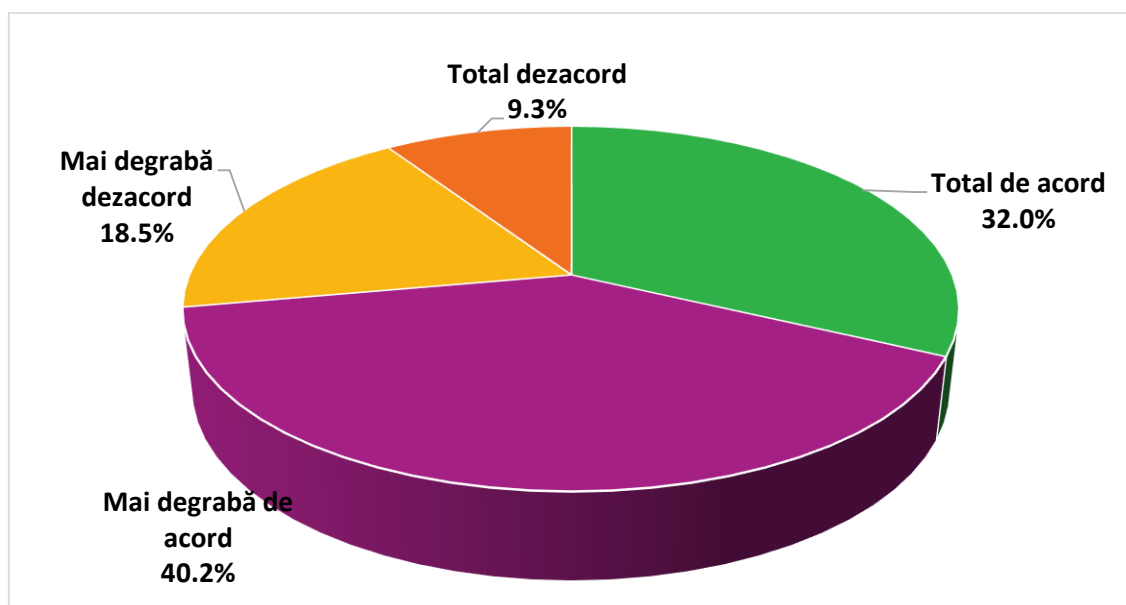


Figura 20 – Percepția alocării banilor pe zone în cadrul POR

Comparând percepția alocării banilor pe zone în cadrul POR la momentul acestui studiu cu percepția față de acest aspect la momentul studiului anterior (august 2023) se observă o scădere în percepția respondenților de 2.0%, respectiv o scădere ușoară de 0.6% a ponderii celor care sunt total de acord cu afirmația „Banii alocați prin REGIO sau POR se duc în zonele în care este nevoie” și o scădere de 1.4% a ponderii celor care sunt mai degrabă de acord cu această afirmație.

Tabel 22 – Percepția alocării banilor pe zone în cadrul POR - evoluție

	August 2023	Noiembrie 2023	Diferență
Total de acord	32.6%	32.0%	-0.6%
Mai degrabă de acord	41.6%	40.2%	-1.4%
Mai degrabă dezacord	17.9%	18.5%	0.6%
Total dezacord	7.9%	9.3%	1.5%

Pe categorii de public țintă se poate observa în tabelul următor o pondere mai mare a celor cu o percepție pozitivă asupra alocării banilor din cadrul proiectelor POR pe zone de necesitate cu precădere în rândul persoanelor tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării (C).

Tabel 23 – Percepția alocării banilor pe zone în cadrul POR pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Total de acord	22.1%	26.7%	30.0%	28.8%	36.3%	38.9%	32.6%	40.8%
Mai degrabă de acord	47.6%	49.6%	44.3%	42.4%	41.5%	36.3%	30.8%	30.1%
Mai degrabă dezacord	21.1%	15.4%	18.8%	18.4%	15.6%	15.8%	18.6%	22.0%
Total dezacord	9.1%	8.2%	6.8%	10.4%	6.6%	9.0%	17.9%	7.1%

Pe regiuni de dezvoltare se poate observa în tabelul următor o pondere mai mare a celor cu o percepție pozitivă asupra alocării banilor din cadrul proiectelor POR pe zone de necesitate cu precădere în regiunile Nord-Est (77.1%, în ușoară scădere cu 0.1%), Centru (76.9%, în ușoară creștere cu 0.7%) și Sud-Vest (73.7%, în scădere cu 2.4%).

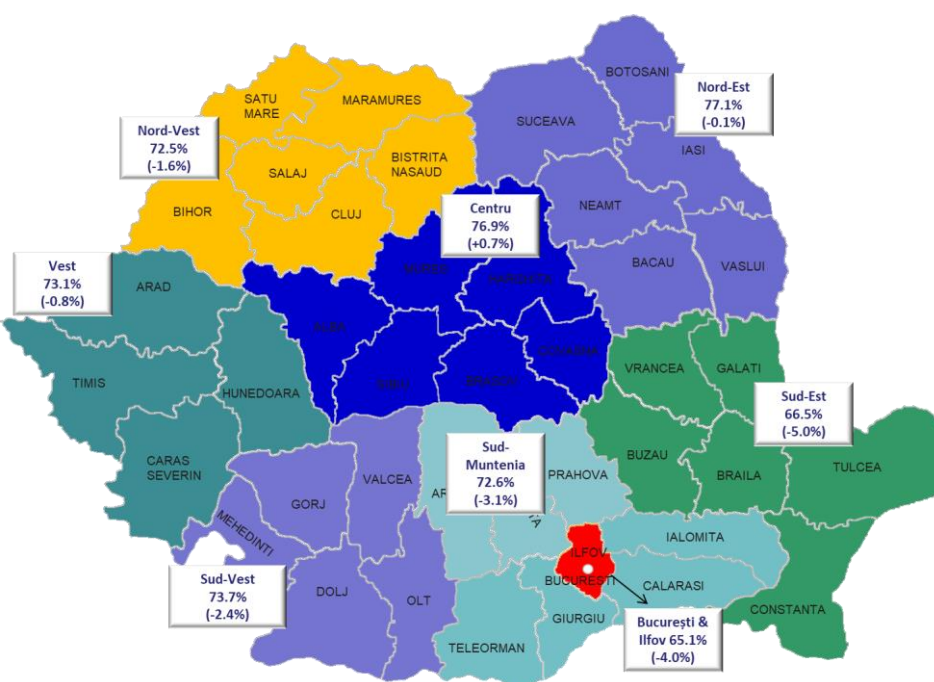


Figura 21 – Percepția pozitivă a alocării banilor pe zone în cadrul POR pe regiuni

5. INTERESUL PRIVIND REGIO

Așa cum se poate vedea din chestionarul atașat acestui raport, respondenților care cunosc POR li s-a solicitat să evalueze propriul interes de informare despre REGIO – nivelul de acord pe scala 1-4 (total de acord, mai degrabă de acord, mai degrabă dezacord, total dezacord) față de afirmația „Sunt interes să primesc în continuare informații despre REGIO sau POR”. În interpretarea rezultatelor, dezacordul are la bază lipsa de interes, acordul parțial un interes mediu, iar acordul total un interes foarte mare. Astfel, 34.2% dintre cei care cunosc POR sunt foarte interesați să primească în continuare informații despre POR. 33.1% dintre cei care cunosc POR își exprimă un interes mediu iar 32.8% nu sunt interesați să fie informați în continuare privind POR (17.3% sunt mai degrabă în acord cu afirmația iar 15.5% sunt în total dezacord cu afirmația).

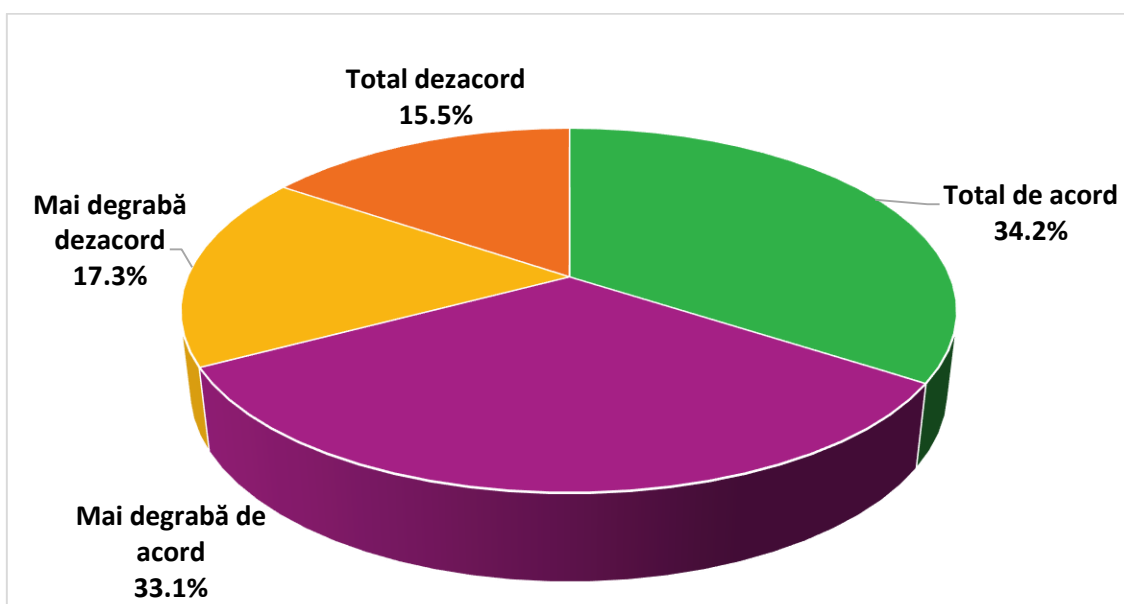


Figura 22 – Interesul privind REGIO

Comparând interesul privind REGIO la momentul acestui studiu cu percepția față de acest aspect la momentul studiului anterior (august 2023) se observă o scădere de 4.2% a celor care sunt total de acord cu afirmația „Sunt interes să primesc în continuare informații despre REGIO sau POR” și o creștere de 2.8% a ponderii celor care sunt mai degrabă de acord cu această afirmație.

Tabel 24 – Interesul privind REGIO - evoluție

	August 2023	Noiembrie 2023	Diferență
Total de acord	38.4%	34.2%	-4.2%
Mai degrabă de acord	30.3%	33.1%	2.8%
Mai degrabă dezacord	16.6%	17.3%	0.7%
Total dezacord	14.8%	15.5%	0.7%

Distribuția pe categorii de public țintă, așa cum este prezentat în tabelul următor, este corelată cu cea pe ocupație, educație, categorii de vârstă. Astfel un interes mai mare pentru informații privind POR se înregistrează în rândul persoanelor cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării (D) și în rândul persoane tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării (C).

Tabel 25 – Interesul privind REGIO pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural	Urban	Rural
Total de acord	26.5%	31.6%	35.9%	29.5%	33.2%	43.4%	33.2%	40.0%
Mai degrabă de acord	32.6%	25.8%	31.8%	34.1%	33.4%	30.9%	34.7%	39.5%
Mai degrabă dezacord	16.3%	27.3%	16.8%	21.5%	20.6%	15.7%	14.4%	12.5%
Total dezacord	24.6%	15.2%	15.5%	14.9%	12.9%	10.0%	17.7%	7.9%

Pe regiuni de dezvoltare, ponderea celor care sunt interesați într-o mai mare măsură să primească informații privind POR este mai mare în regiunile Sud-Vest (73.0%, în creștere cu 2.9% față de cercetarea anterioară) și Nord-Est (72.2%, cu o scădere de 6.8%). Cel mai scăzut interes se înregistrează în regiunea București-Ilfov (61.7%, valoare care se menține la nivelul din august 2023).

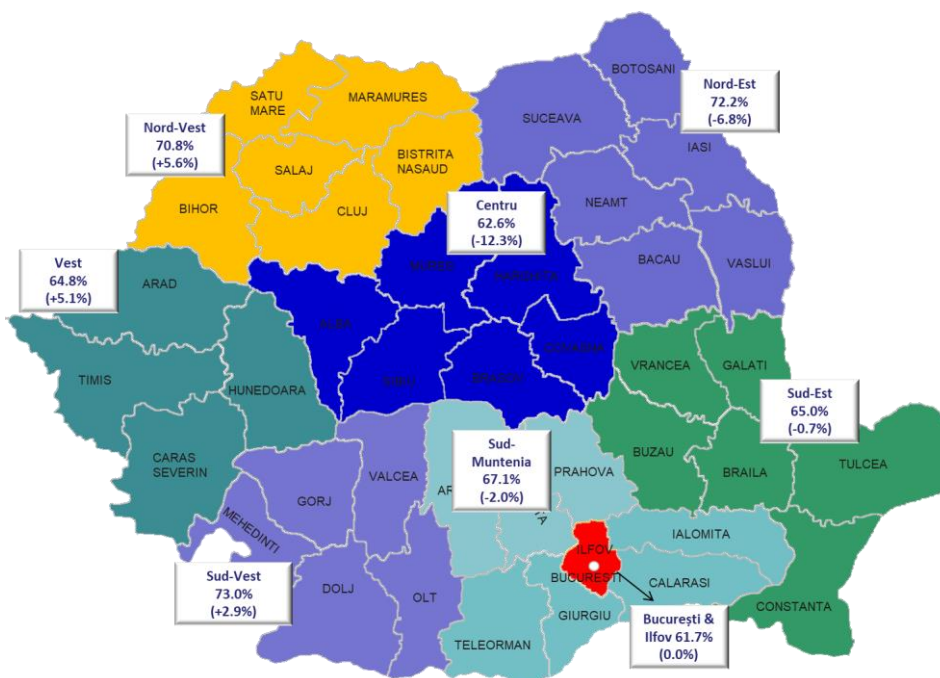


Figura 23 – Interesul privind REGIO pe regiuni

6. MEDII DE COMUNICARE A REGIO LA NIVEL NAȚIONAL

6.1. Surse de informare privind POR

Principala sursă de informare despre POR (programul Operațional Regional) este televiziunea pentru 62.7% dintre persoanele care au menționat că știu/au auzit de POR. Această sursă de informare este urmată de internet și rețelele de socializare (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, etc) pentru 47.2% dintre respondenți. O altă zonă de informare o reprezintă panourile și afișele stradale pentru 34.4%, persoanele apropiate (rude/ prieteni/ cunoștințe/ colegi) pentru 30.5% dintre respondenți și radioul pentru 24.3%.

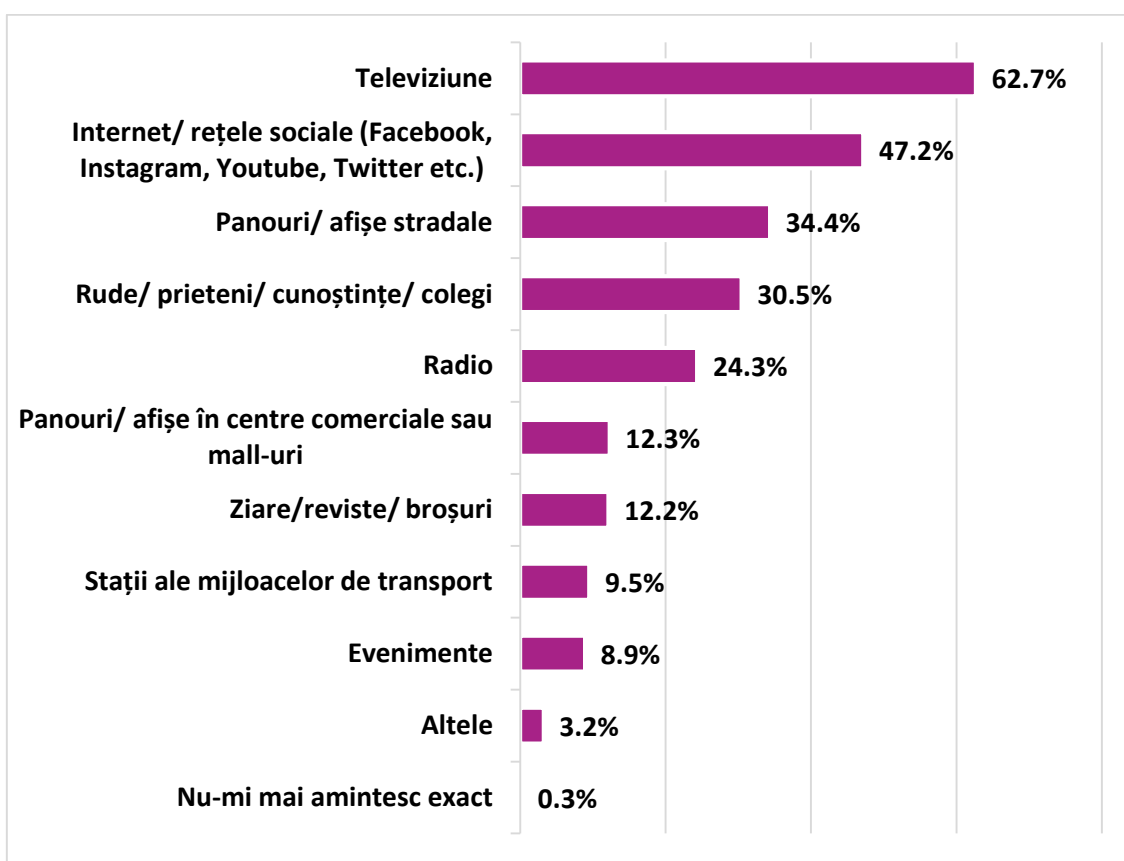


Figura 24 – Surse de informare privind POR

6.2. Medii de comunicare în cadrul campaniei POR

Principalul canal de comunicare cu impact în cadrul campaniei a fost reprezentat de site-uri pe Internet, 55.5% dintre cei care au văzut sau auzit reclame/ anunțuri de promovare pentru REGIO în ultimele 3 luni au menționat că au văzut reclame/ anunțuri pe site-uri pe internet. Printre principalele canale de comunicare se regasesc și afișele/bannerele stradale-exterioare pentru 50.2% dintre cei care au văzut sau auzit reclame/ anunțuri de promovare pentru REGIO în ultimele 3 luni și Facebook-ul pentru 48.9%.

Ecranele video în aeroporturi au fost văzute doar de 6.5% dintre cei care au văzut/ auzit campania REGIO, iar ecranele video din stațiile de metrou au fost văzute doar de 5.4%, ambele canale fiind accesibile pentru un public restrâns de populație. Majoritatea celor care au menționat altă sursă s-au referit la televiziune.

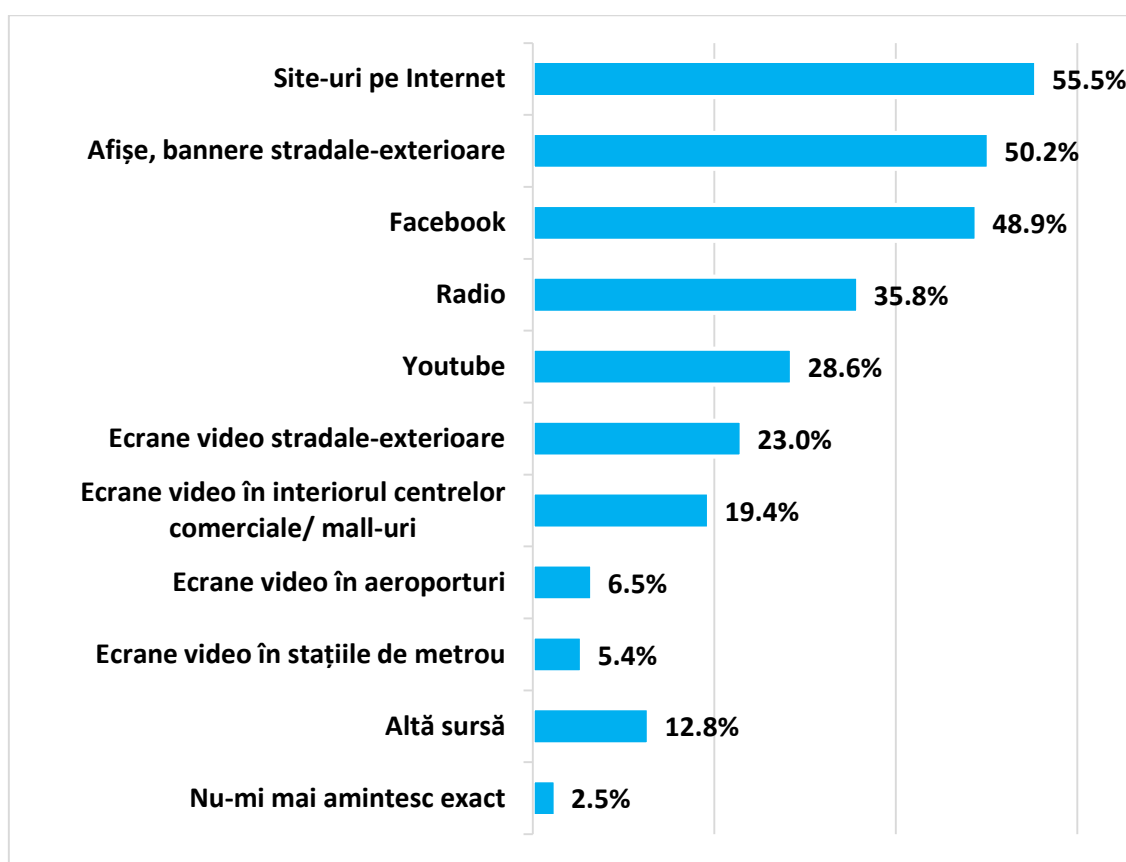


Figura 25 – Medii de comunicare în cadrul campaniei POR

Pe categorii de public țintă, se poate observa în tabelul următor că principalele canale de comunicare la care au fost văzute/auzite reclame/anunțuri de promovare pentru REGIO în ultimele 3 luni sunt site-uri pe Internet, afișele/bannerele stradale-exteriore și Facebook-ul, doar cu mici diferențe între categorii. Astfel, pentru persoanele din segmentul A (persoane active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației), atât din mediul urban cât și din mediul rural, canalul media cel mai vizibil a fost reprezentat de afișe, bannere stradale-exteriore, pentru persoanele din segmentele B și C (persoane active, dinamice, tinere, cu educație cel mult medie, persoane active, cu nivel ridicat de educație și vârstă peste media populației, persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării) canalul media cel mai vizibil a fost reprezentat de site-uri pe Internet. Pentru persoanele din categoria D (persoane cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării) din mediul urban principalul canal de comunicare la care au văzut/ auzit campania POR este reprezentat de Facebook.

Tabel 26 – Medii de comunicare în cadrul campaniei POR pe categorii de public țintă

	A		B		C		D	
	U	R	U	R	U	R	U	R
Site-uri pe Internet	56.6%	61.5%	63.7%	66.6%	53.5%	58.7%	45.6%	31.6%
Afișe, bannere stradale-exteriore	57.5%	64.2%	56.8%	55.6%	44.0%	48.8%	29.4%	42.3%
Facebook	43.1%	57.8%	52.1%	62.2%	42.4%	57.6%	49.7%	34.9%
Radio	27.9%	28.6%	37.9%	29.9%	38.2%	42.4%	39.9%	41.3%
Youtube	25.2%	21.3%	27.0%	37.3%	26.3%	38.6%	26.6%	25.3%
Ecrane video stradale-exteriore	21.4%	12.3%	29.2%	30.2%	22.3%	20.5%	17.1%	20.4%
Ecrane video în interiorul centrelor comerciale/ mall-uri	8.0%	7.2%	26.1%	24.3%	17.7%	22.5%	23.3%	22.5%
Ecrane video în aeroporturi	6.6%	2.8%	10.1%	8.9%	3.2%	4.4%	6.8%	5.8%
Ecrane video în stațiile de metrou	5.1%	2.3%	5.6%	10.3%	4.9%	4.3%	9.1%	1.6%
<i>Altă sursă</i>	8.3%	7.2%	10.0%	7.8%	15.4%	13.7%	20.6%	21.9%
<i>Nu-mi mai amintesc exact</i>	2.4%	4.8%	3.3%	2.7%	1.2%	0.8%	-	5.9%

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Notorietatea REGIO după campania de comunicare desfășurată la nivel național în 2023 se situează la un nivel de 42.2% din populație, în ușoară creștere față de nivelul înregistrat înaintea acestei campanii.

19.0% dintre respondenți (45.0% dintre cei care au auzit de POR) au menționat că au văzut sau au auzit în ultimele 3 luni reclame/ anunțuri de promovare pentru REGIO/ POR (Programul Operational Regional). Ponderea mică a celor care au văzut/ auzit astfel de reclame/ anunțuri se reflectă în creșterea redusă a notorietății POR.

Creșterea notorietății s-a înregistrat în special:

- În rândul persoanelor de gen feminin (+3.0%);
- În mediul urban (+5.9%);
- În grupa de vârstă 30-39 de ani (+5.8%);
- În rândul persoanelor cu educație cel puțin medie: liceu (+5.5%), școală post-liceală (+13.5%) sau studii universitare sau post universitare (+6.5%);
- În special rândul patronilor/directorilor (+11.4%), specialiștilor (+8.0%), personalului tehnic (+7.6%).

Pe categorii de public țintă și medii de rezidență se constată un nivel mai ridicat al notorietății POR în rândul categoriei de persoane active, dinamice, cu educație superioară, sub media de vârstă a populației (64.4% - urban, 63.5% - rural) și a categoriei de persoane active, dinamice, tinere, cu educație medie, sau persoane active, cu nivel ridicat de educație și vârstă peste media populației din mediul urban (57.8%).

Profilul celor care nu cunosc REGIO (deficitul de notorietate) este reprezentat de: persoane cu studii inferioare sau medii, din ambele medii de rezidență, dar predominant din mediul rural, persoane inactive, studenți, pensionari și muncitori. Cel mai slab nivel de notorietate POR se înregistrează în cazul categoriei de persoane cu un nivel scăzut sau de educație, active sau la vârsta pensionării, sau persoane cu nivel mediu de educație aflați la vârsta pensionării (38.6% - urban, 24.8% - rural) și a categoriei de persoane tinere, active, dinamice, cu nivel scăzut de educație, sau persoane active cu nivel mediu de educație, sau persoane cu un nivel superior de educație aflați la vârsta pensionării din mediul rural (30.4%).

Nivelul de cunoaștere a REGIO pe tipuri de public poate fi împărțit în trei categorii de public general:

- ✓ **public specializat**, aproximativ 8.2% dintre respondenții care au auzit de POR (3.4% din populație), respectiv publicul general care cunoaște obiectivele, proiecte concrete și evident, a auzit de REGIO; *Ponderea acestora este în ușoară scădere de la 9.6% dintre cei care au auzit de POR în pre campanie, respectiv 3.8% din populație în pre campanie;*
- ✓ **publicul proximitate**, public la nivelul căruia se înregistrează un grad mai scăzut de cunoaștere a obiectivelor, însă cu o cunoaștere concretă a unor proiecte finanțate prin POR, aproximativ 30.0% dintre respondenții care au auzit de POR (13.0% din populație); *Ponderea acestora este în ușoară scădere de la 32.7% dintre cei care au auzit de POR în pre campanie, respectiv 13.1% din populație în pre campanie;*

- ✓ **publicul general**, care a auzit de Programul Operațional Regional, indiferent de nivelul celorlalți indicatori (nivelul cel mai larg), aproximativ 61.1% dintre respondenții care au auzit de POR (25.8% din total populație). *Ponderea acestora este în creștere de la 57.7% dintre cei care au auzit de POR în pre campanie, respectiv 23.1% din populație în pre campanie.*

Notorietatea obiectivelor REGIO este asemănătoare cu cea din august 2023, înainte de realizarea campaniei. O creștere ușoară au înregistrat Sprijinirea procesului de cadastrare a teritoriului (+0.4 procente, de la 26.3% la 26.7%), Reabilitarea drumurilor județene (+0.2 procente, de la 33.5% la 33.7%) și Reabilitarea muzeelor, monumentelor istorice, obiectivelor de patrimoniu (+0.1 procente, de la 30.3% la 30.4%). Obiectivele REGIO cu cel mai scăzut nivel de cunoaștere în rândul populației intervievate sunt: sprijinirea procesului de cadastrare a teritoriului, sprijinirea firmelor mici și mijlocii și sprijinirea comunităților sărace din orașe.

La nivel național aproximativ jumătate (48.9%, în ușoară scădere de la 49.6% în studiul pre campanie) dintre cei care au auzit de POR au auzit sau știu un proiect finanțat prin Programul Operațional Regional, ceea ce reprezintă 20.6% din populația intervievată (în ușoară creștere de la 19.8% în studiul pre campanie).

28.2% dintre cei care au auzit de POR au văzut/ auzit în ultimele 3 luni anunțuri/ reclame de promovare pentru REGIO/ Por dar și cunosc sau cel puțin au auzit de un proiect finanțat prin REGIO/ POR. Ei au în general o părere pozitivă despre POR (89.1% dintre aceștia). 21.0% dintre cei care au auzit de POR nu au văzut/ auzit în ultimele 3 luni anunțuri/ reclame de promovare pentru REGIO/ Por, ci doar cunosc sau cel puțin au auzit de un proiect finanțat prin REGIO/ POR. Părerea lor despre por este una pozitivă, dar puțin mai slabă față de a celor care au și văzut/ auzit campania POR (80.9% dintre aceștia). 17.0% dintre cei care au auzit de POR au văzut/ auzit în ultimele 3 luni anunțuri/ reclame de promovare pentru REGIO/ Por, fără să fi auzit de proiecte finanțate prin REGIO/ POR, iar 82.8% dintre aceștia au o părere pozitivă despre POR. O pondere mare dintre respondenți, 34% dintre cei care au auzit de POR nu cunosc proiecte finanțate prin POR și nici nu au văzut/ auzit ultima campanie. Părerea lor este pozitivă în mai mică măsură decât a celorlalți (74.3% dintre aceștia au o părere pozitivă).

Luând în calcul construcția notorietății în corelație cu opinia față de POR putem estima o scădere potențială a notorietății 18.7% din valoarea actuală (pană la un nivel de 34.3%) din cauza opiniei negative. Această diminuare nu se produce imediat însă poate începe după încheierea unui moment de campanie de comunicare.

Opinia față de REGIO s-a menținut la același nivel sau a înregistrat o ușoară scădere. La fel și percepția față de claritatea informațiilor și interesul pentru informații. Majoritatea celor care cunosc REGIO (81.3%) au o opinie pozitivă generală despre REGIO. Un procent de 6.3% au o opinie negativă, iar 5.5% au o opinie neutră. Un procent de 6.9% dintre cei care cunosc REGIO doar au auzit însă nu au o opinie conturată despre acesta.

Doar 18.1% dintre cei care au auzit de REGIO consideră că sunt bine informați iar pentru 24.8% informațiile sunt clare.

Cei care doresc să primească în continuare informații despre REGIO sunt cei care consideră că dețin deja un bagaj de informații semnificativ (67.2% dintre cei care consideră că sunt bine informați doresc să primească în continuare informații, în scădere de la 77.0%).

Analizând astfel aprecierea personală a nivelului de informare și interesul pentru a primi în continuare informații despre POR se constată că 45.8% dintre cei care cunosc POR consideră că sunt informați și prezintă în continuare un interes de informare, în scădere de la 49.9%.

12.1% dintre cei care cunosc POR consideră că sunt informați însă nu prezintă în continuare un interes de informare. O altă categorie este a celor care consideră că nu sunt informați despre POR și doresc să primească informații (21.4%, în creștere de la 18.7%), iar o a patra categorie este reprezentată de cei care consideră că nu sunt informați despre POR și nici nu doresc să primească informații (20.7%, în creștere de la 18.5%).

Principală sursă de informare despre POR (programul Operațional Regional) este televiziunea pentru 62.7% dintre persoanele care au menționat că știu/au auzit de POR. Această sursă de informare este urmată de internet și rețelele de socializare (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, etc) pentru 47.2% dintre respondenți. O altă zonă de informare o reprezintă panourile și afișele stradale pentru 34.4%, persoanele apropiate (rude/ prieteni/ cunoștințe/ colegi) pentru 30.5% dintre respondenți, și radioul pentru 24.3%.

Principalul canal de comunicare cu impact în cadrul campaniei a fost reprezentat de site-uri pe Internet, 55.5% dintre cei care au văzut sau auzit reclame/ anunțuri de promovare pentru REGIO în ultimele 3 luni au menționat că au văzut reclame/ anunțuri pe site-uri pe internet. Printre principalele canale de comunicare se regasesc și afișele/bannerele stradale-exterioare pentru 50.2% dintre cei care au văzut sau auzit reclame/ anunțuri de promovare pentru REGIO în ultimele 3 luni și Facebook-ul pentru 48.9%.

ANEXE

Anexa 1: Index de figuri

<i>Figura 1 – Matricea agregării caracteristicilor socio-demografice.....</i>	<i>9</i>
<i>Figura 2 – Cunoașterea Fondurilor Europene</i>	<i>10</i>
<i>Figura 3 – Cunoașterea Fondurilor Europene pe regiuni</i>	<i>12</i>
<i>Figura 4 – Cunoașterea REGIO</i>	<i>14</i>
<i>Figura 5 – Cunoașterea Programului Operațional Regional pe regiuni.....</i>	<i>15</i>
<i>Figura 6 – Cunoaștere campanie POR.....</i>	<i>16</i>
<i>Figura 7 – Cunoașterea proiectelor finanțate prin POR.....</i>	<i>18</i>
<i>Figura 8 – Construcția notorietății POR</i>	<i>18</i>
<i>Figura 9 – Cunoaștere campanie POR pe regiuni.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 10 – Cunoașterea proiectelor finanțate prin POR – analiza pe regiuni</i>	<i>20</i>
<i>Figura 11 – Cunoașterea obiectivelor REGIO</i>	<i>21</i>
<i>Figura 12 – Opinia generală despre Programul Operațional Regional.....</i>	<i>24</i>
<i>Figura 13 – Opinia pozitivă despre REGIO pe regiuni</i>	<i>26</i>
<i>Figura 14 – Percepția nivelului individual de informare privind POR.....</i>	<i>27</i>
<i>Figura 15 – Percepția pozitivă a nivelului individual de informare privind POR pe regiuni</i>	<i>28</i>
<i>Figura 16 – Percepția clarității informației privind POR</i>	<i>29</i>
<i>Figura 17 – Percepția pozitivă a clarității informației privind POR pe regiuni.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 18 – Percepția contribuției POR la creșterea calității vieții.....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 19 – Percepția pozitivă a contribuției POR la creșterea calității vieții pe regiuni</i>	<i>32</i>
<i>Figura 20 – Percepția alocării banilor pe zone în cadrul POR</i>	<i>33</i>
<i>Figura 21 – Percepția pozitivă a alocării banilor pe zone în cadrul POR pe regiuni.....</i>	<i>34</i>
<i>Figura 22 – Interesul privind REGIO</i>	<i>35</i>
<i>Figura 23 – Interesul privind REGIO pe regiuni</i>	<i>36</i>
<i>Figura 24 – Surse de informare privind POR</i>	<i>37</i>
<i>Figura 25 – Medii de comunicare în cadrul campaniei POR</i>	<i>38</i>

Anexa 2: Index de tabele

<i>Tabel 1 – Numărul chestionarelor realizate la nivel regional.....</i>	<i>5</i>
<i>Tabel 2 – Structura eșantionului rezultat</i>	<i>6</i>
<i>Tabel 3 – Structura eșantionului rezultat pe regiuni.....</i>	<i>7</i>
<i>Tabel 4 – Cunoașterea Fondurilor Europene pe categorii de populație</i>	<i>11</i>
<i>Tabel 5 – Cunoașterea Fondurilor Europene pe categorii de public țintă</i>	<i>11</i>
<i>Tabel 6 – Cunoașterea Programului Operațional Regional pe categorii de public țintă</i>	<i>15</i>
<i>Tabel 7 – Potențialul de expansiune prin raportarea la ponderea categoriei de public țintă .</i>	<i>16</i>
<i>Tabel 8 – Evoluție notorietate POR pe categorii socio-demografice</i>	<i>17</i>
<i>Tabel 9 – Cunoașterea obiectivelor REGIO - evoluție</i>	<i>21</i>
<i>Tabel 10 – Cunoașterea obiectivelor REGIO pe categorii de public țintă</i>	<i>22</i>
<i>Tabel 11 – Cunoașterea obiectivelor REGIO pe regiuni</i>	<i>22</i>
<i>Tabel 12 – Cunoașterea obiectivelor REGIO pe regiuni</i>	<i>23</i>

Tabel 13 – Opinia despre Programul Operațional Regional - evoluție.....	24
Tabel 14 – Opinia despre Programul Operațional Regional pe categorii de public țintă.....	25
Tabel 15 – Opinia despre Programul Operațional Regional pe categorii socio-demografice - evoluție	25
Tabel 16 – Percepția nivelului individual de informare privind POR - evoluție	27
Tabel 17 – Percepția nivelului individual de informare privind POR pe categorii de public țintă	27
Tabel 18 – Percepția clarității informației privind POR - evoluție	29
Tabel 19 – Percepția clarității informației privind POR pe categorii de public țintă	30
Tabel 20 – Percepția contribuției POR la creșterea calității vieții - evoluție	31
Tabel 21 – Percepția contribuției POR la creșterea calității vieții pe categorii de public țintă	32
Tabel 22 – Percepția alocării banilor pe zone în cadrul POR - evoluție	33
Tabel 23 – Percepția alocării banilor pe zone în cadrul POR pe categorii de public țintă.....	34
Tabel 24 – Interesul privind REGIO - evoluție	35
Tabel 25 – Interesul privind REGIO pe categorii de public țintă	36
Tabel 26 – Medii de comunicare în cadrul campaniei POR pe categorii de public țintă.....	39

Anexa 4: Chestionarul cercetării

Proiect: Evaluarea impactului campaniei de promovare a rezultatelor POR 2014 – 2020 – post-campanie

Metodologie: CATI - sondaj telefonic, bazat pe chestionar standardizat

Introducere si prezentare:

Buna ziua, ma numesc si va sun din partea institutului de sondaje GBD Research. In prezent, realizam o cercetare despre Programele Operationale, in colaborarea cu MINISTERUL INVESTITIILOR SI PROIECTELOR EUROPENE, iar numarul dvs. de telefon a fost selectat aleator/la intamplare pentru a ne raspunde la cateva intrebari. Raspunsurile dvs. vor fi tratate strict confidential. Aveti amabilitatea de a ne raspunde la cateva intrebari?

GDPR

În conformitate cu prevederile legii 129/2018 și Regulamentului UE 679/2016 privind prelucrarea datelor cu caracter personal menționăm că GBD Research, în calitate de operator autorizat, de către Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal, garantează utilizarea datelor doar în scopul verificării conformității aplicării chestionarului și anonimizarea lor ulterioară, în cazul transmiterii către terți. Datele sunt colectate doar pe baza consimțământului dumneavoastră și conform cerintelor legale. Prelucrarea lor se face în condiții de legalitate, echitate și transparență, cu asigurarea securității adecvate a datelor, inclusiv protecția împotriva prelucrării neautorizate sau ilegale și împotriva pierderii, a distrugerii sau a deteriorării accidentale. Sunteți de acord? **Nu** – STOP INTERVIU **Da, în acest moment** - CONTINUA INTERVIU

Filtrare si selectie respondent:

Q1. Dumneavoastra locuiti la sat sau la oras ? (Unde ati locuit mai mult in ultimele 6 luni?)

SAT	1
ORAS	2

Q2. Care este varsta dumneavoastra in ani impliniti ? *Daca nu are varsta minim 18 ani – STOP INTERVIU*

Varsta |__| ani

Q3. Operator: Bifeaza sexul respondentului fara sa intrebi:

Barbat	1
Femeie	2

Q4. Cum se numeste localitatea si judetul in care aveti domiciliul ?

Judetul |_____| Localitatea |_____|

Chestionarul principal:

Q5. Dumneavoastra ati auzit de Fondurile Europene, chiar daca stiti sau nu detalii despre acestea?

DA – am auzit	1
NU am auzit	2

Q6. Dumneavoastra ati auzit de REGIO sau POR, adica Programul Operational Regional, chiar daca stiti sau nu detalii despre acesta?

DA	1
NU – sari la Demografice – Q32	2

Q7. De unde ati auzit de REGIO / POR, adica Programul Operational Regional? Puteti alege mai multe variante. Operator: Cititi variantele. Raspuns multiplu.

Televiziune	1
Radio	2
Internet/ retele sociale (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter etc.)	3
Ziare/reviste/ broșuri	4
Evenimente	5
Panouri/ afise stradale	6
Statii ale mijloacelor de transport	7
Panouri/ afise in centre comerciale sau mall-uri	8
Rude/ prieteni/ cunostinte/ colegi	9
Alta (noteaza)	88
Nu-mi mai amintesc exact	99

Q7.1. Ați văzut sau ați auzit în ultimele 3 luni reclame/anunțuri de promovare pentru REGIO / POR (Programul Operational Regional), indiferent unde – site-uri de internet, Facebook, Youtube, radio, panouri/ecrane stradale sau interioare (raspuns unic)

DA	1
NU – sari la Q8	2

Q7.2. Unde ați văzut sau ați auzit în ultimele 3 luni reclame/anunțuri de promovare pentru REGIO / POR (Programul Operational Regional) (se citește fiecare varianta și se bifează DA/NU).

Surse media	DA	NU
1. Radio	1	2
2. Facebook	1	2
3. Youtube	1	2
4. Site-uri pe internet	1	2
5. Afișe, bannere stradale-exterioare	1	2
6. Ecrane video stradale-exterioare	1	2
7. Ecrane video în interiorul centrelor comerciale/ Mall-uri	1	2
8. Ecrane video în aeroporturi	1	2
9. Ecrane video în stațiile de metrou	1	2
10. Alta sursa (care?) _____	1	2
11. Nu-mi mai amintesc exact	1	2

Q8. Dvs. ati auzit sau stiți de un proiect finanțat prin REGIO / POR, adica Programul Operational Regional?

DA	1
NU	2

Pentru obiectivele de mai jos, va rog sa-mi spuneti daca credeti ca fac parte sau nu din REGIO /POR, adica Programul Operational Regional: **Operator: citeste fiecare obiectiv si bifeaza varianta corespunzatoare.**

Obiective	DA	NU
Q9. Sprijinirea firmelor mici si mijlocii	1	2
Q10. Sprijinirea turismului	1	2
Q11. Reabilitarea drumurilor județene	1	2
Q12. Sprijinirea procesului de cadastrare a teritoriului	1	2
Q13. Izolarea termică, iluminatul public, transportul ecologic	1	2
Q14. Sprijinirea inovării în companii	1	2
Q15. Reabilitarea muzeelor, monumentelor istorice, obiectivelor de patrimoniu	1	2
Q16. Îmbunătățirea infrastructurii de sănătate, educație și asistență	1	2
Q17. Sprijinirea comunităților sărace din orașe	1	2

Q18. Care este parerea dvs. despre REGIO / POR, adica Programul Operational Regional?

Operator: raspuns UNIC, se citesc variantele (fara Nicio opinie/Nu cunosc deloc acest program).

Pădere FOARTE BUNĂ	1
Pădere MAI DEGRABĂ BUNĂ	2
Pădere NEUTRĂ	3
Pădere MAI DEGRABĂ PROASTĂ	4
Pădere FOARTE PROASTĂ	5
Nicio opinie/Nu cunosc deloc acest program	99

Vă voi citi cateva afirmatii. In ce masura sunteti de acord sau nu cu ele: Total de acord, Mai degraba de acord, Mai degraba Dezacord, Total Dezacord.

Operator: citeste fiecare afirmatie si bifeaza varianta corespunzatoare.

Afirmatii	Total de acord	Mai degraba de acord	Mai degraba Dezacord	Total Dezacord
Q19. Mă consider o persoană informată despre REGIO sau POR, adica Programul Operational Regional	1	2	3	4
Q20. Informațiile pe care le dețin despre REGIO sau POR sunt clare	1	2	3	4

Q21. Sunt interesat să primesc în continuare informații despre REGIO sau POR	1	2	3	4
Q22. Proiectele finanțate prin REGIO sau POR contribuie la creșterea calitatii vieții în România	1	2	3	4
Q23. Bani alocati prin REGIO sau POR se duc în zonele în care este nevoie	1	2	3	4

Intrebări socio-demografice finale:

Q24. Care este ultima școală pe care ați absolvit-o? Operator: NU se citesc variantele.

Fără școală	1
Șc. primară (4 clase)	2
Gimnaziu (7, 8 clase)	3
Șc. profesională / Școală de meserii	4
Liceu, treapta I (10 clase)	5
Liceul treapta II (12 clase, bacalaureat)	6
Școală postliceală	7
Studii universitare (colegiu / facultate)	8
Studii post-universitare (master, doctorat, aprofundate)	9
NS / NR (Nu citi)	99

Q25. Care este ocupația dumneavoastră momentan? Operator: NU se citesc variantele.

Muncitor	1
Funcționar, tehnician, maistru	2
Specialist cu ocupații intelectuale	3
Patron, director	4
Șomer, fără ocupație, casnică	5
Student, elev peste 18 ani	6
Pensionar	7
Alta (notează)	88
Ns / Nr	99

Q26. Care este etnia dvs? Operator: NU se citesc variantele.

Română	1
Maghiară	2
Germană	3
Romă	4
Moldovenească	5
Ucraineană	6
Alta (notează)	88
Ns / Nr	99

Q27. In ce interval se incadreaza venitul dvs. PERSONAL NET in luna trecuta? Va rugam sa luati in calcul toate sursele dvs. de venit:

Fara venit	1
Sub 1000 RON	2
1001-1200 RON	3
1201-1400 RON	4
1401-1600 RON	5
1601-2000 RON	6
2001-3000 RON	7
3001-4000 RON	8
4001-5000 RON	9
5001-7000 RON	10
7001-9000 RON	11
Peste 9000 RON	12
Nu stiu - Nu raspund	99

VA MULTUMIM SI VA DORIM O ZI BUNA!