

panorama

inforegio

32

Iarna 2009/2010

Comunicarea politicii regionale a UE

Realizările vorbesc de la sine

EDITORIAL

Dirk Ahner

3

TRECERE ÎN REVISTĂ

Politica regională – o poveste pentru toți

4-8

INTERVIURI

Diana Chepishcheva – Eva Martinez Orosa – Giedrius Surplys – Patrizia Lenzarini

9-12

LA FAȚA LOCULUI

Programe în eter în Portugalia – O nouă abordare a regenerării urbane în Gent și în Flandra – Transmiterea mesajului prin concursuri în Polonia

13-15

GENERAL

Turul pe bicicletă al orașului Toulouse – o briză de aer proaspăt

16-17

SOLUȚIONAREA PROBLEMELOR

Îndeplinirea cerințelor de comunicare

18

BAZĂ COMUNĂ

Fiecare cuvânt capătă importanță

19

AFLĂ MAI MULTE

20

REGIO CONTEAZĂ

Viitorul politicii de coeziune

21

ÎN INTERIORUL PROIECTELOR NOASTRE

Musikpark, Mannheim – Centrul de Nano-sănătate, Swansea

22-23

LUCRUL ÎN REȚEA

Open Days 2009 – Reprezentanțele își exprimă punctul de vedere privind comunicarea

24-26

AGENDA

27

28

EXPRIMAȚI-VĂ OPINIA

Fotografii (pagini):

Coperta: Autoritatea de gestionare din estul Țărilor de Jos

Paginile 6, 7, 9, 12, 18, 19, 21, 24-25, 26: © CE

Paginile 5, 10 © Betina Skovbro

Pagina 9: © Diana Chepishcheva

Pagina 10: © Steve Troes

Pagina 11: © Neringa Orlaitė

Pagina 12: © Patrizia Lenzarini

Pagina 13: © Radio noticias

Pagina 14: © Stad Gent - Dienst Voorlichting

Pagina 15: © Ministerul Polonez pentru Dezvoltare Regională

Paginile 16-17: © Istockphoto

Pagina 22: © Musikpark Mannheim GmbH

Pagina 23: © Centrul pentru Nano-sănătate

Această publicație este tipărită în engleză, franceză și germană, pe hârtie reciclată.

Este disponibilă online în 21 de limbi pe site-ul http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_ro.htm

Opiniile exprimate în această publicație sunt cele ale autorului și nu reflectă neapărat părerea Comisiei Europene.



Comunicarea: fiecare cuvânt contează

Pe întreg teritoriul Europei, viața a mii de persoane s-a schimbat ca urmare a proiectelor finanțate de politica regională: proiecte care aduc apă curată, noi conexiuni de transport, revigorarea comunităților miniere, noi locuri de muncă. În spatele fiecărui proiect există o poveste interesantă – o investiție de anvergură în infrastructură a dus la crearea de locuri de muncă, sprijin acordat IMM-urilor inovatoare care permite celor mai inteligenți tineri să prospere pe plan local în loc să se mute la capitală, o tratare îmbunătățită a apei care transformă râul local într-o sursă de încântare pentru toți cei din împrejurimi. Acestea sunt doar câteva dintre tipurile de activități finanțate de politica regională. Programe de pe întreg teritoriul UE sunt finanțate în flux continuu, cu un scop clar – îmbunătățirea vieții de zi cu zi a celor care locuiesc în diverse regiuni. Comunicarea eficientă despre activitățile politicii regionale este la fel de importantă ca un control financiar eficient: ambele le garantează contribuabililor că o treime din bugetul UE este cheltuit în mod corect și eficace.

Rămâne totuși un paradox: dacă de aceste programe beneficiază așa de multe persoane, de ce sunt atât de puțini cei care realizează acest lucru? Există o serie de motive: pentru presă, politica regională nu reprezintă un subiect interesant, regiunile tind să minimalizeze importanța contextului și a contribuției UE și nu întreg personalul care trebuie să lucreze în domeniul comunicării are cunoștințele necesare, mijloacele sau timpul pentru a aduce o contribuție substanțială.

Ce poate fi făcut? Deși este unanim acceptată nevoia de a pune o poveste umană în centrul comunicării despre politica regională a UE, acest lucru nu este întotdeauna realizabil. Totuși, după cum demonstrează exemplul câtorva regiuni, o poveste în care apar persoane reale sporește șansele ca politica regională să devină mai interesantă pentru mass-media. Rețeaua Inform de consilieri de comunicare, având conferințe bianuale și site web, oferă o bună oportunitate de a împărtăși și de a învăța din experiențele acumulate de ceilalți, prin diferite instrumente de comunicare. Oricine poate beneficia de experiența rețelei Inform pentru a face înțeles mesajul valoros al politicii regionale.

Acest număr al publicației Panorama analizează motivul pentru care nevoia de comunicare eficientă este atât de stringentă, vă aduce la cunoștință ce plănuiesc alții și pune întrebări jurnaliștilor despre ceea ce îi inspiră la scrierea articolelor.

Timpul în care comunicarea cu opinia publică era lăsată la voia întâmplării, un simplu accesoriu, ar trebui să fie de domeniul trecutului. Acum să trecem cu toții la acțiune și să transmitem cu seriozitate povestea acestei politici de succes. Știm cât de valoroasă este politica noastră. Nu ne putem aștepta ca toți ceilalți să o sprijine dacă nu vor auzi mai multe despre succesele sale.

Dirk Ahner

Director General, Comisia Europeană
Direcția Generală Politică Regională

” Timpul în care comunicarea cu opinia publică era lăsată la voia întâmplării, un simplu accesoriu, ar trebui să fie de domeniul trecutului. ”

POLITICA REGIONALĂ – O POVESTE PENTRU TOȚI

Un buget imens, programe ambițioase și proiecte la scară largă – pentru un astfel de element atât de important al Uniunii Europene, politica regională europeană încă se luptă să câștige vizibilitatea pe care o merită. În acest număr al publicației Panorama analizăm importanța comunicării, examinăm reglementările care fac activitățile de comunicare obligatorii, ne uităm mai atent la modurile în care consilierii de comunicare își pot transmite mesajul și explorăm exemple interesante de activități de succes, care utilizează mai mult creativitatea decât bugetul.

Ce trebuie făcut

Ca parte a reglementărilor care guvernează gestionarea programelor care primesc finanțare regională de la UE, autoritățile au obligația de a face cunoscute activitățile lor.

Evident, stabilirea de contacte strânse cu mass-media și buna utilizare a internetului sunt două dintre metodele folosite cel mai des pentru a ajunge la opinia publică. Dar autoritățile de gestionare au și obligația de a ajunge la potențialii beneficiari ai proiectelor. Una sau mai multe dintre instituțiile următoare ar trebui să fie implicate în aceste eforturi:

- autoritățile naționale, regionale și locale;
- asociațiile de branșe și profesionale;
- partenerii economici și sociali;
- organizațiile neguvernamentale;
- organizațiile de reprezentare a întreprinderilor;
- centrele informaționale;
- instituțiile educaționale.

În fiecare an trebuie organizată cel puțin o acțiune importantă de informare pentru a prezenta, de exemplu, realizările programului. Aceasta poate lua forma unui nou site web, a unei conferințe sau a unei zile a porților deschise. Iar timp de o săptămână, începând cu data de 9 mai, trebuie arborat steagul UE în fața sediului autorității de gestionare. Scopul este conștientizarea opiniei publice cu privire la politica regională a UE în regiuni: proiectele aduc schimbări pozitive în viața cetățenilor.

Dacă gestionați un program finanțat de politica regională, atunci anul 2010 va fi unul important pentru dumneavoastră, deoarece, pentru prima dată, rapoartele anuale de execuție pe 2010 (care trebuie depuse la Bruxelles la data de 30 iulie 2011) trebuie să conțină un capitol separat de evaluare a rezultatelor activităților de informare și publicitate întreprinse până în acel moment de autoritățile de gestionare. Scopul acestei cerințe este de a se face asigurări că autoritățile de gestionare evaluează dacă prioritățile lor de comunicare, identificate la începutul perioadei programului, sunt relevante în continuare și dacă acțiunile întreprinse pentru a atinge aceste obiective s-au dovedit a fi adecvate. Dacă este

necesar, acest exercițiu va ajuta la perfecționarea obiectivelor și a instrumentelor identificate în planul de comunicare.

„Acest exercițiu nu trebuie privit ca fiind o povară birocratică, ci ca o oportunitate pentru fiecare program de a-și ajusta activitățile de comunicare în funcție de necesitățile reale identificate la 2-3 ani de la punerea în practică a programului”, subliniază Raphaël Goulet, șef al unității de informare și comunicare în cadrul Direcției Generale Politica Regională (DG Regio).

De ce se pune accent pe rezultate?

Aproape o treime din bugetul UE este alocat pentru sprijinirea finanțării politicii regionale. Având în vedere dimensiunile fondurilor, acestea reprezintă un subiect aflat întotdeauna în centrul dezbaterilor. Proporția alocată finanțării regionale trebuie să fie justificată. Această justificare poate lua doar forma unor exemple clare despre cât de bine sunt cheltuiți banii și despre succesul punerii în practică a programelor.

Transparența ocupă, de asemenea, un loc central în ideea de justificare: modul în care sunt alocați banii trebuie să fie demonstrabil, viabil și legal.

Deoarece autoritățile naționale și regionale și nu DG Regio se ocupă în cea mai mare parte de gestionarea fondurilor și de alocarea lor, acțiunile de informare și comunicare trebuie să pornească de la autoritățile de gestionare.

„Regulamentul pentru care au votat țările membre a apărut deoarece este un mod important de a-i motiva pe toți cei implicați să dea informații despre ceea ce realizează cu banii în cauză”, explică Annabelle Maupas, consilier de presă la DG Regio.

Cerându-le autorităților de gestionare să comunice, regulamentul fondurilor structurale le dă regiunilor oportunitatea de a arăta cât de mult succes au în gestionarea programelor lor și cât de mult întreprind pentru cetățeni.

DG Regio are rolul de a se asigura că regulamentele care guvernează utilizarea fondurilor structurale sunt respectate și de a ajuta autoritățile de gestionare să-și onoreze obligațiile.

DG Regio vă ajută să faceți față cerințelor

Chiar dacă necesitatea este evidentă, regulamentele ar putea fi percepute drept constrângere, dar DG Regio invită regiunile să promoveze metodele sale de comunicare eficientă, mai ales prin rețeaua Inform.

Oamenii ascultă?

Un sondaj rapid al Eurobarometer, desfășurat la începutul anului 2008 cu privire la percepția opiniei publice despre finanțarea politicii regionale a UE, pune în evidență avantajul unui angajament strâns între consilierii de comunicare și mass-media. Peste 27 000 de cetățeni aleși în mod aleatoriu, cu vârste de la 15 ani în sus, au fost intervievați în cele 27 de state membre ale UE, iar rezultatele au arătat că o mai mare accentuare a comunicațiilor a dat roade.

Jumătate (49%) dintre respondenți erau conștienți de faptul că UE sprijină orașul sau regiunea lor. Mai mult de două treimi din aceștia, știind despre sprijinul UE, au declarat, de asemenea, că sprijinul a fost unul benefic (70%). Doar unul din cinci respondenți nu a văzut niciun efect pozitiv din politica regională a UE (22%).

Conștientizarea cu privire la sprijinul UE este mai mare în cele 12 state membre mai noi (60%, față de 47% în cele 15 state membre mai vechi).

Asigurarea transparenței – lista beneficiarilor

Lista beneficiarilor reprezintă un element esențial al cerințelor comunicării, introduse pentru programele din perioada 2007-2013. Această listă face parte din inițiativa privind transparența, care obligă autoritățile de gestionare să identifice toți beneficiarii fondului structural, sumele care le-au fost alocate și numele operațiunilor sprijinite. Cu excepția câtorva programe de cooperare teritorială europeană, toate programele îndeplinesc aceste obligații. DG Regio încurajează toate părțile interesate să mărească transparența și a creat o hartă interactivă pe site-ul său web, care conține toți beneficiarii politicii de coeziune. Un ingredient important al transparenței îl reprezintă conectarea publicării beneficiarilor la sistemul de monitorizare al programului respectiv prin crearea unui sistem de gestionare și comunicare pe deplin integrat.

În contextul **rețelei Inform** de consilieri de comunicare ai politicii regionale, DG Regio continuă să încurajeze regiunile să depășească minimul cerinței de publicitate și să transforme lista cu beneficiarii într-un instrument de comunicare complet. Aceasta se poate face, de exemplu, prin oferirea de informații de pe site-urile naționale/regionale și într-o altă limbă de largă circulație, în plus față de limba națională, sau prin furnizarea de site-uri web cu motoare de căutare și care includ hărți digitale cu indicarea locațiilor proiectelor.

Parlamentul European manifestă un deosebit interes în ceea ce privește chestiunile de transparență. Un studiu recent, „Inițiativa privind transparența datelor și impactul acesteia asupra politicii de coeziune”, observă că datele despre beneficiari sunt în general ușor accesibile. Totuși, se fac numeroase recomandări pe baza bunelor practici deja existente în unele state membre. Aceasta include îmbunătățirea ușurinței de utilizare a informațiilor oferite: informații de contact ale beneficiarilor, rezumate ale proiectelor aprobate ar putea fi, de asemenea, adăugate, precum și domeniul de activitate și tipul de sprijin obținut.

Un prim exemplu de site web, care include practic toate caracteristicile de mai sus, a fost prezentat la ședința rețelei Inform din decembrie 2009. Site-ul maghiar www.ropter.nfu.hu este un instrument de informare și comunicare online și, în același timp, un instrument de management integrat. A fost inițiat un sistem IT unic, care conține toate procedurile și informațiile relevante privind gestionarea programelor (de exemplu aplicarea pentru finanțare) și care este accesibil în totalitate prin internet.

În timp ce nu toate programele pot avea mijloacele pentru a urma aceeași abordare, acest site web impresionează în mod clar și trebuie încurajate și alte regiuni ale UE să urmeze acest exemplu.





Inform – profitați din plin de succesul dumneavoastră

Fiecare autoritate de gestionare a informat DG Regio despre personalul responsabil cu informarea și cu publicitatea pentru fiecare program operațional. În plus, statele membre au nominalizat o singură persoană de contact pentru toate programele operaționale dintr-o țară. Acești consilieri de comunicare fac schimb de idei în cadrul evenimentelor de relaționare, cum ar fi conferințele biennale Inform organizate de DG Regio.

La aceste conferințe, consilierii de comunicare ai politicii regionale din toate cele 27 de state membre se reunesc pentru a face schimb de experiență și pentru a învăța unul de la celălalt. Pe site-ul său, utilizatorii pot găsi idei inovatoare, un forum de asistență pentru rezolvarea problemelor și instrumente de punere în valoare a realizărilor lor. Site-ul web scoate în evidență instrumentele de informare pe care autoritățile de gestionare le prezintă cu mândrie: „Rețeaua Inform și site-ul său web sunt atât de dinamice pe cât le fac membrii acesteia să fie. Este o oportunitate care le permite consilierilor de comunicare să facă schimb de bune practici. DG Regio nu se află acolo ca să le spună programelor cum să comunice într-o anumită regiune. Aceasta este o decizie care trebuie luată la nivel regional. Dar, cu ajutor din partea Inform, oferim exemple de instrumente de comunicare interesante, pe care alte programe le-au utilizat cu succes pentru a-și promova proiectele”, explică Peter Fischer, care este responsabil în materie de transparență și publicitate în cadrul DG Regio.

În timp ce panourile și plăcile explicative sunt obligatorii, consilierii de comunicare au o imaginație mult mai bogată. Pe site sunt scoase în evidență concepte, activități și, în general, evenimente care fac o publicitate atractivă – ceea ce funcționează într-o țară poate fi adaptat în alta.

Într-o parte a site-ului, activitățile sunt împărțite pe categorii în funcție de tipul de mass-media pe care îl utilizează. Publicațiile conțin exemple de bune practici, dar și indicații despre modul în care trebuie oferite informații despre fondurile structurale, astfel încât utilizatorii să poată găsi atât recomandări practice, cât și exemple cu ceea ce ar putea realiza. În altă parte a site-ului sunt scoase în evidență cele mai inovatoare evenimente de comunicare din întreaga UE.

Regulamentele necesită evaluări, dar ce presupune acest lucru? Încă o dată, site-ul rețelei Inform poate ajuta cu o serie de documente care acoperă, de exemplu, modul de evaluare a activităților care îi au în vedere pe jurnaliști, evaluarea unui eveniment sau a unui site web. Există nouă în total, în germană, engleză, spaniolă, franceză, italiană și portugheză.

Inform s-a dezvoltat din Echipa de informare privind fondurile structurale, înființată la cererea consilierilor de comunicare în 2002. Până la sfârșitul anului 2006 avea în jur de 100 de membri din toate cele 25 de țări membre și s-a întrunit de opt ori. La sfârșitul lui 2009, rețeaua Inform are mai mult de 350 de membri. Pentru 2010, DG Regio intenționează să promoveze legături mai strânse între consilierii de comunicare ai autorităților de gestionare și reprezentanțele Comisiei în capitalele țărilor membre pentru a spori vizibilitatea politicii regionale a UE în mass-media regională.

Colindând pe străzile din Țările de Jos

Douăzeci de manageri de proiecte s-au reunit să-și spună povestea despre cum aduce finanțarea UE schimbări pozitive pentru activitățile lor prin film, demonstrații și interviuri, utilizând teatrul și muzica. Ei și-au adus mesajul pe străzi pentru a le da de știre celor care locuiesc în partea de est a Țărilor de Jos că fondurile europene contează și că există finanțare pentru orice idee bună.

Luxemburgul devine interactiv

Schimbarea demografică – nu e doar o expresie.

Dar, dacă v-ați fi aflat în Luxemburg la sfârșitul lui septembrie 2008, ați fi putut lua parte la o expoziție interactivă stradală care a dat viață acestui subiect. Ca zonă importantă a programului INTERREG IVB pentru Europa de Nord-Vest, subiectul și modul de finanțare a programului au fost analizate și celebrate prin conferințe, spectacole muzicale, teatrale și chiar și prin speed dating (întâlniri rapide).

Peste 400 de persoane au răspuns la spectacol, prin scrierea de mesaje și atașarea lor de copaci, cu panglici colorate. Finanțarea UE și îmbătrânirea populației nu sunt considerate în mod normal motive de petreceri stradale, dar creativitatea și imaginația consilierilor de comunicare au demonstrat că mesajul se poate transmite în mod eficient fără a fi nevoie de un buget enorm.

Ideii care să vă dea de gândit

Ședințele recente ale consilierilor de comunicare au generat următoarele exemple de abordări inovatoare ale sarcinii de a transmite mesaje:

- Expoziție itinerantă care conține computere gigantice cu ecran tactil care oferă informații despre programul FEDR din perioada 2000-2006. O abordare de succes a opiniei publice din Italia;
- Colaborarea cu școli din ciclul secundar în regiunile în care elevii au acces la camere video pentru a face propriile filme despre impactul investițiilor politicii de coeziune („înainte” și „după”). Acestei inițiative i-a fost acordat un premiu pentru cele mai bune practici, de asemenea, în Italia;
- Ziua Europei „Spectacol nautic”: conștientizarea opiniei publice din Lituania asupra schimbărilor climatice, o eco-ambarcațiune a făcut turul principalelor râuri ale țării mai mult de o lună, terminând pe data de 9 mai, la începerea festivalului Ziua Europei. „Căpitanul de vas” a scris un blog pe parcursul călătoriei, expunând reflecții despre criza schimbărilor climatice și oferind comentarii despre diferitele proiecte finanțate de UE, pe care le-a întâlnit de-a lungul drumului. Unul dintre cele mai de succes aspecte a constat în sinergiile create cu toți partenerii implicați în organizarea evenimentului;
- Un concurs de întrebări pentru tineri despre statutul de stat membru UE al Estoniei, transmis de televiziunea națională – participarea a 150 de școli. Succes în integrarea studiilor europene în curriculumul școlar și oferirea de informații într-un mod distractiv;
- Clipuri video și podcast-uri din Austria care le oferă beneficiarilor șansa de a vorbi despre realizările proiectelor.

Cum se poate profita la maximum de instrumentele disponibile

În conformitate cu European Communication Monitor, unul dintre cele mai ample studii transnaționale despre comunicarea strategică din Europa, comunicarea online și site-urile interactive care utilizează mijloace video și audio, vor deveni din ce în ce mai importante pentru relațiile publice în următorii ani. În **Brandenburg**, autoritatea de gestionare a anticipat această tendință prin lansarea site-ului său web atractiv și interactiv. Atât neconvențional, cât și informativ, site-ul este neobișnuit prin faptul că poate fi modificat de utilizatori, care pot adăuga și elimina elemente, descoperind astfel mesaje esențiale despre FEDR și rolul UE.

Urmând să fie prezentat în 160 de școli din întregul Brandenburg, site-ul utilizează o tehnologie de vârf – „Kubikfoto”. Acest site oferă vizitatorilor explorarea unei lumi tridimensionale, în care sute de imagini se îmbină pentru a crea o „poveste” animată în flash.

Selectând variate imagini, care fac ca procesele abstracte să devină mai vizuale, utilizatorul întâlnește diferite persoane care se ocupă de subiecte privind FEDR, cum ar fi șeful autorității de gestionare, partenerii de proiecte sau un funcționar responsabil cu evaluarea aplicațiilor de finanțare FEDR. Acest site dă finanțării europene o față umană. Munca de zi cu zi a acestor funcționari este explicată, dându-le utilizatorilor o idee mai clară despre cum se desfășoară de fapt procesul de finanțare.

Alte părți ale site-ului www.entdecke-efre.de oferă utilizatorilor „o listă a celebrităților”, care este interactivă și pune în evidență cele mai bune practici – proiectele pot încărca informații și se pot prezenta, astfel încât informațiile circulă în două direcții, site – utilizator – site.

Martin Mueller, unul dintre consilierii de comunicare ai echipei din cadrul autorității de gestionare, dă o explicație importantă despre existența site-ului: „Vrem să venim în întâmpinarea celor care sunt conștienți de importanța internetului și care îl utilizează în timpul liber pentru divertisment și informare. Așa că am încorporat mijloace audio, video, unele texte și fotografii interactive pentru a transmite idei într-un mod dinamic. Prin exploatarea tuturor oportunităților oferite de internet, menținem atenția vizitatorilor și îi încurajăm să exploreze – statisticile au demonstrat că acest sistem funcționează bine”.

Cu sediul la Viena, **Programul pentru Europa Centrală** reunește opt țări UE și cinci regiuni de graniță ale Ucrainei și finanțează o varietate de proiecte. Pentru a-și ajuta beneficiarii să comunice cu presa și cu opinia publică, s-a apelat la o companie profesionistă în domeniul comunicațiilor, care să țină un seminar de două zile despre aspectele practice ale relațiilor publice.

Peste 70 de persoane – mai ales partenerii principali și managerii de comunicare ai proiectelor deja aprobate – au luat parte la workshop-uri despre cum să scrie un comunicat de presă, cum să țină tactul cu un eveniment de publicitate și cum să atragă

atenția corespunzătoare. Markus Stradner, șeful unității de comunicare pentru Secretariatul tehnic comun al programului, a explicat că reacțiile au fost foarte pozitive, „Unele persoane au condus deja un program și, prin urmare, știu mai multe decât cei care tocmai au început. Dar s-a creat un echilibru și a existat ceva pentru toată lumea”.

Carsten Debes a participat și nu are nicio îndoială în privința beneficiilor. El este partener principal al proiectului privind resursele, care are ca scop revitalizarea fostelor zone miniere. „Am avut un exercițiu care implica interpretarea unui rol în care trebuia să contactăm un jurnalist, iar experții în comunicare ne priveau și ne spuneau apoi unde am greșit. Am descoperit că acum utilizez cu regularitate în munca mea ceea ce am învățat atunci.” A fost așa de convins că acest tip de proces de învățare reprezintă modul de a progresa, încât i-a reunit apoi pe toți partenerii implicați în proiectul său pentru o sesiune de pregătire internă. „Cel mai bun lucru despre acest tip de pregătire este că o poți transmite mai departe”, explică dl Debes.

RegioStars – a celebra excelența

Parte integrantă a conferinței anuale „Regiunile pentru schimbare economică”, RegioStars este unul dintre punctele culminante ale evenimentului. Înființate „pentru a îmbunătăți informațiile privind bunele practici, pentru stimularea schimbului de experiență și pentru încurajarea gândirii progresive”, aceste premii acoperă acum evenimente din domeniul informațiilor și al comunicării.

Premiul din 2009 pentru un spot sau program de radio sau televiziune, care subliniază beneficiile politicii de coeziune, a fost acordat Greciei pentru un spot tv neconvențional și amuzant denumit „Știi ceva despre ESPA?”.

La **Categoria Informații și Comunicare RegioStars din 2010**, s-au primit 39 de înregistrări valabile ale site-urilor web ale politicii regionale. Câștigătorul va primi premiul RegioStars pe data de 20 mai 2010 în cadrul conferinței „Regiunile pentru schimbare economică”. Juriul, format din experți independenți, are de făcut o alegere dificilă, deoarece competiția este foarte puternică.

DIANA CHEPISHEVA

Radiodifuziunea Națională Bulgară, corespondent la Bruxelles



Diana Chepischeva a fost martora efectelor statutului de stat membru al UE asupra țării sale încă de la începutul acestui proces și a primit din partea Comisiei Europene premiul Robert Schuman pentru jurnalism radio.

După părerea dumneavoastră, este opinia publică din țara/regiunea dumneavoastră interesată și bine informată despre politica europeană regională? Dacă nu, de ce?

Politica regională este foarte importantă pentru Bulgaria – cel mai sărac stat membru al UE, dar încă sunt multe de făcut pentru a înțelege cum funcționează această politică. Sume enorme au fost blocate ca rezultat al neregulilor și al fraudelor. În același timp, autoritățile bulgare nu au reușit să depună evaluări ale conformității adecvate pentru programele operaționale și mai mult de 6 miliarde de euro destinate țării rămân inaccesibile.

De aceea, în loc să fie interesată de conceptul strategic al politicii europene regionale, opinia publică percepe această situație ca pe un eșec național: „UE este gata să ne aloce sume importante pentru a ne redresa, dar nu am fost capabili să întrunim calitățile necesare.” Acesta a fost unul dintre principalele motive pentru care guvernul anterior a fost înlăturat. A venit la putere un nou guvern, care s-a angajat să pună capăt corupției și să asigure o gestionare corectă a fondurilor UE. Acum se pune problema dacă mai există o șansă de intrare pe făgașul normal, astfel încât să se obțină până la urmă finanțarea. Atunci vom fi în stare să începem să înțelegem complexitatea unor termeni precum „coeziune”, văzând cum aceștia sunt puși în practică.

Prin ce trezesc interesul poveștile despre fondurile regionale?

Însăși ideea de a reduce disparitățile și de a crea o Uniune puternică de 27 de țări, este interesantă în Europa Centrală și de Est. Experiența mea mă face să cred că exemplele practice și poveștile de succes reprezintă cele mai bune explicații. Acestea dovedesc că „stimularea creșterii și a ocupării forței de muncă” nu sunt doar cuvinte fără conținut. Chiar și în Bulgaria există foarte multe exemple în care finanțarea UE a produs schimbări pozitive.

Despre ce fel de povești despre politica regională a UE v-ar plăcea să puteți vorbi ascultătorilor dumneavoastră?

Aș vrea să văd că s-a terminat cu relatările despre plăți blocate și o trecere către relatări despre cum intră finanțările în țară – este doar o chestiune de guvernare eficientă.

Apoi ne putem îndrepta atenția către chestiuni de primă însemnătate: cum putem beneficia din plin de finanțare de la UE, cum putem crește eficiența energetică, promova sursele de energie regenerabilă și găsi alternative pentru a nu mai fi așa de dependenți de Rusia, cum putem utiliza politica regională pentru a fi mai eficienți din punct de vedere ecologic și pentru a introduce tehnologii cu emisii scăzute de carbon, creând în același timp locuri de muncă. Un alt aspect esențial este importanța acestor inovații pentru UE și ce înseamnă acestea pentru IMM-uri. Este o listă lungă. La ora actuală, toate aceste chestiuni par puțin abstracte pentru mulți bulgari, dar eu cred că se pot realiza.

” În Bulgaria există o mulțime de exemple despre modul în care finanțarea UE a produs schimbări pozitive. ”



EVA MARTINEZ OROSA

Consilier de comunicare al Programului INTERREG IV pentru Europa de Nord-Vest



După părerea dumneavoastră, este opinia publică din țara/regiunea dumneavoastră interesată și bine informată despre politica europeană regională? Dacă nu, de ce?

Pot vorbi doar din punctul de vedere al „zonei de cooperare” acoperite de programul meu, Europa de Nord-Vest. Acoperă 19% din suprafața totală a celor 27 de țări UE și găzduiește 179 de milioane de oameni. Dacă judecăm după numărul de cereri primite pentru proiecte, se poate spune că, în general, populația Europei de Nord-Vest este bine informată despre politica regională europeană și fondurile acesteia. Mai sunt, totuși, multe de făcut. Cunoștințele despre aceste fonduri nu sunt atât de profunde pe cât ne-am dori noi. Unul dintre motive este numărul mare de programe care abordează chestiuni similare în domenii care se suprapun. Pentru marea majoritate obiectivele și prioritățile fiecărui program, precum și modul în care acestea reflectă politicile UE sunt dificil de înțeles.

Prin ce trezesc interesul poveștile despre fondurile regionale?

Cele mai clare povești despre fondurile regionale sunt proiectele finanțate de acestea. Ele au un mare potențial de atracție pentru opinia publică, deoarece aduc o dimensiune umană și ajută la îmbunătățirea vieții de zi cu zi. Proiectele finanțate în cadrul programului Europa de Nord-Vest au un avantaj: sunt măsuri concrete și de aceea sunt „simțite” direct de către cetățeni. În cazul nostru acestea sunt, de asemenea, speciale, deoarece sunt produsul unei „magii” internaționale care le permite regiunilor îndepărtate să conlucreze cu un rezultat comun. Este ceea ce numim „transfrontalier” în jargonul nostru. Unul dintre colegii mei a comparat programul cu un grup de bucătari care aduc fiecare un ingredient pentru a prepara un tort comun. Acest caracter internațional este, în același timp, ceea ce este cel mai dificil de înțeles și de comunicat către și de către mass-media.

” Proiectele... au mare potențial de atracție pentru opinia publică, deoarece aduc o dimensiune umană și ajută la îmbunătățirea vieții de zi cu zi. ”

Care este cea mai mare provocare în informarea cu privire la un program precum INTERREG pentru Europa de Nord-Vest?

Cea mai mare dificultate o reprezintă crearea unei etichetări a programului cu scopul de a-l diferenția de celelalte programe INTERREG. Atunci când oferă informații despre proiectele noastre, mass-media menționează de obicei faptul că au fost cofinanțate cu fonduri de la FEDR, dar nu se include întotdeauna și numele programului.



GIEDRIUS SURPLYS

Consilier de informare al Programului de cooperare transfrontalieră Letonia-Lituania-Belarus din cadrul IIEP



Din 2005 până în 2009 Giedrius Surplys a ocupat postul de consilier de informare pentru INTERREG IIIA/TACIS Programul de vecinătate Lituania, Polonia, regiunea Kaliningrad și Programul de cooperare transfrontalieră Lituania-Polonia din cadrul cooperării teritoriale europene.

După părerea dumneavoastră, este opinia publică din țara/regiunea dumneavoastră interesată și bine informată despre politica europeană regională? Dacă nu, de ce?

Circula cândva o glumă în U.R.S.S. despre un tip care a slăbit foarte mult într-un timp scurt. El a explicat apoi: „Dau drumul la televizor – îl văd pe Brejnev, la radio în aud pe Brejnev. Așa că nu mai îndrăznesc să deschid frigiderul.” Mă tem că situația începe să fie similară comunicării UE.

În fiecare zi ar lituanian există un set de articole cu „Ordin nr.” și „steagul UE” scrise într-o limbă plictisitoare. Cred că în acest mod comunicarea UE va începe să semene a propagandă și s-ar putea, în curând, să-și piardă audiența.

Așa că m-am hotărât să conduc un mic sondaj electronic, alcătuit din 117 persoane, în privința comunicării UE în Lituania. În mod surprinzător, răspunsurile la sondajul meu au demonstrat că unii dintre lituanienii încă nu s-au săturat de politica UE. Cei mai mulți dintre ei au declarat că nu simt existența unui surplus de informații despre UE și că nu consideră propagandă articolele cu „steagul UE”.

Îmi pare bine că pesimismul meu nu a avut acoperire în realitate. Dar mă tem că același sondaj poate oferi răspunsuri diferite în alte țări din UE sau mai târziu în Lituania.

Prin ce trezesc interesul poveștile despre fondurile regionale?

Acestea sunt interesante pur și simplu pentru că sunt povești despre viața și despre vecinătatea mea. Mă ajută să mă simt un adevărat european. De asemenea, chiar cred că aș putea fi unul dintre cei care utilizează fondurile regionale, așa că sunt interesat și motivat. Toți cei din UE au de câștigat.

Eu, personal, am lucrat în cadrul cooperării transfrontaliere și al programelor de vecinătate, unde regiunile de graniță din diferite țări pun în practică proiecte comune. Este o oportunitate minunată de a construi punți de legătură și o poveste interesantă.

În special atunci când relațiile la nivel înalt nu sunt dintre cele mai bune. Îmi place să spun că prefer să săpăm după cartofi împreună decât să înălțăm zmeie, în situații ca acestea. Nu este prea poetic, dar este ceva tangibil care poate pune bazele unei prietenii de nivel înalt.

Poate comunicarea despre politicile Uniunii Europene să fie privită ca o nouă profesie?

Europromo (promovarea UE) este de cele mai multe ori efectuată de specialiști în comunicare neprofesioniști, având de obicei o formație birocratică. Dată fiind cantitatea imensă de informații specifice pe care o necesită profesia noastră, un specialist doar în comunicare nu ar face neapărat față mai bine.

Cred că a considera Europromo drept o profesie separată ne-ar ajuta să ne coordonăm activitățile și ar ajuta la dezvoltarea acestora (prin mijloace teoretice și practice). Ca să nu mai vorbesc de faptul că revizuirea sistemului de recrutare a EPSO, care mai întâi organizează numeroase teste și numai după aceea solicită CV-urile, ne-ar ajuta, de asemenea, să aducem persoane inteligente în echipa noastră.

” Chiar cred că aș putea fi unul dintre cei care utilizează fondurile regionale, așa că sunt interesat și motivat. ”



PATRIZIA LENZARINI

Correspondent în străinătate al agenției italiene de presă ANSA



După părerea dumneavoastră, este opinia publică din țara/regiunea dumneavoastră interesată și bine informată cu privire la politica europeană regională? Dacă nu, de ce?

Opinia publică din Italia este foarte interesată să afle ce face Europa pentru ei prin politica europeană regională. Din perspectiva acestui interes din partea opiniei publice, presa italiană – și în particular ziarele regionale, care sunt importante în Italia din punctul de vedere al amplitudinii și al circulației – este foarte receptivă la toate informațiile care parvin de la Bruxelles cu privire la gestionarea fondurilor europene regionale. Iar acest interes nu se oprește aici. De asemenea, ei vor să știe cum pot proiectele să îmbunătățească viața celor cărora le sunt destinate, odată ce au fost duse la capăt.

Prin ce trezesc interesul poveștile despre fondurile regionale?

O poveste devine interesantă atunci când poate satisface curiozitatea publicului despre, de exemplu, dacă s-a investit în noi tehnologii planificate pentru orașul lor cu o contribuție de la FEDR, dacă vor fi finalizate la timp sau dacă vor fi întârziate și, în acest caz, de ce. De asemenea, vor să știe dacă fondurile au fost utilizate eficient sau dacă au fost parțial irosite.

Odată ce proiectul a fost inițiat, opinia publică vrea să știe câte locuri de muncă va crea. De fapt, ei vor să știe dacă a meritat.

Cum pot cetățenii din cele mai izolate și mai sărace orașe din Italia să fie conștientizați de faptul că Europa și politica regională nu i-a uitat?

Politica regională a UE are toate calitățile pentru a deveni cea mai respectată și bine recunoscută de către opinia publică. Pentru ca aceasta să se întâmple, Comisia Europeană trebuie să ofere informații „ajustate”, în funcție de necesități.

Fiind jurnalist acreditat de peste 20 de ani, mi s-a părut întotdeauna dificil să scriu articole despre proiecte finanțate prin contribuții de la fondurile europene. Și aceasta nu din lipsă de voință, ci din cauză că informațiile despre politica regională se bazează pe o singură entitate, deși în realitate sunt alcătuite din milioane de entități. Care este soluția? Calupurile de informații specifice pentru fiecare țară pot oferi informații jurnaliștilor din Bruxelles, care doresc să știe în ce măsură proiectele de mică anvergură pot să schimbe viața cetățenilor din cele mai sărace și mai izolate orașe ale Italiei. Dacă un proiect anume nu a fost pus în practică, este esențial să se explice care au fost motivele pentru acest lucru.

” Odată ce proiectul a fost inițiat, opinia publică vrea să știe câte locuri de muncă va crea. ”



PROGRAME ÎN ETER ÎN PORTUGALIA



În această ediție, revista Panorama are în vedere trei țări și examinează maniera în care acestea abordează nevoia de a comunica despre modurile în care finanțarea regională funcționează pentru cetățenii lor.

Între 2007-2013, Portugalia va primi 21,5 miliarde de euro de la fondurile regionale – ceea ce înseamnă o multitudine de proiecte cu potențial de a schimba viața multor oameni. Cum este cazul adesea, întrebarea care se pune este cum pot ei să afle unde sunt cheltuiți banii care îi pot ajuta. Prin urmare, rețeaua Cadrului Strategic Național de Referință (CSNR) a consilierilor de comunicare din Portugalia a apelat la programe radio pentru a explica finanțarea programelor.

„Obiectiv 2013” este un program radio care se transmite în fiecare zi de lucru timp de trei minute, iar sâmbăta toate emisiile din timpul săptămânii sunt reluate în ordine succesivă. Aproape în totalitate, timpul emisiilor este dedicat descrierii de proiecte.

Pe aceeași lungime de undă

Ideea de a utiliza radioul a apărut, deoarece consilierii de comunicare portughezi consideră că este necesară o schimbare de stil în limbajul de comunicare despre fondurile regionale. Jargonul și o exprimare impenetrabilă pentru publicul larg își fac simțită prezența. Ei doreau, de asemenea, să utilizeze la maximum un mijloc de comunicare care ajunge la o audiență vastă.

Programul radio Obiectiv 2013 face parte din efortul de a îmbunătăți modul în care comunicarea cu opinia publică este facilitată prin utilizarea unui limbaj atrăgător și mai apropiat de viața de zi cu zi.

Pentru transmiterea programului a fost ales postul de radio TSF, după o cerere de oferte prin care au fost pre-selectate acele posturi cu acoperire în întreaga țară și cu cote de audiență ridicate.

Pe parcursul a trei minute, jurnalistul prezintă proiectul și numește programul operațional și fondul care îl susține. Întotdeauna este inclus un citat din partea beneficiarului, subliniindu-se astfel importanța proiectului. Beneficiarul vorbește, de asemenea, despre expectativele pe termen mediu și lung, despre modul în care sprijinul oferit de finanțarea regională le-a adus schimbări pozitive și, în unele cazuri, va continua prin a face recomandări ascultătorilor despre cum să depună o cerere.

Cei care ratează timpul de emisie din timpul săptămânii se pot ține la curent pe site-ul web al postului de radio.

Ascultătorii sunt atrași de povești cu caracter uman, care din fericire abundă de când Portugalia utilizează alocațiile de la

Punctul de vedere al mass-mediei

Pentru directorul postului de radio, Paulo Baldaia, parteneriatul cu Observatorul CSNR reprezintă un mod important de a oferi ascultătorilor informații noi și utile. „Suntem un post privat, dar credem că programele noastre trebuie să aibă un conținut care să fie util la nivel de servicii publice. CSNR este sprijinul Uniunii Europene la modernizarea și la dezvoltarea țării. Este important ca opinia publică să știe ce se pregătește și se întreprinde peste tot în țară și, în același timp, îi informăm pe toți cei care ar putea beneficia de fondurile structurale.”

fondurile structurale pentru dezvoltarea de aptitudini, promovarea creșterii durabile, garantarea coeziunii sociale, asigurarea dezvoltării teritoriale și urbane, precum și îmbunătățirea guvernării. Nu trebuie căutat mult pentru a găsi persoanele din spatele priorităților.

Cum funcționează

O medie de 2,2 milioane de persoane pe lună ascultă la radio transmisiuni care, săptămână de săptămână, se concentrează pe diferite programe operaționale – în Portugalia se desfășoară paisprezece dintre acestea. Dar acoperire nu numai programele, ci și toate regiunile. „Din punctul de vedere al logisticii și al persoanelor implicate în această inițiativă este, de asemenea, o provocare, deoarece toate autoritățile CSNR trebuie să fie foarte proactive: un program zilnic care va dura un an este destul de exigent din punct de vedere al conținutului”, explică Elisabete Quintas, coordonator al departamentului de comunicare la Observatorul CSNR.

Deși structura acestui proiect radiofonic este bine definită, dna Quintas consideră că independența postului este importantă. Au stabilit de la bun început că acesta este un parteneriat propus și consilierii de comunicare ai fondurilor nu doreau să determine întregul conținut sau cadru al programelor înainte de a fi transmise. „Jurnaliștii pot propune proiecte finanțate de fondurile structurale, pe care ei le consideră relevante – nu intervenim în flerul lor de a identifica povești bune, de interes uman”, spune doamna Quintas.

Din perspectiva postului de radio, ideea este interesantă, deoarece le oferă o temă prin care pot explora viața ascultătorilor lor.

„Acest lucru este important”, spune jurnalista Cláudia Timóteo, care face parte dintr-o echipă de patru persoane care lucrează la proiect. „Îi ajutăm pe oameni să înțeleagă că este posibil ca visul lor să devină realitate prin finanțarea proiectelor lor și, de asemenea, explicăm opiniei publice de unde vin banii și unde se duc.”

Ea nu are nicio îndoială că se află la locul potrivit atunci când apar povești demne de transmis la știri, „Este un privilegiu să ai cunoștință despre așa de multe proiecte și inițiative care constituie o forță pozitivă de schimbare în țara mea.”

O NOUĂ ABORDARE A REGENERĂRII URBANE

ÎN GENT ȘI ÎN FLANDRA

Unitatea FEDR a guvernului flamand se asigură că prezența sa se face simțită la toate evenimentele regionale legate de finanțarea UE. Ei reevaluează constant cele mai bune modalități de comunicare, precum și modul în care pot măsura eficacitatea eforturilor depuse.

Liliane Stinissen, consilier de comunicare al Unității FEDR a guvernului flamand, este convinsă că „trebuie să-ți cunoști bine audiența dacă vrei să-ți transmiți mesajul într-un mod corect”. În cazul multor oportunități de dezvoltare regională, întreprinderile și organizațiile au nevoie să cunoască posibilitățile care li se oferă. Aici nu se preferă abordări inedite pentru transmiterea informațiilor, ci comunicări regulate, fiabile prin seminarii, evenimente de relaționare și broșuri sau foi volante, tipărite sau online.

Resursele sunt îndreptate cu atenție către un public cunoscut și, pe parcursul timpului, rețelele de contact formate beneficiază de propria valoare prin multiplicarea impactului informațiilor de bază. Pentru a spori acest efort imens, guvernul flamand scoate în evidență exemple reale despre modul în care au beneficiat întreprinderile și în care economia ca întreg crește datorită cofinanțării de la UE. Astfel, de exemplu, atunci când investițiile în Expo Centre din Kortrijk au fost finalizate și rezervările la hotelul local au sporit, era timpul ideal pentru a se face publicitate modulului în care finanțarea UE a făcut parte din ansamblu.

Dincolo de parametri bine definiți ai afacerilor există totuși o sarcină mai largă, și anume aceea de a ține opinia publică la curent. Guvernul flamand profită de toate oportunitățile de publicitate, combinând abundența de informații cu moduri imaginative de a atrage persoane de orice vârstă, în orice situație. La evenimente speciale, precum cel din Gent, se pot vedea proiecte de investiții direct de la sursă. Există acolo o expoziție specială care explică modul în care finanțarea de la UE aduce schimbări benefice unor tipuri specifice de investiții. Pentru adolescenți, informațiile sunt anume adaptate și conțin interviuri și jocuri interactive, care incită gândirea.

Evaluarea impactului real al acestei publicități este întotdeauna o provocare, dar au devenit disponibile informații mai clare prin studii online și în mass-media locală. Pe site-ul web al guvernului flamand, opinia publică poate răspunde la sondaje, dar pe viitor se au în vedere chestionare față în față, la care să se poată răspunde personal pentru a se ști că părerile oamenilor au fost auzite.

În Gent se vorbește răspicat

În Gent cofinanțarea europeană stă la baza regenerării și a dezvoltării inovatoare. „Locuitorii nu au de ce să se îndoiască de faptul că prosperitatea orașului lor este parțial datorată statutului de membru al UE”, spune Kathleen Tavernier, funcționar al autorității orașului Gent.

Pe data de 8 mai anul trecut, autoritățile orașului împreună cu Provincia Flandrei de Est au organizat Ziua Europei, o serie de evenimente care au explicat modul în care UE acționează pentru oamenii din regiune, pentru tineri și pentru întreprinderi. Ziua s-a ținut în districtul Rabot, anterior o parte în declin a orașului, care găzduiește o largă și diversă comunitate de imigranți. Europa a înflorit în fața ochilor lor la propriu datorită faptului că a avut loc o sesiune de plantat colectivă pentru a crea un steag al Europei doar din bulbi de flori.

Zonele de locuit Rabot și Blaisantvest s-au bucurat de o atenție deosebită. Printr-un program pe termen lung de redevoltare, început în 2003, se urmărește recrearea identității sociale a districtului, revitalizarea potențialului său economic și oferirea de locuințe durabile și de bună calitate.

Utilizarea inovatoare a timpului și a oportunităților au dus, de asemenea, la un centru comunitar temporar într-o fostă locație industrială din Rabot-Blaisantvest. Această locație este destinată construirii unor noi spații de locuit, dar până atunci grupuri sociale și artistice au dat o bună întrebuințare cofinanțării UE pentru a crea De Site. Aici se pot reuni diferite comunități, locuitorilor le sunt puse la dispoziție parcele pentru grădinărit și pot avea loc multe activități culturale.

În octombrie a avut loc un eveniment comun organizat de orașul Gent și guvernul flamand pentru a scoate în evidență inițiativa privind construcțiile de locuințe, „A locui în oraș”. Locuitorii au avut șansa de a vedea personal cum orașul lor transformă trecutul într-un viitor prosper cu sprijin de la UE. S-au făcut ture în ambarcațiuni pentru a se arăta renovarea docurilor, în timp ce alte locații au fost transformate în locuințe durabile, iar investițiile în infrastructură au consolidat poziția competitivă a orașului în Flandra.



POLONIA – CONCURSUL CARE

TRANSMITE MESAJE

Modul în care pot fi utilizate fondurile alocate în cadrul dezvoltării regionale poate fi dezbătut. Unde pot fi banii folosiți cel mai bine și la ce tipuri de proiecte. Dar singurul lucru asupra căruia toată lumea poate să cadă de acord este dorința ca țara lor să fie mai frumoasă. Și, întrucât această idee simplă este unanim sprijinită, Ministerul polonez pentru dezvoltare regională o utilizează pentru a promova finanțarea regională în țară.

Ca în cazul oricărui concurs, „Polonia devine mai frumoasă”, care durează de trei ani, acordă premii câștigătorilor diferitelor categorii. Ceea ce face ca această campanie de publicitate UE să fie interesantă este faptul că premiile constau în publicitate gratuită pentru proiectele câștigătoare. Toate sunt din industria turistică, așa că publicitatea pe care o câștigă este vitală. Dar nu numai atracțiile turistice sunt susținute, publicitatea pune în evidență și faptul că majoritatea banilor care sprijină proiectul provin de la finanțarea regională.

Anna Sulińska-Wójcik, șef de unitate în cadrul Departamentului de informare, promovare și pregătire, zâmbește ușor: „Credem că este o alegere destul de inteligentă”, spune ea.

Nașterea unei idei bune

Concursul „Polonia devine mai frumoasă” (acum „devine și mai frumoasă”) este un exemplu de proiect finanțat de o schemă de subvenții pe care departamentul o gestionează ca parte a strategiei de comunicare a fondurilor europene. Acesta identifică anual 20 de proiecte care promovează implicarea UE în Polonia: celebrarea finanțării de la UE și explicarea modului de funcționare a sistemului unui public cât mai larg cu putință. Unul dintre proiectele selectate a propus un ghid despre principalele atracții turistice ale țării – de aici a venit ideea unui concurs anual.

„Ne-am dat seama că era o idee strălucită de când am văzut-o”, spune dna Sulińska-Wójcik, „Am vrut să arătăm opiniei publice efectele reale ale fondurilor UE – proiectele turistice sunt foarte vizibile, de notorietate și atractive, așa că am vrut să organizăm un concurs pentru astfel de proiecte cu scopul de a demonstra că fondurile sunt alocate către ceva ce poate fi văzut cu adevărat.”

Atragerea atenției mass-media

Odată ce participanții se implică, presa locală este informată, iar proiectele beneficiază de o mostră de publicitate la care se pot aștepta în cazul în care câștigă.

„Când trimitem lista cu cei nominalizați, ocupăm multe coloane în presă, aceasta fiind

foarte interesată. Mass-media locală începe să facă lobby pentru proiectele sale preferate și astfel concursul apare în presă imediat”, explică dna Sulińska-Wójcik.

Și, începând cu exemple cum ar fi o țesătorie abandonată, în declin, Łódź-ul post-industrial fiind transformat într-o faimoasă galerie de artă acum sau un parc interactiv al științei în Cracovia, există o gamă largă de atracții. „Am știut că acest concurs va scoate în evidență proiecte interesante, dar ceea ce ne-a impresionat cu adevărat este varietatea aplicațiilor”, adaugă experta în evenimente, Edyta Meczyńska.

Calitatea acoperirii de către mass-media face ca nominalizarea să fie atât de utilă, iar câștigarea concursului chiar mai mult decât atât. O parte a proiectului de promovare a constituit-o o apariție regulată la un program tv matinal de week-end, prezentat de o personalitate bine cunoscută. În acest program de maximă audiență, reporterul vizitează diferiți câștigători și nu numai că prezintă atracția turistică, ci și explică rolul jucat de finanțarea UE la realizarea proiectului.

Toate acestea sunt suplimentate apoi de anunțuri publicitare bine plasate în reviste de la bordul avioanelor și o expoziție atractivă, foarte avansată și cu un design de vârf, care a fost instalată în aeroport.

Și câștigătorul este...

Premiile primei ceremonii de decernare au fost înmânate de ministrul pentru dezvoltare regională. Deoarece mulți dintre câștigători proveneau din orașe mici și din sate, momentul recunoașterii era foarte emoționant. „Multora dintre câștigători li se prelingeau lacrimile pe obraz”, își amintește dna Magdalena Dziubek-Grudzinska, specialistul principal al departamentului în domeniul cooperării internaționale.

Dar nu este dificil să-i faci pe politicienii de nivel înalt să participe la o astfel de ceremonie? „Ba da”, recunoaște aceasta și explică apoi că seara a fost plănuită să coincidă cu un forum la nivel înalt care are loc în apropiere. „Știm că vor fi foarte aproape, așa că am planificat evenimentul nostru cu mare grijă și a meritat, ei au venit”.

Acest tip de planificare ingenioasă poate fi văzut pe tot parcursul concursului. „Am găsit o modalitate de nu vorbi doar despre bani – banii sunt ceva abstract, doar o cifră imensă pe care oamenii nu o pot concepe, sunt impersonali. Dar când comunicăm despre faptul că Polonia devine mai frumoasă datorită banilor europeni, oamenii se uită de jur împrejur și încep să observe că unele lucruri s-au schimbat cu adevărat”, conchide dna Sulińska-Wójcik.



TURUL PE BICICLETĂ AL ORAȘULUI TOULOUSE – O BRIZĂ DE AER PROASPĂT

Locuitorii din Toulouse sunt destul de rapizi când este vorba să facă din transportul durabil o parte a vieții de zi cu zi. Transportul cu bicicleta prin oraș este facilitat prin sistemul de împrumutat biciclete condus de Vélô Toulouse și există o rețea în creștere de piste de bicicletă finanțate de UE în regiunea Garonne. Astfel că în mai, atunci când Toulouse a făcut parte dintr-o Fête de l'Europe de o săptămână în regiunea Midi-Pyrénées, un tur ciclist prin oraș cu scopul de a vedea cum acționează banii UE pentru locuitori a stârnit rapid interesul.

În ziua respectivă organizatorii au văzut cu încântare că aproape 200 de persoane s-au adunat pentru tur; unii dintre ei erau jurnaliști, dar marea majoritate erau doar localnici interesați. Ruta de 15 km i-a dus în jurul a 12 proiecte de investiții diferite din oraș, finanțate parțial din fondurile de dezvoltare regională. Acest fapt a generat o percepere foarte palpabilă a modului în care banii UE constituie o parte importantă a realizării multor proiecte, în parteneriat cu autoritățile regionale.

În 2009 „Balade à Vélo” din Toulouse (parte a Fête de l'Europe) a primit:

- 4 500 de euro de la FEDR
- Plus contribuții voluntare în natură de la organizațiile participante

La nivel regional, oficialii guvernului francez au transmis comentarii și idei rețelei franceze pentru dezvoltare regională și conceptul a stârnit interesul în alte regiuni ale Franței și mai departe în Europa prin rețeaua Inform a consilierilor de comunicare ai politicii regionale a UE. Toată lumea a răspuns în mod pozitiv la îmbinarea dintre un eveniment imaginativ și cheltuieli minime, care a promovat proiecte de dezvoltare regională europeană. Grupurile locale au jucat un rol direct și întregul eveniment a constituit un mod original de a prezenta oamenilor impactul finanțării UE.

Turul pe bicicletă a constituit o utilizare eficientă, cu costuri reduse a fondurilor. Resursele UE au fost concentrate pe producerea unei hărți informative pline de culoare a rutei, cu detalii despre fiecare din locațiile vizitate și link-uri web către informații suplimentare. Înainte de eveniment, au fost distribuite 5 000 de hărți în tot orașul, atrăgând atenția într-un mod interesant și simplu asupra acestei zile.

Cheltuieli puține, impact maxim

Apariția unor noi oportunități

În miezul lucrurilor

Turul ciclist din Toulouse a arătat că informația despre dezvoltarea regională a UE nu trebuie să fie neclară sau complicată. Acest fapt s-a conectat cu ușurință la imaginea pozitivă a ciclismului din Toulouse și a constituit un mod atractiv de a arăta oamenilor rezultatele investițiilor UE. Participanții, dar și spectatorii, au putut face conexiunea dintre un eveniment social amuzant și contribuția dezvoltării regionale a UE în Toulouse.

Un număr de alte proiecte din oraș au fost inițiate după explozia de la AZF, inclusiv reconstruirea și modernizarea unei școli din ciclul secundar. Unele proiecte au regenerat părți ale orașului prin proiecte artistice ale comunității și îmbunătățiri de natură estetică. Altele au oferit locuitorilor noi facilități, cum ar fi un centru de îngrijire a copiilor.

Jurnaliștii care au luat parte au avut un material direct pentru reportajele lor și au putut afla comentariile localnicilor. Reflectarea evenimentului de către mass-media atât înainte, cât și după eveniment a fost foarte pozitivă și a eliminat în mod firesc atitudinile cinice sau critice la adresa UE. Multe persoane au afirmat că acesta a reprezentat cel mai interesant eveniment din cadrul săptămânii Fête de l'Europe și că doresc ca această idee să fie utilizată din nou în alt context.

Turul s-a oprit la Cancéropôle, cu o oportunitate unică de a vizita acest centru de cercetare de vârf în domeniul cancerului, construit după devastatoarea explozie a rafinării AZF în 2001. Acesta a fost cel mai mare și mai semnificativ proiect inclus în tur. El generează în mod firesc mare interes și emoție pe plan local, și faptul de a putea utiliza această locație drept atracție principală a zilei a constituit un lucru pozitiv.

Succesul evenimentului s-a datorat devotamentului și energiei asociațiilor locale organizatoare. Faisons L'Europe, parte a lobby-ului pro-european din Franța, a avut ideea inițială și a preluat conducerea în punerea în practică a evenimentului. Membrii săi și cei ai asociației Toulouse Vélo au oferit mulți voluntari pentru a ajuta la organizarea detaliilor practice, cum ar fi supravegherea și securitatea. Împreună cu autoritățile regionale din Midi-Pirinei, aceste asociații au dat un exemplu și au arătat localnicilor că oricine ar putea să se implice.

ÎNDEPLINIREA CERINȚELOR DE COMUNICARE



Cum poți calcula spațiul necesar pentru informațiile obligatorii despre UE [articolul 9 din Regulamentul (CE) nr. 1828/2006 al Comisiei] pe panouri sau plăci explicative?

Ar trebui subliniat că obligațiile pe care beneficiarii le au în privința tipului de informații de pe plăcile permanente sunt ușor diferite de cele care privesc panourile. Ceea ce ar trebui să conțină ambele, este emblema UE, referiri la fondul în cauză și o declarație care evidențiază valoarea UE.

În cazul panourilor, informațiile la care se face referire în articolul 9 trebuie să ocupe cel puțin 25% din acesta, în cazul plăcilor explicative, informațiile la care se face referire în articolul 9 plus informațiile despre tipul și numele operațiunii trebuie să alcătuiască împreună cel puțin 25% din placă.

Atunci când se organizează și se participă la conferințe și seminarii care promovează programele operaționale, ce tip de asistență tehnică se poate solicita?

Asistența tehnică este menită să faciliteze gestionarea și punerea în aplicare a programelor în general, astfel încât activitățile legate de acestea să fie conectate în mod clar la scopul programului operațional. De exemplu, în ceea ce privește acțiunile de publicitate și informare, asistența tehnică a programului poate plăti pentru activitățile de publicitate, care pot fi sprijinite pe timpul programului.

Fiecare plan de comunicare trebuie să conțină un buget indicativ [articolul 2(2c) din Regulamentul (CE) nr. 1828/2006 al Comisiei]. Pot astfel de bugete să fie utilizate pentru costurile interne ale autorităților de gestionare, cum ar fi pregătirea personalului în domeniul comunicațiilor sau salariile consilierilor de comunicare?

Spre deosebire de perioada 2000-2006, nu există reguli de eligibilitate specifice în ceea ce privește cheltuielile de asistență tehnică. Dacă se respectă regulile expuse în regulamentul specific fiecărui fond, eligibilitatea activităților de asistență tehnică este definită la nivel național. Astfel, dacă prevederile legale naționale permit, asistența tehnică a programului respectiv poate cofinanța pregătiri sau salariile personalului care duce la îndeplinire

programul operațional. Este necesar totuși să se demonstreze că astfel de cheltuieli sunt necesare pentru punerea în aplicare a activităților definite în Planul de comunicare.

Trebuie pus un panou la locația fiecărei operațiuni [articolul 8 din Regulamentul (CE) nr. 1828/2006 al Comisiei], dar ce ar trebui făcut atunci când o operațiune are mai multe locații? Dacă se construiesc 12 poduri, înseamnă că există 12 locații ale operațiunii?

Prevederile privind informarea și publicitatea au scopul de a oferi suficientă vizibilitate proiectelor sprijinite de UE, astfel încât cetățenii să devină conștienți de contribuția politicii de coeziune la calitatea vieții lor. Prin urmare, articolul 8 ar trebui interpretat ca asigurând un efect extins al prevederilor sale (articolul 8.3): „Pe timpul punerii în practică a operațiunii, beneficiarul trebuie să amplaseze un panou la locația fiecărei operațiuni care îndeplinește următoarele condiții:

- totalul contribuției publice la operațiune depășește 500 000 de euro;
- operațiunea constă în finanțarea infrastructurii sau a operațiunilor de construcții.”

Așadar, indiferent de definirea celor 12 poduri, ca „una” sau „12 operațiuni”, dacă cele 12 poduri sunt situate în locuri diferite și dacă pentru construcția lor sunt instalate locații de lucru separate, fiecare locație ar trebui să aibă panoul corespunzător.

În general, când trebuie potențialii beneficiari să se conformeze reglementărilor privind publicitatea? Din momentul în care ei semnează un contract de cofinanțare? Ce se întâmplă dacă proiectul deja a pregătit materiale de informare și publicitate înainte (dar după 1 ianuarie 2007) și vor să revendice aceste costuri ca fiind eligibile? Care este situația dacă o autoritate de gestionare a publicat deja material promoțional despre un proiect, în timp ce planifică să depună o cerere de proiect?

Beneficiarii au doar obligația de a respecta reglementările de publicitate din momentul în care proiectul a fost selectat pentru cofinanțare și un contract de cofinanțare a fost semnat cu autoritatea competentă. În general, cheltuielile, inclusiv cele legate de publicitatea operațiunii, sunt eligibile dacă au fost plătite efectiv între data pentru depunerea programelor operaționale la Comisie sau 1 ianuarie 2007, în funcție de care dintre date este prima, și 31 decembrie 2015 (articolul 56 al Regulamentului general). Cheltuielile legate de materialul de publicitate de dinainte de această dată și/sau care nu corespund cerințelor de publicitate ale Regulamentului nu pot fi considerate eligibile.

Panorama plasează politica regională în context și examinează modul în care oamenii și organizațiile comunică despre politica regională.

FIECARE CUVÂNT CAPĂTĂ IMPORTANȚĂ

Toți cei implicați în promovarea și în punerea în practică a politicilor de dezvoltare regională vor să transmită același mesaj despre modul în care cofinanțarea UE aduce schimbări pozitive în viața oamenilor și a comunităților. Secretul este să vă asigurați că organizația dumneavoastră se adresează direct grupurilor cu care colaborează. Aici, două organisme diferite dezvăluie cum ajung la miezul problemei.

Europe Direct la dispoziția dumneavoastră

Nu este necesar să vizitați Bruxelles-ul pentru a înțelege cum acționează Europa. Persoanele care lucrează pentru birourile Europe Direct de pe tot teritoriul UE au mai multe răspunsuri la îndemână decât v-ați putea imagina.

Personalul Europe Direct își concentrează atenția asupra utilizării eficiente a finanțării regionale UE pentru proiectele din regiunile lor. Ei utilizează orice tip de abordare pentru a se asigura că întreprinderile și asociațiile care îndeplinesc cerințele necesare pentru a primi fonduri aplică și veghează asupra acestui proces până la încheierea sa. De asemenea, ei se relaționează cu omologii din alte regiuni pentru a pune bazele unor cooperări și pentru a lua cunoștință de cele mai recente idei. Oriunde apare o oportunitate de a explica opiniei publice modul în care fondurile UE aduc schimbări pozitive în viața de zi cu zi, personalul Europe Direct este prezent cu publicitate și cu informații la zi despre proiecte.

Birourile de pe teritoriul Franței, de exemplu, sunt conectate printr-un grup de lucru, iar oficialii Comisiei de la DG REGIO, Ocuparea forței de muncă și Agricultură, iau parte cu regularitate la ședințele lor pentru a discuta modul cel mai eficient în care fondurile pot fi promovate la nivel regional. Implicarea directă a Comisiei crește prestigiul birourilor Europe Direct și creează o cooperare mai strânsă între Bruxelles și statele membre.

Personalul de la Europe Direct este conștient de puterea unei comunicări imaginative și organizează sesiuni de informare pentru jurnaliști, forumuri de afaceri pentru a promova cererile de finanțare, buletine informative regulate prin e-mail și multe roluri „din culise”, scopul fiind obținerea celor mai bune rezultate pentru contribuția financiară.

INIO – prestigiu pentru angajarea forței de muncă și pregătire profesională

Sume impresionante din fondurile UE sunt investite în fiecare an prin Fondul Social European (FSE) pentru angajarea forței de muncă și pentru inițiative de pregătire profesională, iar

prioritatea principală a **Rețelei informale a consilierilor de informare ai FSE (INIO)** este asigurarea că orice persoană care le-ar putea utiliza are cunoștință despre acestea.

Dat fiind că acești consilieri sunt răspândiți pe tot teritoriul UE, unul dintre principalele lor atuuri este rețeaua lor de colegi din toată Europa, ceea ce le permite să-și împărtășească reușitele, dar și să facă schimb de idei. Această rețea INIO este condusă de către Comisie și demonstrează cât de mult se bazează o bună gestionare a politicilor pe parteneriate active. Rețeaua adaugă o nouă dimensiune misiunii sale generale de a oferi informații și publicitate de primă calitate și efectuează propria expertiză în vederea identificării persoanelor adecvate pentru oportunități adecvate.

Cu o astfel de rețea pusă la punct, toate tipurile de schimburi și cooperare devin posibile. La o conferință care are loc într-o țară se poate apela la vorbitori importanți din alte părți ale UE. La un nivel mai personal, contactul dintre oficiali menține un flux continuu al informațiilor și este o metodă certă de a face schimb de idei bune.

Una dintre cele mai personale abordări ale publicității a constituit-o o serie de interviuri cu diferite persoane, pe video, care pot fi accesate pe site-ul web al Comisiei dedicat FSE. Aceste scurte interviuri cu 54 de persoane, care acum sunt disponibile și sub formă de carte, arată cum acestea au făcut progrese importante în re-pregătirea profesională pentru a face față cerințelor în schimbare ale pieței muncii. Acestea sunt povești adevărate ale unor oameni care au beneficiat de pregătirea cofinanțată de UE, iar acestea pur și simplu nu ar putea fi posibile fără consilierii de comunicare de la fața locului, care prezintă poveștile lor unei audiențe mai largi.





Site-uri ale comunicării politicii regionale a UE

RegioStars 2009

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_09_en.cfm?nmenu=4#f

RegioStars 2010

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_en.cfm?nmenu=4#2010

Open Days 2009 (Săptămâna europeană a regiunilor și orașelor)

http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2009/index.cfm

Europe Direct

http://ec.europa.eu/europedirect/index_ro.htm

European Citizen Action Services

<http://www.ecas.org/>

Punctele de vedere ale cetățenilor despre politica regională a UE (Flash Eurobarometer Seria #234)

http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_234_en.pdf

http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_234_sum_en.pdf

Site-uri ale Comisiei Europene

Direcția Generală Politica Regională

http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.htm

Rețeaua Inform a DG Regio

http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_en.cfm

Regulamentul (CE) nr. 1083/2006 (Regulament general)

[http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/general/ce_1083\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/general/ce_1083(2006)_en.pdf)

Regulamentul (CE) nr. 1828/2006 (Regulament de aplicare)

[http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fsfc/ce_1828\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fsfc/ce_1828(2006)_en.pdf)

Regulamentul (CE) nr. 1081/2006 (Regulamentul FSE)

[http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fse/ce_1081\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fse/ce_1081(2006)_en.pdf)

Site-uri ale proiectelor/organizațiilor menționate în acest număr

„Vreți să aflați despre ESPA?” Grecia – clipul câștigător la categoria audiovizual RegioStars 2009

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/doc/movie/greek_national.wmv

Centrul de Nano-sănătate al Universității Swansea

<http://www.swan.ac.uk/nanohealth/>

Musikpark Mannheim

<http://www.musikpark-mannheim.de/web09/>

Autoritatea de gestionare din Brandenburg

www.entdecke-efre.de

Canceropôle Toulouse

<http://www.canceropole-toulouse.com/>

Programul pentru Europa Centrală (2007-13) – Cooperare de succes

<http://www.central2013.eu/>

Ziua Europei în Gent

www.gent.be

Ziua Europei în Toulouse

<http://www.europe-en-midipyrenees.eu/web/Europe/1210-fete-de-l-europe.php/>

Europe Direct

http://ec.europa.eu/europedirect/visit_us/index_ro.htm

ECAS

<http://www.ecas.org/>

Comitetul Regiunilor

<http://www.cor.europa.eu/pages/HomeTemplate.aspx/>

FEDR în Gent, Belgia

<http://www.gent.be/EFRO>

„Polonia devine mai frumoasă”

<http://www.polskapieknieje.pascal.pl/>

Organizații de lucru în rețea ale politicii regionale

<http://www.interreg4c.eu/>

<http://www.espon.eu/>

<http://urbact.eu/>

<http://www.interact-eu.net/>

Alte site-uri utile

Studiu anual al tendințelor viitoare ale gestionării comunicării și relațiilor publice

www.communicationmonitor.eu

Principalele site-uri internet pentru numărul următor

Evaluări ale perioadei de programare 2000-2006

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/rado2_en.htm

Evaluări ale perioadei de programare 2007-2013

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/rado_en.htm

DISCUȚIILE DESPRE POLITICA DE COEZIUNE DE DUPĂ 2013 SUNT ÎN PLINĂ DESFĂȘURARE

Un nou grup consultativ informal al experților din statele membre – „Grupul la nivel înalt de reflecție asupra viitoarei politici de coeziune” – a fost creat pentru a sprijini acțiunile Comisiei de elaborare a politicii de coeziune de după 2013. Acest articol explică mandatul grupului și plasează lucrările sale în contextul dezbaterii despre viitorul acestei politici.

În 2007, odată cu lansarea celui de al patrulea Raport privind coeziunea, a început procesul de reflecție asupra viitoarei politici de coeziune, înaintând o serie de întrebări pentru consultare publică, legate în special de provocările pe care le vor avea de înfruntat regiunile în următorii ani. Rezultatele acestei consultări publice au fost rezumate în cel de al cincilea Raport privind coeziunea economică și socială (iunie 2008). Următorul pas a fost Cartea verde privind coeziunea teritorială (octombrie 2008). Rezultatele sale au fost publicate în cel de al șaselea Raport privind coeziunea economică și socială.

Impactul regional probabil al celor patru provocări majore pe care le au de înfruntat regiunile până în 2020 a fost identificat într-un document de lucru în noiembrie 2008: globalizarea, schimbarea demografică, schimbările climatice și energia.

În aprilie 2009, expertiza independentă „O agendă pentru reforma politicii de coeziune”, prezentată de Fabrizio Barca, a făcut o evaluare a situației actuale și a oferit recomandări pentru viitor.

După prezentarea unui document de reflecție de către fostul Comisar Danuta Hübner la întrunirea ministerială informală de la Mariánske Lázně din aprilie 2009, a fost înființat Grupul la nivel înalt pentru a se oferi o platformă informală de discuții între Comisie și statele membre cu privire la principalele elemente ale viitoarei politici de coeziune.

Katarína Mathernová, director general adjunct al DG Regio explică: „Grupul la nivel înalt oferă atât Comisiei, cât și statelor membre oportunitatea de a discuta în profunzime subiecte de interes comun cu privire la viitoarea politică de coeziune”. Ea subliniază atuurile acestui grup: „Suntem capabili să discutăm viitoarele direcții ale politicii și să facem schimburi cu colegii care au experiențe similare în ceea ce privește punerea în practică a politicii de coeziune. De vreme ce nu avem o împuternicire pentru a discuta bugetul – există în acest scop structuri organizate mai formal – punctul central al acestei lucrări îl constituie conținutul și elaborarea politicii”.

S-a plănuț organizarea a cel puțin patru întruniri pe an, dintre care două au avut deja loc. Ultima întrunire, care s-a ținut în decembrie, s-a concentrat pe două domenii principale: Comisarul Samecki a prezentat un „Document orientativ privind viitoarea politică de coeziune”, iar membrii Grupului la nivel înalt au discutat alinierea strategică dintre viitoarea strategie a UE 2020 (de curând s-a deschis o consultare publică) și rolul pe care politica de coeziune îl poate juca în abordarea multor aspecte esențiale. Următoarea întrunire va avea loc în prima parte a anului 2010.



Actualizare din ... În fiecare ediție, Panorama se interesează de modul în care se desfășoară două proiecte, din perspectiva celor care le gestionează. Examinăm punctele slabe și punctele forte ale gestionării proiectelor finanțate de FEDR: identificarea problemelor și împărțirea soluțiilor.

PROIECT

1

ÎN INTERIORUL MUSIKPARK DIN MANNHEIM

Musikpark, Mannheim – un proiect care ajută IMM-urile lansate în domeniul muzicii să facă primii pași. Cei 4 300 de metri pătrați ai Musikpark-ului oferă suficient spațiu pentru o sală destinată coreografiei și reprezentațiilor, ateliere, diferite studiouri de sunet, studio TV și o sală de ședințe elegantă pentru a negocia ceea ce este cel mai important, prima tranșă.

Date și cifre

Peste 5 milioane de euro vor fi investite în Musikpark în cadrul obiectivului II. Finanțarea a început în 2004 și se va desfășura pe parcursul a 15 ani.

Timpul pentru audit la Musikpark

Nimănui nu-i place, dar toți trebuie să-l facă – este timpul pentru audit. După cum știe oricine gestionează un proiect finanțat de politica regională, sunt necesare multe ore de muncă de birou.

La Musikpark, managerul proiectului, Christian Sommer, este mulțumit că acest proces s-a încheiat și că totul a mers bine. „Am aflat că auditorii oficiali ai UE în această regiune se întorc în august și că trebuie să predau toate documentele la primărie peste trei săptămâni”, toți cei 50 de metri.

Auditul a examinat primul stadiu al proiectului, în care fondurile FEDR au fost utilizate la construcția clădirii care adăpostește acum Musikpark-ul. În săptămâna premergătoare termenului-limită, dl Sommer și toți colegii acestuia au scos la imprimantă un număr enorm de detalii tehnice, planuri, facturi și toate comunicările dintre antreprenori, arhitecți și Musikpark. „Din nefericire, mulți dintre cei prezenți la acea dată au alte angajamente și nu mai au contract cu noi. Așa că a trebuit să le dăm de urmă și să-i rugăm să fie prezenți”, explică dl Sommer. Acest lucru nu a fost ușor, având în vedere că nu erau obligați să se implice din momentul în care nu mai erau angajați ai Musikpark-ului. Dar până la urmă au venit toți și întregul proces s-a apropiat de sfârșit la mijlocul lui septembrie. „Așteptăm o scrisoare, dar mi s-a spus că totul este în regulă”, a spus dl Sommer.

Având în vedere tradiția landului Baden-Württemberg și a orașului Mannheim de a se conforma cu rigoare reglementărilor valabile pentru cei care primesc FEDR, dl Sommer nu a avut niciodată îndoieli. „A fost totuși un proiect arhitectural impresionant și au existat mereu chestiuni mărunte, despre care sunt posibile două opinii”, adaugă el.

Succesul aduce cu sine nevoia de spațiu

După plecarea auditorilor, problemele domnului Sommer sunt departe de a se fi terminat. Scopul unei instituții ca Musikpark era de a servi drept incubator pentru specialiștii în domeniul industriei muzicale, micile afaceri având nevoie de ajutor pentru a porni la drum. După patru ani, mulți au ajuns departe, depășind capacitatea spațiului și a instalațiilor puse la dispoziție. Este crucial acum ca Musikpark-ul să nu cadă victimă propriului succes.

„Unora dintre societăți chiar le merge bine – avem un IMM de gestionare a evenimentelor, care s-a lansat cu succes și care are clienți în întreaga Europă. Ei ne solicită să le oferim mai mult spațiu, în caz contrar vor trebui să se mute”, explică dl Sommer. Și tocmai această posibilitate vrea el să o evite, „Societățile care au crescut cu noi se adresează celor care au același mediu atunci când externalizează proiecte”. El se teme că aceasta va lua sfârșit dacă IMM-urile de succes, mai mari, vor pleca, luând contractele și contactele cu ele.

Încercarea de a le menține va fi scopul următorului trimestru, ceea ce va implica negocieri intense între municipalitatea din Mannheim și Musikpark.

Celebritate – nu doar pentru muzicieni

Succesul indubitabil al Musikpark-ului și al proiectului său înfrățit, PopAkademie, atrage multă atenție din partea mass-mediei. Având articole favorabile în publicații diverse, de la presa muzicală la „Financial Times” și acoperire într-o varietate mass-media, dl Sommer este obișnuit cu jurnaliștii. „Știu fără nicio îndoială că este important să fii recunoscutor față de mâna care te hrănește”, spune el. Sinergia dintre autoritatea locală, finanțarea națională și cea regională a UE sunt aspecte pe care dl Sommer dorește să le discute. El este nerăbdător să răspândească vestea, dar nu se știe dacă jurnaliștii vor să o publice: „Ideea e să-i copleșești pe jurnaliști cu informații. Este important ca publicul să știe cum prind viață proiectele ca al meu.”



Îmbinarea finanțărilor

O varietate de surse de finanțare constituie dovada valabilității acestui proiect și a calității aplicărilor. La sediul CNH, obișnuita noastră persoană de contact, dl Tim Claypole, directorul centrului, este mulțumit de modul de dezvoltare a unor sinergii inteligente între proiectele în care el este implicat: „Finanțarea devine cu mult mai utilă și merge mult mai departe atunci când banii din diferite surse sunt utilizați în mod coerent. Este necesar ceva timp pentru ca totul să intre pe făgașul normal”, explică el.

Dar succesul aduce cu sine și obligații. El nu este prea mulțumit că trebuie să dea socoteală pentru fiecare oră pe care o alocă la șapte proiecte diferite, niciunul finanțat în același mod și fiecare necesitând o fișă de pontaj separată. „Când muncești până la epuizare este dificil să distribuie orele – se poate ține seama de orele de zbor de la un oraș la altul pentru a face o prezentare sau doar de timpul petrecut în fața publicului? Un tabel diferit pentru șapte proiecte, în unele cazuri finanțate parțial de până la patru surse diferite.”

În ciuda documentației complicate, faptul că noua clădire a centrului, finanțată atât de fondurile regionale, cât și de Trustul Serviciilor Naționale de Sănătate, va fi construită atât pe terenul Universității, cât și pe cel al Serviciilor Naționale de Sănătate, constituie o sursă de satisfacție pentru dl Claypole: „Noua clădire a Științelor Vieții va găzdui atât experimente clinice, cât și noi societăți, așa că această suprapunere a granițelor se potrivește.”

Există patru centre de excelență în domeniul electronicii plastice în Regatul Unit: Cambridge, Manchester, Sedgefield și CNH. Dl Claypole este entuziasmat de viitoarele conexiuni între acești experți naționali.

Dezvoltarea asistenței medicale a viitorului

Activitățile domnului Claypole la CNH se situează între experimente clinice și sprijinirea IMM-urilor. Echipa sa lucrează la dezvoltarea unor produse biomedicale pentru industrie, adaptate în funcție de client.

Unul dintre lucrurile de care Țara Galilor nu duce lipsă sunt oile, iar acestea au o capacitate utilă de a suporta extragerea unei cantități destul de însemnate de sânge fără a suferi vreun efect negativ. Acest fapt le transformă în principalele surse de colectare a anticorpilor. După ce li se injectează un virus, oile produc anticorpi care sunt apoi extrași din mostrele de sânge. Anticorpii vor fi supuși apoi rigorilor unui proces de imprimare pentru a se verifica dacă pot suporta cerințele fizice ale proiectării sub presiune. „Dacă rezistă, înseamnă că putem să-i imprimăm pe hârtie sau pe alt suport și în cele din urmă vom obține un senzor”, explică dl Claypole.

Indicatorii inițiali pe care i-au identificat sunt senzori de progesteron pentru testarea fertilității și a sarcinii. „Dacă aceasta funcționează, va furniza industriei o alternativă mult mai ieftină la ceea ce există pe piață la ora actuală.” Iar acesta va fi doar

Prin reunirea lumii academice, a sectorului privat și a Serviciului Național pentru Sănătate, CNH urmărește să aplice nanotehnologia la depistarea bolilor și la identificarea tratamentului adecvat.

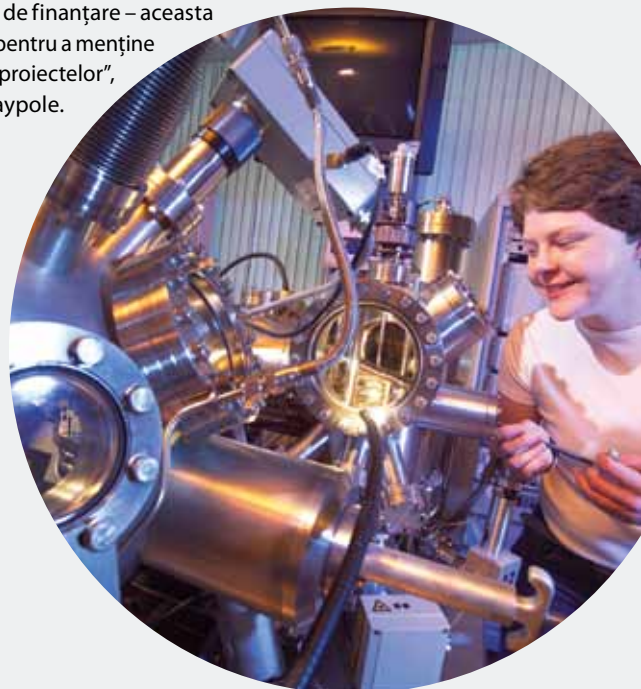
Date și cifre

Puțin peste 21 de milioane de euro urmează a fi investite în Centrul pentru Nano-sănătate în cadrul obiectivului Convergență. Finanțarea a început în 2009 și se derulează pe parcursul a peste 5 ani.

punctul de pornire, pe măsură ce se vor ivi alte modalități de aplicare a acestei tehnologii.

Gelatina de imprimare (biopolimeri) care formează structuri tridimensionale, în jurul cărora celulele pot fi stimulate să crească, este, de asemenea, studiată de către echipa sa. Imprimarea va permite ca formele să fie regulate – mașinile sunt calibrate și programate să traseze linii de o mare acuratețe, la scară microscopică. Suprafața structurii, denumită eșafod, va prezenta asperități pentru a permite celulelor să crească în jurul lor și să se fixeze. Aplicarea în practică poate include vindecarea rănilor și creșterea de celule stem.

„Varietatea activităților desfășurate la CNH sunt sprijinite de diverse surse de finanțare – aceasta este metoda pentru a menține durabilitatea proiectelor”, declară dl Claypole.



OPEN DAYS 2009, PROVOCĂRI GLOBALE

– RĂSPUNSURI EUROPENE

La cea de a șaptea conferință anuală „Open Days” s-au reunit peste 7 000 de persoane din întreaga Europă, și nu numai, pentru a discuta despre durabilitate, schimbările climatice, creștere, cooperare transfrontalieră și viitorul politicii de coeziune. Iar pentru cei care nu au putut fi prezenți între 5 și 8 octombrie, în luna respectivă s-au organizat activități cu privire la aceste teme pe întreg teritoriul UE sub denumirea „Europa în regiunile/orașele noastre”.

Comunicarea – un avantaj pentru planetă

În jur de 1 000 de persoane au luat parte la sesiunea de deschidere, care a început cu discursuri ale Președintelui Comisiei Europene, José Manuel Barroso și ale Comisarului pentru Politica regională, Paweł Samecki, și care a inclus dezbateri pe tema „Provocări globale, răspunsuri europene”.

Întâmpinându-i pe participanți, Comisarul Samecki a prezentat Open Days drept locul unde se poate face schimb de experiență și cel mai eficient mod de a dezvolta regiunile despre care s-a discutat. Experienței i se acordă o importanță deosebită anul acesta: de la ultima conferință Open Days, lumea a trecut printr-o perioadă de turbulențe pe piețele financiare. După cum explică dl Comisar, „Ne confruntăm cu o criză financiară și economică internațională, la care răspundem cu Planul european de redresare economică, precum și cu alte măsuri luate la nivel național și regional”.

Dl președinte Barroso a subliniat că, în fața celor două provocări, schimbările climatice și criza economică, vechile modele ale politicilor nu sunt suficiente și de aceea este oportună tema Open Days din acest an. „Noi probleme necesită noi soluții”, a spus el. Dl Barroso a apreciat votul Irlandei din luna respectivă, care a fost favorabil Tratatului de la Lisabona, și a făcut apel la un parteneriat pentru progres: „Am convingerea că numai prin parteneriat putem face ca Europa să devină cea Europă pe care o visăm cu toții”.

Timp de trei zile delegații au discutat, au dezbătut și au examinat temele următoare:

Inovarea ca modalitate de restabilire a creșterii în regiuni și în orașe

Strategii, programe și proiecte la nivel regional pot aduce inovații într-o serie de sectoare, de la turism la economie creativă. Evenimentul Open Days a găzduit 54 de seminarii pe teme care au analizat, printre altele, serviciile de sănătate, microcreditele și ocuparea forței de muncă, precum și rolul sectorului public.

Schimbările climatice – soluții regionale analizate în preambulul summit-ului de la Copenhaga

Cele mai bune practici prezentate în soluțiile regionale de abordare a schimbărilor climatice au fost puse în evidență în cadrul a 19

Temele centrale ale Open Days

- Restabilirea creșterii economice: inovarea în regiunile și în orașele Europei
- Regiunile și schimbările climatice: drumul Europei spre o dezvoltare regională durabilă
- Cooperarea teritorială: conlucrare dincolo de frontiere
- Obținerea rezultatelor, o privire înainte: evaluarea politicii de coeziune a UE și perspective de viitor

seminarii, acoperind economia cu emisii scăzute de carbon, utilizarea surselor de energie regenerabilă și modurile de finanțare a măsurilor de eficientizare a energiei prin politica de coeziune. În cadrul acestor seminarii, au fost puse în discuție și subiectele: coeziunea teritorială și gestionarea integrată a zonelor litorale, modul în care orașele pot începe să facă o inventariere a emisiilor și rolul băncilor cooperative în finanțarea inovării ecologice.

Cooperarea transfrontalieră și interregională

Luând recent adoptata Strategie a UE pentru regiunea Mării Baltice drept prim exemplu de schimburi europene și internaționale în privința cooperării teritoriale, această temă a subliniat schimbul de idei ca fiind de o deosebită importanță pentru dezvoltarea acestei politici. Serviciile de sănătate, posibilitatea creării de macroregiuni ca viitoare posibilitate de punere în practică a politicii și Gruparea europeană de cooperare teritorială (GECT) au fost abordate în 29 de seminarii, împreună cu alte subiecte din această temă.

Cum a mers până acum, ce ne așteaptă mai departe?

Evaluarea politicii de coeziune și planificarea viitorului – programele pe 2000-2006 au fost acum evaluate. Acest fapt a constituit baza discuțiilor în cadrul a 22 de seminarii, care au analizat ceea ce s-a învățat până acum și modul în care importante concluzii ale procesului de evaluare pot modela cel mai bine viitoarea politică. Un brainstorming al regiunilor cu privire la viitorul politicii de coeziune, un forum al societății civile despre principiul și practicile parteneriatului, primele rezultate ESPON 2013 și o dezbateri despre cooperarea UE-Brazilia în cadrul politicii regionale, au fost doar câteva dintre activitățile care au avut loc în cadrul temei.

La închiderea evenimentului, Comisarul Samecki a atras atenția asupra curajului participanților: „Sunt convins că discuțiile într-un forum extins pot lărgi perspectiva factorilor de decizie și pot îmbunătăți capacitatea lor de a elabora politicile și de a le pune în practică în cel mai bun mod cu putință”. Și nu a fost singurul care a avut o astfel de opinie, după cum arată succesul Open Days.



RegioNetwork 2020 – un nou forum de discuții interactive

Pentru a încuraja relaționarea între regiuni și pentru a le oferi mijloacele prin care pot schimba idei prin internet, DG Regio lucrează la elaborarea unui instrument de relaționare, similar rețelelor sociale existente pe internet.

Această platformă dinamică va sprijini crearea de noi rețele și va permite DG Regio să dea informații despre cele mai recente politici, iar utilizatorilor să-și creeze propriul profil și să primească actualizări automate.

Nou în 2009

Evenimentul din acest an a găzduit câteva manifestări amuzante:

Punerea în evidență a proiectelor politicii de coeziune

O serie de proiecte cofinanțate de politica europeană de coeziune au fost puse în evidență pe o scenă, în fața sediului Comisiei de la Bruxelles, clădirea Berlaymont. Muzică, dans și interpretări magice au dat viață câtorva proiecte extrem de interesante, avându-i drept protagoniști pe copiii din diferite regiuni ale Europei. Succesul scoaterii în evidență a unora dintre aceste proiecte va fi repetat în 2010, când regiuni din toată

Europa vor fi invitate „să-și aducă proiectele la Bruxelles” sau să le prezinte la numeroasele evenimente din întreaga UE cu ocazia Open Days.

Universitatea Open Days

Pentru prima dată, Open Days 2009 s-au mândrit cu o universitate, alături de activitățile obișnuite din jurul evenimentelor principale. Acest fapt a reunit recunoscuți reprezentanți ai lumii academice și cercetători într-o serie de mese rotunde bazate pe sugestiile înaintate de regiuni și parteneri.

” Orașele europene trebuie să joace un rol important, deoarece produc aproape 80% din emisii. Ele trebuie să fie pregătite pentru punerea în practică a unor măsuri noi și mă tem că nu sunt suficient de pregătite. Au nevoie de ceva timp, resurse și cunoștințe pentru a fi mai bine pregătite.

Jirina Jilkova, Institutul de Politică Economică și Mediu, Praga

” Există un obiectiv pe termen lung al politicii de coeziune și acesta este promovarea dezvoltării în Europa și asigurarea că și acele regiuni care au rămas în urmă își pot descătușa potențialul și pot utiliza oportunitățile pe care le au

Dirk Ahner, Director General pentru Politica regională, Comisia Europeană

” Competiția este foarte dură, așa că trebuie să ne străduim din răzputeri pentru a ne utiliza resursele într-un mod mai eficient. Trebuie să avem încredere în faptul că oamenii au idei, trebuie să avem încredere în faptul că micile întreprinderi sunt inovatoare, dar, de asemenea, noi trebuie să creăm un mediu în care acestea să-și manifeste ideile inovatoare și cred că așa putem face față crizei economice prezente

Maud Olofsson, Ministru pentru Întreprinderi și Energie, Viceprim-ministru, reprezentând președinția suedeză

Ce spun ei:

” Această politică trebuie să se bazeze pe un anumit loc, trebuie să fie o politică regională sau locală, nu una sectorială. Este necesar ca aceasta să se bazeze pe investiții care dezvoltă bunurile publice pe plan local și trebuie să reunească diferiți actori din diferite niveluri ale guvernării

Mario Pezzini, OCDE

” Ei bine, cred că Strategia privind Marea Baltică este în mare măsură un răspuns la globalizare, este vorba de utilizarea provocărilor și a oportunităților pe care ni le oferă globalizarea, prin îmbunătățirea cooperării, prin conectarea tinerilor antreprenori și a universităților din regiuni, de exemplu.

Cecilia Malmström, Ministrul suedez al Afacerilor Europene

TRANSMITEREA INFORMAȚIILOR PRIN REPREZENTANȚELE UE

Rețelele depind de furnizarea de informații pentru a fi mereu pregătite. În această ediție, Panorama stă de vorbă cu trei reprezentanți ai UE pentru a afla opiniile lor despre informațiile care le parvin și pentru a-i întreba ce cred despre contribuția lor în cadrul rețelei de experți.

Punctul de vedere al Romei

Lucrând la furnizarea de informații despre politicile europene către cetățenii interesați, prin rețele de comunicare cum ar fi Europe Direct, dl Roland Prenen, de la Reprezentanța UE la Roma, are mulți ani de experiență în utilizarea rețelelor pentru a explica politica.

În Italia, ca în multe alte țări, eficiența comunicării variază de la o regiune la alta. După cum subliniază dl Prenen, nu este în sarcina Europe Direct să le arate regiunilor unde există probleme cu strategiile de comunicare ale regiunilor. Dar birourile Europe Direct depind de calitatea informațiilor provenite de la direcțiile generale, cum ar fi Regio. „Dacă informațiile sunt clare, transparente și concise, chiar și regiunile prost organizate le pot transmite mai departe”, explică el.

„Nu este necesar să utilizăm mecanisme complexe pentru a răspândi texte tehnice – trebuie să utilizăm rețelele simple pentru a transmite informații simple”, spune dl Prenen.

Pentru a utiliza rețelele eficient și pentru a exploata potențialul geografic al Europe Direct, mesajul Romei este clar, modul în care informațiile ajung la reprezentanțe trebuie să fie previzibil, iar informațiile în sine trebuie să conțină strictul esențial, fără jargon și fără detalii inutile.

„Obiectivul 1, Obiectivul 2 – oamenii



se pierd în astfel de noțiuni complexe”, crede dl Prenen. „Ceea ce trebuie să transmitem imediat sunt informații clare și relevante pentru persoanele obișnuite, care e posibil să nu fi studiat la universitate, pentru a înțelege prin propriile puteri afacerile europene”.

Punctul de vedere al Regatului Unit

Ca șef al rețelelor din Regatul Unit la Londra, dna Elizabeth Holt este conștientă că fluxul informațiilor depinde de stabilirea de bune relații între parteneri. Ea a înființat Rețeaua de comunicare a fondurilor structurale din Regatul Unit pentru a asigura o cale de comunicare, simplă și clară. „Nu suntem interesați de gestionarea fondurilor, vrem să ajungem la poveștile umane din spatele banilor”, explică ea.

Dna Holt a reunit mai mult de 30 de persoane responsabile cu publicitatea proiectelor naționale, regionale și locale finanțate de UE pe întreg cuprinsul Regatului Unit pentru a găsi modalități de a spori interesul opiniei publice și pentru a demonstra că banii europeni contribuie la vitalitatea comunităților locale. A înființat și o rețea intranet plină de abnegație, care le permite membrilor să discute de ce unele evenimente de publicitate se bucură de mare succes, în timp ce altele eșuează. De asemenea, rețeaua va ajuta la identificarea personalităților locale cu succes în mass-media, care au ceva de spus.

Dna Holt știe că succesul constă și în sincronizare – acoperire înseamnă transmiterea informației exact la momentul oportun pentru un impact maxim. Partenerii vor putea, de asemenea, să utilizeze intranetul pentru a semnala evenimentele apropiate, demne de a fi difuzate.

„Regatul Unit este în UE, așa că UE trebuie să fie în Regatul Unit. Acest fapt nu se vede la ora actuală”, spune dna Holt. Având în vedere atenția de care se bucură Reprezentanța din Regatul Unit, pare că lucrurile se vor schimba.

Punctul de vedere al biroului UE din Irlanda de Nord, parte a Reprezentanței Regatului Unit.

Proiectele cofinanțate prin fondurile regionale ale UE reprezintă o piatră de temelie a relațiilor Irlandei de Nord cu Europa. Sumele implicate sunt enorme după standardele Irlandei de Nord (2,2 miliarde de euro pentru perioada 2000-2006, 1,1 miliarde de euro pentru 2007-2013). Totuși, cunoștințele despre contribuția pe care UE o aduce pentru întreprinderile locale, ocuparea forței de muncă și sprijinirea societății civile, pot trece cu ușurință neobservate.

Maurice Maxwell, Șeful biroului UE în Irlanda de Nord, explică ceea ce crede el că trebuie să existe pentru a spori conștientizarea opiniei publice:

„Este absolut necesar ca reprezentanțele să fie informate în mod continuu despre principalele evoluții ale programelor, în special în ceea ce privește evenimentele relevante pentru mass-media. Acest lucru poate fi realizat cu ușurință atât împreună cu colegii din Comisie, responsabili cu gestionarea fondurilor, dar mai ales cu diferiți consilieri de comunicare și responsabili cu presa ai autorităților de gestionare. Prezența la comitetele de monitorizare selectate și implicarea în rețelele de comunicare, cum ar fi Inform sau Rețeaua de comunicare a fondurilor structurale din Regatul Unit, sunt utile deoarece aici este punctul în care poate fi intensificată cooperarea dintre autoritățile de gestionare, reprezentanțele Comisiei și DG Regio.”

DATE 2010	EVENIMENTE	LOCAȚIE
19 februarie	Întrunirea ministerială informală cu privire la politica de coeziune http://www.eu2010.es/	Madrid (ES)
22-24 februarie	Guvernarea locală în rețea pentru o nouă Europă http://www.europeansummit2010.eu/	Barcelona (ES)
12 martie	Coeziunea teritorială: care este nivelul intervenției politice?	Bruxelles (BE)
15-18 martie	Întrunire la nivel înalt cu privire la inovare, organizată de DG Cercetare în cooperare cu DG Politica Regională http://www.eu2010.es/	Granada (ES)
16-18 martie	Întrunirea ministerială informală cu privire la coeziunea teritorială http://www.eu2010.es/	Malaga (ES)
19 aprilie (de confirmat)	Politica de coeziune 2000-2006: ce s-a realizat până în prezent?	Bruxelles (BE)
19-21 mai	Cea de a 6-a conferință europeană despre orașe durabile http://www.dunkerque2010.org/	Dunkerque (FR)
20-21 mai	Conferința „Regiunile pentru schimbări economice” și premiile RegioStars 2010	Bruxelles (BE)
24-26 mai	Conferința „Răspunsuri regionale la schimbările globale: actori, instituții și organizații” (http://www.regional-studies-assoc.ac.uk/)	Pecs (HU)
27-28 mai	Forumul privind regiunile ultra-periferice	Bruxelles (BE)
4 iunie	Conferința privind incluziunea socială a romilor: de la culegerea de date și evaluare la politica bazată pe date concrete	Bruxelles (BE)
9 iunie	Conferința privind Strategia UE pentru regiunea Dunării	Viena (AT)
21-22 iunie	Întrunirea ministerială informală cu privire la construcția de locuințe și dezvoltare urbană	Toledo (ES)
4-7 octombrie	Open Days – cea de a 8-a săptămână europeană a regiunilor și orașelor – „Obiectiv 2020: competitivitate, cooperare și coeziune pentru toate regiunile”	Bruxelles (BE)

Temele Open Days 2010 sunt acum cunoscute

Open Days 2010 vor consta în aproape 100 de sesiuni cum ar fi seminarii, ateliere, dezbateri, expoziții, oportunități de relaționare etc. pentru aproximativ 6 000 de participanți. Cu titlul „Obiectiv 2010: competitivitate, cooperare și coeziune pentru toate regiunile”, cea de a 8-a ediție a Open Days se va concentra pe trei teme esențiale – competitivitate, cooperare și coeziune – prezentând cele mai bune practici din programele politicii de coeziune din întreaga Europă:

- seminariile despre „competitivitate” se vor axa pe inovare, dezvoltarea regională și creșterea economică ecologică, precum și pe rezultatele obținute de regiunile sprijinite de obiectivul „competitivitate regională și ocuparea forței de muncă” din cadrul programelor politicii europene de coeziune;
- în cadrul temei „cooperare”, dezbaterile despre cooperarea teritorială și transfrontalieră, Gruparea europeană pentru cooperare teritorială (GECT) și „macroregiunile” vor scoate în evidență cele mai recente evoluții și vor intensifica schimburile dintre specialiști;
- în cele din urmă, în cadrul temei „coeziune”, discuțiile vor trata măsura în care convergența are loc în regiunile din Europa, definirea coeziunii teritoriale, coeziunea socială și abordările integrate ale politicilor relevante la nivel local.

Dacă doriți să contribuiți la programul Open Days 2010 și să deveniți partener la eveniment, veți găsi pe site-ul web al OPEN DAYS mai multe informații, inclusiv despre înscriere:

http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2010/index.cfm

Informații suplimentare despre aceste evenimente se pot găsi în secțiunea Agenda a site-ului nostru web Infoeregio:

http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/agenda/index_en.cfm

EXPRIMAȚI-VĂ OPINIA

Panorama așteaptă cu interes comentariile și întrebările dumneavoastră. Vrem să aflăm care sunt opiniile și experiențele dumneavoastră.

Următoarele ediții ale publicației Panorama sunt:

Panorama 33 (primăvara 2010) „Evaluarea politicii de coeziune 2000-2006”.

Panorama 34 (vara 2010) „Dezvoltare integrată”. Acest număr își va îndrepta atenția asupra dezvoltării urbane, asupra conexiunilor urban-rural și asupra modului în care o abordare integrată poate fi utilizată cel mai eficient pentru a încuraja dezvoltarea economică locală și regională. De asemenea, va include și rezultate ale sondajului „Calitatea vieții urbane” și va exista o secțiune specială despre regiunile ultra-periferice ale UE.

Panorama 35 (toamna 2010) „Combaterea sărăciei și a excluziunii sociale”. 2010 este Anul European al combaterii sărăciei și excluziunii sociale. Acest număr examinează modul în care politica de coeziune abordează provocările excluziunii sociale, ale sărăciei urbane și comunitățile marginalizate, cum ar fi romii.

Așadar, dacă aveți ceva de spus, profitați de ocazie. Dacă doriți să relațiați lucruri interesante în domeniile de mai sus, să puneți întrebări sau să vă exprimați opiniile despre aceste aspecte sau despre altele legate de politica regională, contactați:

regio-panorama@ec.europa.eu

KN-LR-09-032-RO-C

ISSN 1830-933X

© Uniunea Europeană, 2009

Reproducerea este permisă cu condiția menționării sursei.



■ Oficiul pentru Publicații

Comisia Europeană, Direcția Generală Politica Regională
Unitatea B1 – Comunicare, informare și relații cu țările terțe
Raphaël Goulet

Avenue de Tervueren 41

1040 Bruxelles

Fax +32 22966003

E-mail: regio-info@ec.europa.eu

Internet: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.htm