

**Aprobată**  
**prin ordinul nr. \_\_\_\_\_ din \_\_\_\_\_ 2017**

**Strategia de Comunicare a Ministerului Dezvoltării Regionale și  
Construcțiilor  
pentru anii 2017-2020**

**CHIȘINĂU 2017**

*Autor:*

*Această strategie a fost elaborată cu sprijinul Guvernului Germaniei, oferit în cadrul proiectului Agenției de Cooperare Internațională a Germaniei (GIZ) ”Modernizarea serviciilor publice locale în Republica Moldova”. Opiniile exprimate nu reflectă neapărat punctul de vedere al Guvernului Germaniei și al GIZ.*

*Proiectul strategiei a fost elaborat cu participarea specialiștilor din cadrul Ministerului Dezvoltării Regionale și Construcțiilor și instituțiilor subordonate acestuia.*

<b>Cuprins:</b>	
<b>Abrevieri.....</b>	<b>3</b>
<b>DEFINIȚII .....</b>	<b>4</b>
<b>I. Introducere.....</b>	<b>5</b>
1.1 Definirea problemei / Schimbarea paradigmei de comunicare .....	7
1.2 Scopul documentului .....	8
1.3 Delimitarea domeniului de intervenție .....	8
1.4 Compatibilitatea cu alte documente normative.....	8
1.5 Metodologia .....	9
<b>II. Analiza situației din domeniul de intervenție .....</b>	<b>10</b>
2.1. Activitatea de comunicare a MDRC și a instituțiilor subordonate .....	10
2.2 Tendințe generale în mediul în care comunică public MDRC.....	14
<b>III. Instrumente strategice de analiză .....</b>	<b>15</b>
3.1 Analiza PEST (Politic, Economic, Social și Tehnologic) .....	15
3.2 Analiza SWOT .....	18
<b>IV. Obiectiv general și obiective specifice .....</b>	<b>20</b>
4.1 Obiectiv general.....	20
4.2 Obiectiv specific funcțional.....	20
<b>V. Măsurile propuse pentru atingerea obiectivelor .....</b>	<b>21</b>
5.1 Mecanisme strategice și tehnici utilizate pentru a facilita atingerea obiectivului funcțional.....	
5.2 Mesaje-cheie și acțiuni direcționate către grupurile țintă pentru atingerea obiectivelor comunicaționale .....	21
5.1.1 Mecanismul de Comunicare Operativă.....	32
5.1.2 Multiplicarea mesajelor.....	32
5.1.3 Brand book instituțional.....	32
5.1.4 Activități de mentenanță: .....	32
<b>VI. Estimarea Impactului și a costurilor (financiare și non-financiare).....</b>	<b>33</b>
<b>aferente implementării strategiei.....</b>	<b>33</b>
6.1 Resurse financiare .....	33
6.2 Resurse umane .....	33
6.3 Necesități formative, sesiuni informative, seminare, vizite de studiu .....	34
<b>VII. Etape de implementare.....</b>	<b>34</b>
<b>VIII. Proceduri de raportare și monitorizare.....</b>	<b>35</b>
<b>IX. Concluzii și recomandări strategice .....</b>	<b>36</b>
<i>Anexa 1. Mecanismul de comunicare operativă .....</i>	<i>38</i>
<i>Anexa 2. Chestionarul de comunicare operativă.....</i>	<i>41</i>
<i>Anexa 3. Recomandări pentru optimizarea eforturilor de comunicare în Social Media.....</i>	<i>43</i>

## Abrevieri

<b>AA</b>	- Association Agreement - eng. (Acordul de Asociere)
<b>ADR</b>	- Agenție (Agenții) de Dezvoltare Regională
<b>API</b>	- Asociația Presei Independente
<b>BOP</b>	- Barometrul Opiniei Publice
<b>BMZ</b>	- Ministerul Federal German pentru Cooperare Economică și Dezvoltare
<b>CIVIS</b>	- Centrul de Analiză și Investigații Sociologice
<b>CNCDR</b>	- Consiliul Național de Coordonare a Dezvoltării Regionale
<b>CRD</b>	- Consiliu Regional pentru Dezvoltare
<b>DCFTA</b>	- Deep and Comprehensive Free Trade Agreement eng. (Acordul de Liber Schimb Aprofundat și Comprehensiv)
<b>EACO</b>	- Echipa de Analiză și Comunicare Operativă
<b>FNDR</b>	- Fond Național de Dezvoltare Regională
<b>ISC</b>	- Inspecția de Stat în Construcții
<b>MCO</b>	- Mecanismul de Comunicare Operativă
<b>MDRC</b>	- Ministerul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor
<b>PEST</b>	- Political, Economical, Social, Technological - eng. (evoluțiile estimate în sectoarele: Politic, Economic, Social, Tehnologic).
<b>SP MDRC</b>	- Serviciul de Presă al MDRC
<b>SWOT</b>	- Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats - eng. (Puncte tari, slabe, oportunități și amenințări).
<b>UE</b>	- Uniunea Europeană

## **DEFINIȚII**

**Analiza PEST** - o metodă de analiză care examinează efectul unor evenimente sau influențe externe (de ordin politic, economic, tehnologic și social) asupra performanțelor unei organizații într-un domeniu specific. (trad. Din engleză - Dicționarul Cambridge,

versiunea online).

**Analiza SWOT** - o analiză efectuată cu scopul de a identifica avantajele și punctele slabe la nivel intern, precum și oportunitățile și amenințările externe. Poate fi efectuată atât la nivelul general, cât și cu privire la un domeniu specific. (Trad. din engleză - Oxford Dictionary, versiune online).

**Stadiul BETA** - etapă de lansare a unui program, proiect, etc. În care se testează și se identifică eventuale disfuncționalități.

**SEO** - optimizarea în Motoarele de Căutare (Search Engine Optimization, eng.) este un proces complex de strategii, tehnici și tactici atât tehnice cât și editoriale prin care se asigură că o pagină web este disponibilă pentru indexare de către motoarele de căutare (google, yahoo, bing, yandex) și se îmbunătățesc șansele ca această pagină să fie afișată printre primele la căutarea unor cuvinte cheie de interes pentru administratorul paginii. (traducere adaptată după Webopedia).

**Funcția TAG (Facebook)** - funcție oferită de Facebook pentru a lega de o postare sau o fotografie un profil al unui alt utilizator. Utilizatorul tag-uit va fi notificat și postarea/fotografia poate apărea pe profilul utilizatorului (în funcție de setările personale). (traducere din eng. - Facebook Help).

**Facebook Insights** - funcție pusă la dispoziție de către platforma Facebook administratorilor de pagini unde se poate urmări performanța diferitor postări (număr de vizualizări, număr de interacțiuni, etc.)

**Tehnologia web 2.0** - tehnologie specifică internetului contemporan prin care se pune accent pe interacțiune cu utilizatorul paginii prin aplicații destinate să faciliteze dialogul, distribuția și colectarea informației. (traducere adaptată - Webopedia).

**Grupuri sociale alienate (politic)** - grupuri care nu se simt reprezentate politic și se înstrăinează de mecanismul de guvernare. Alienarea politică poate duce la mișcări de revoltă, reformă sau absenteism.<sup>1</sup>

**Beneficiari Indirecți** - beneficiarii indirecți sunt persoane, grupuri de persoane sau organizații care nu au contact direct cu o acțiune derulată într-un proiect/campanie dar care sunt influențate de derularea acestuia.

## I. Introducere

### Contextul general

În ultimii ani, Republica Moldova a demarat un proces de apropiere fără precedent de

---

<sup>1</sup> David C. Schwartz Political Alienation and Political Behavior (Alienarea politică și Compartamentul Politic,) Transaction Publishers, 30 Apr 2007.

Uniunea Europeană, proces care a culminat cu semnarea, parafarea, ratificarea și inițierea procesului de implementare a Acordului de Asociere și a celui de Acordului de Liber Schimb, Aprofundat și Cuprinzător.

În paralel și în deplină consonanță cu procesul de integrare europeană, Guvernul Republicii Moldova a elaborat și a aprobat Strategia Națională de Dezvoltare a Republicii Moldova 2020, precum și Strategia Națională de Dezvoltare Regională a Republicii Moldova pentru anii 2016-2020.<sup>2</sup>

Partenerii internaționali ai Republicii Moldova, atât în cadrul cooperării Moldova – UE, cât și prin acorduri bilaterale, susțin activ acest proces de dezvoltare armonioasă și durabilă a Republicii Moldova, prin suport financiar și transfer de experiență<sup>3</sup>. În acest context, se include proiectul GIZ "Modernizarea Serviciilor Publice Locale în Republica Moldova", în cadrul căruia a fost contractată și elaborarea acestui document.

În procesul de dezvoltare al Republicii Moldova, rolul MDRC este esențial prin responsabilitățile care îi revin în calitate sa de autoritate publică centrală care elaborează și promovează politica statului în domeniul dezvoltării regionale, a amenajării și planificării teritoriului, arhitecturii, urbanismului, construcțiilor, producerii materialelor de construcție și locuințelor.

Dincolo de rolul esențial în elaborarea, monitorizarea și evaluarea documentelor de politici pentru sectorul aflat în responsabilitate, MDRC este implicat activ, alături de partenerii naționali și internaționali, în implementarea proiectelor de dezvoltare regională, în realizarea/finalizarea proiectelor de construcții strategice și de importanță regională și a locuințelor. De asemenea, un rol deosebit de important îl are funcția de control a MDRC a calității construcțiilor, respectarea planului de amenajare a teritoriului național și a altor norme legale din domeniile ce i se subordonează.

Sustenabilitatea procesului de dezvoltare durabilă și armonioasă a Republicii Moldova poate fi asigurată numai prin implicarea și suportul public, atât în general cu privire la întreaga societate, cât și în particular, prin cooperarea cu grupuri sociale distincte (societate civilă, reprezentanți APL, grupuri de beneficiari din diferite regiuni, antreprenori etc.).

Principalul rol în acest proces de comunicare și mobilizare publică îi revine MDRC, în virtutea misiunii sale ca principala instituție a statului responsabilă de gestiunea acestor domenii.

Mai mult chiar, MDRC, poate, prin procesul de comunicare publică, să devină principalul promotor și liant al proceselor de dezvoltare regională, de planificare rațională și eficientă a teritoriului, poate contribui la profilaxia încălcărilor legislației în vigoare din domeniul construcțiilor și urbanismului. Nu în ultimul rând, MDRC are potențialul de a deveni promotorul recunoscut al inovației în domeniile menționate prin promovarea pro activă a

---

<sup>2</sup> Planul de activitate al MDRC 2016.

<sup>3</sup> Proiectul GIZ "Modernizarea serviciilor publice locale", proiectul inițiat în parteneriat cu Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării al Poloniei "Expertise for the National Strategy for Regional Development 2015-2020"; Proiectele susținute de Agenția Cehă de dezvoltare "Consolidarea capacităților actorilor locali, proiectele din cadrul Strategiei Uniunii Europene pentru Regiunea Dunării (SUERD), proiectele finanțate de USAID pentru susținerea APL, Proiectului "Danube connects", acordul între Republica Moldova și România privind implementarea programului de asistență tehnică și financiară în baza unui ajutor financiar nerambursabil în valoare de 100 de milioane de euro, etc.

noilor tehnologii și materiale.

Pentru a putea atinge aceste deziderate, este necesar ca procesul de comunicare publică a MDRC să fie consolidat iar eforturile de comunicare să fie optimizate și să se asigure sincronizarea acestor eforturi cu cele ale partenerilor naționali și internaționali.

## **1.1 Definirea problemei / Schimbarea paradigmei de comunicare**

Pentru ca MDRC să își poată asuma rolul de actor public care poate influența agenda publică de dezbateri, poate propune noi subiecte de interes vital pentru societate și poate mobiliza suportul public esențial pentru procesele de dezvoltare durabilă europeană, ***MDRC trebuie să își dezvolte paradigma de comunicare.***

### **1.1.1 Care este paradigma veche**

Principala provocare în acest caz este modul reactiv de funcționare a comunicării publice în cadrul MDRC și a instituțiilor subordonate.

Comunicarea publică s-a limitat în linii mari la funcția de relații cu mass-media, mai precis limitându-se în cele mai multe cazuri la informarea mass-media cu privire la diferite evenimente din cadrul activității MDRC, raportări publice și managementul solicitărilor de informații din partea jurnaliștilor. În aceeași notă se poate analiza comunicarea publică a MDRC începând de la pagina de pe rețeaua socială Facebook, website-ul instituției și până la conferințele de presă ori evenimentele de lansare a noi proiecte.

Acest fapt poate fi explicat ușor prin lipsa resurselor umane, în minister activând, până în anul 2016, o singură persoană responsabilă de comunicarea cu mass-media.

În lipsa unui departament de comunicare cu resurse umane și tehnici necesare, procesul de comunicare publică s-a limitat natural la strictul necesar impus de legislația în vigoare și la solicitările reprezentanților mass-media. Mai mult, în responsabilitatea aceleiași persoane a intrat și administrarea rețelelor de socializare, administrarea paginii web a instituției.

Este notabil totuși că în acest context s-au reușit unele elemente de comunicare pro activă precum organizarea cluburilor de presă la teme de interes public, implementarea unui plan de comunicare operativ, coordonarea unei comunicări coerente împreună cu responsabilii de comunicare din cadrul Agențiilor de Dezvoltare Regională și cu partenerii naționali și internaționali ai instituției. De asemenea, în 2014-2016 au fost produse materialele pentru campania națională de comunicare ”Construim viitorul acasă”, realizată cu suportul Guvernului Germaniei și Uniunii Europene.

### **1.1.2 Măsura propusă / Model nou de comunicare**

Pentru ca MDRC să își atingă potențialul public, are nevoie de o viziune unitară, pro activă de comunicare publică planificată și orientată strategic. Prin această măsură se urmărește creșterea vizibilității, credibilității și a capacității de comunicare a MDRC.

Strategia de comunicare publică a Ministerului Dezvoltării Regionale și Construcțiilor pentru 2017 - 2020 vine să răspundă la această necesitate, prin stabilirea obiectivelor comunicaționale, identificarea grupurilor-țintă cheie și de suport, a mesajelor cheie, a mecanismelor și acțiunilor de comunicare strategică necesare.

## **1.2 Scopul documentului**

**Scopul** Strategiei este optimizarea și consolidarea capacității de comunicare strategică, precum și sincronizarea acestor eforturi cu partenerii naționali și internaționali.

## **1.3 Delimitarea domeniului de intervenție**

Acest document vizează în special comunicarea publică a MDRC. Comunicarea internă a instituției este vizată de către mecanisme și recomandări conținute în acest document doar în măsura în care aceste măsuri pot optimiza comunicarea publică a instituției.

Instituțiile incluse în acest document: MDRC și Agențiile de Dezvoltare Regională, instituții în subordonea ministerului, inclusiv și alte instituții subordonate:

### *A. Institute de proiectări, cercetări și servicii*

Î.S. Institutul Național de Cercetări și Proiectări în Domeniul Amenajării Teritoriului, Urbanismului și Arhitecturii “URBANPROIECT” (cu funcții teritoriale)

Î.S. Institutul de Stat de Proiectare “RURALPROIECT”

Î.S. Institutul de Cercetări Științifice în Construcții “INCERCOM”

Î.S. „Serviciul de Stat pentru Verificarea și Expertizarea Proiectelor și Construcțiilor”

### *B. Întreprinderi*

Întreprinderea de Stat Specializată de Executare a Lucrărilor de Explozie “INMEX”

Î.S. „Mina de piatră din Mileștii Mici”

### *C. Instituții de instruire*

Î.S. „Centrul de Instruire ”Inmacom-Didactic”

### *D. Organizații prestatoare de servicii*

Î.S. Sanatoriul-Preventoriu de Bază “Constructorul”

Î.S. „Centrul de Cultură Populară “Veselia”

Documentul de față nu își propune să planifice acțiuni de comunicare care să includă aceste întreprinderi, dar considerăm necesar ca procesul de comunicare și actuala strategie să fie adusă la cunoștința conducătorilor acestor organizații, pentru sincronizarea procesului de comunicare.

Mai mult, institutele specializate în proiectări, cercetări și servicii, prin natura activității lor direct conectată cu politicile promovate de MDRC, este necesar să fie incluse în procesul de coordonare a comunicării publice.

## **1.4 Compatibilitatea cu alte documente normative**

Strategia este un document intern al Ministerului Dezvoltării Regionale și Construcțiilor. Măsurile și activitățile propuse în acest document nu prezintă elemente de incompatibilitate cu alte documente interne. La elaborarea acestui document, s-a ținut cont de Regulamentul



de Comunicare Internă și Externă al MDRC din 2014 și de activitățile planificate, ale MDRC, pentru perioada 2015-2016.

Strategia este elaborată în conformitate cu prevederile legislației în vigoare a Republicii Moldova în domeniile accesului la informație, libertății de exprimare și transparenței decizionale, luând în considerare documentele de referință - Strategia Moldova 2020, Strategia Națională de Dezvoltare Regională 2016-20 și Acordul de Asociere RM-UE cu accent pe capitolul 20, articolele 107 și 108 precum și titlul 5 capitolul 3.

#### **Valorile de bază:**

- **Eficiența** eforturilor de comunicare prin utilizarea optimizată a resurselor umane și financiare ale MDRC și a celor puse la dispoziție de partenerii internaționali.
- **Relevanța** profesională a mesajelor lansate prin utilizarea competențelor specifice la nivel de specialiști / funcționari în procesul de consolidare a mesajelor publice MDRC.
- **Interactivitatea** prin implicarea și consultarea în procesul de comunicare și relații publice a experților / funcționarilor direct responsabili de segmentele de activitate ale instituției și a altor factori de interes.
- **Transparența** - prin asigurarea accesului liber potrivit legislației în vigoare, la informațiile de interes public.
- **Accesibilitatea** - prin încurajarea utilizării unui limbaj simplu și ușor de înțeles pentru publicul larg care este beneficiarul final al activităților MDRC.

#### **1.5 Metodologia**

În procesul de elaborare a acestui document s-a utilizat cercetarea prin observație directă, interviuri, consultări și monitorizări precum și studierea lucrărilor cu caracter sociologic sau de monitorizare relevante.

Au avut loc întâlniri de consultare cu șefii subdiviziunilor din cadrul MDRC și cu responsabilii de comunicare din cadrul MDRC și ADR.

Au fost distribuite peste 30 de chestionare de evaluare a procesului de comunicare (ca proces de pre calibrare a sesiunii de instruire „Comunicare internă și externă pentru angajații MDRC și ADR-urilor”). Chestionarele au purtat un caracter anonim și benevol.

Tot cu scop de evaluare a comunicării au avut loc discuții libere și mediate cu colaboratorii MDRC în cadrul sesiunilor de instruire "Conceperea, implementarea și monitorizarea campaniilor de conștientizare" și „Comunicare internă și externă pentru angajații MDRC și ADR-urilor”

S-au utilizat de asemenea, date statistice interne și anume estimări furnizate de către Direcția generală dezvoltare regională cu privire la numărul și impactul proiectelor de dezvoltare regională implementate din fondurile FNDR.

*Date statistice și rapoartele consultate:* studiul sociologic al CIVIS: "Gradul de satisfacție al părților interesate față de capacitățile Agențiilor de dezvoltare regională de a facilita în mod eficient procesul de dezvoltare regională" (Dec.2014), Raportul API "Mediatizarea Procesului de Dezvoltare regională" (Martie 2014), Barometrele opiniei publice IPP 2013-

2014.

*Consultarea terțelor părți interesate:* pentru elaborarea acestui document s-au efectuat consultări / interviuri ad-hoc cu reprezentanți ai mass media / experți media și ai societății civile precum și experți implicați în campanii de promovare a vectorului european / beneficiile acordului de asociere. Interviurile au avut caracter confidențial, anonim și benevol.

Pentru calibrarea optimă a abordării strategice a comunicării publice a MDRC s-a analizat macromediul unde urmează să fie implementată această măsură (analiza PEST) și avantajele și punctele slabe ale MDRC în acest demers (analiza SWOT).

## **II. Analiza situației din domeniul de intervenție**

### **2.1. Activitatea de comunicare a MDRC și a instituțiilor subordonate**

Comunicarea cu instituțiile subordonate este un proces bilateral și are loc oficial prin transmiterea ordinelor, informațiilor și deciziilor luate la nivel central pentru eficiența activităților desfășurate.

În procesul de comunicare cu instituțiile subordonate, informațiile circulă de jos în sus prin rapoarte sau note informative prezentate conducerii ministerului, inclusiv de jos în sus prin solicitări/scrisori oficiale, reuniuni verbale, inclusiv informațiile sunt transmise, la necesitate, direcțiilor generale, direcțiilor sau secțiilor ministerului.

#### **2.1.1 Comunicarea centrală a MDRC**

În urma observației directe și a consultărilor cu experți din domeniul mass-media, se pot constata următoarele curențe:

**Resurse umane insuficiente** - după cum s-a menționat în definiția generală a problemei, principala curență constă în lipsa departamentului de comunicare și resurse umane insuficiente alocate acestui tip de activitate (o singură persoană). Menționăm că în contextul proiectului GIZ "Modernizarea Serviciilor Locale din Republica Moldova" a fost contractat un consultant național în comunicare care să ofere suport MDRC, dar sarcinile și specificul contractului de consultanță presupun oferire de suport pentru consolidarea echipei MDRC de comunicare, nu substituirea acesteia.

Este evident că pe termen lung este mult mai benefică consolidarea unei echipe interne / departament de comunicare care să beneficieze de suportul consultantților contractați de partenerii internaționali și de sesiunile de instruire organizate cu asigurarea unei memorii instituționale durabile.

**Caracterul exclusiv formal al comunicării** - deși comunicarea publică a unei autorități publice centrale presupune un grad de formalitate specific, observăm, atât la nivel comunicatelor de presă, website și mai ales în activitatea social media un grad excesiv de formalizare a comunicării. Deseori, limbajul este foarte tehnic, greu accesibil publicului

larg sau chiar jurnaliștilor. Este deci necesară adaptarea limbajului pentru diferite grupuri țintă și perfectarea mesajelor-cheie în funcție de aceste grupuri.<sup>4</sup>

**Utilizarea Social Media la un nivel de eficiență scăzut<sup>5</sup>** - în directă corelare cu nivelul excesiv de formal al comunicării, social media (în principal rețeaua Facebook) este folosită în marea majoritatea a cazurilor pentru a redistribui informații prezente pe website și fotografii de protocol. Nu există o planificare specifică comunicării în social media, ținte de audiență, etc. De asemenea, nu se folosesc funcțiile de implicare, invitare la dialog a formatorilor de opinie sau a cetățenilor.

**Comunicare internă formală orientată exclusiv pentru îndeplinirea atribuțiilor de serviciu** - după cum precizăm în introducere, acest document nu va analiza calitatea comunicării interne ca funcție instituțională, ci doar din punctul de vedere al facilitării comunicării publice.

Potrivit rezultatelor extrase din chestionarele completate de către colaboratorii MDRC în octombrie 2014-2015, concluzionăm că în cea mai mare parte (85%) comunicarea internă este percepută strict ca circuit al informației de serviciu. Inițiativele - participarea în procesul de concepere a mesajelor publice nu sunt interzise, dar nu sunt nici încurajate în mod special.

Nu există un sistem specific de consultare neformală a colaboratorilor cu privire la tematicile necesare pentru dezbatere publică. În urma observațiilor directe (training-uri, interviuri), am constatat de asemenea că multe idei, soluții au fost dezvoltate în premieră în cadrul acestor evenimente.

**Ponderea scăzută în fluxul informațional a direcțiilor de activitate care nu produc evenimente** - observând fluxul informațional emis de către MDRC, observăm că informațiile cu referire la politicile publice sunt plasate și actualizate periodic, totuși constatăm că sunt direcții de activitate, în special cele ce țin de elaborarea politicilor în construcții, proiectări, urbanism și amenajarea teritoriului sunt mai puțin reflectate în presa națională și locală. Acest fapt este o consecință naturală a principiului de comunicare reactivă, unde în general comunicarea publică este inițiată doar în contextul unor evenimente publice.

### **2.1.2 Comunicarea la nivel de instituții subordonate**

#### **Agențiile de Dezvoltare Regională**

Activitatea de comunicare din cadrul ADR-urilor se desfășoară în linii generale în deplină

---

<sup>4</sup> Recomandările specifice la acest subiect sunt descrise în [Mecanisme strategice și tehnici utilizate pentru a facilita atingerea obiectivelor](#)

<sup>5</sup> Recomandările specifice și detaliate la acest subiect sunt expuse în Anexa 3. Recomandări pentru optimizarea eforturilor de comunicare în Social Media

consonanță cu activitatea de comunicare a MDRC. Se remarcă eforturi în promovarea formală și neformală. Se constată aceeași insuficiență a resurselor umane alocate pentru această activitate de unde și limitarea la comunicarea reactivă. Din interviurile, chestionarele completate și discuțiile libere cu responsabilii de comunicare din ADR deducem că există o disponibilitate de implicare pro activă în procesul de comunicare. De asemeni, constatăm că procesul decizional implică aprobări ale superiorilor ierarhici pentru variate acțiuni de comunicare de factură operativă, ceea ce reduce din eficiența eforturilor de comunicare.

Un mare potențial de promovare este utilizat insuficient și anume, promovarea prin intermediul proiectelor finanțate în cadrul FNDR.<sup>6</sup>

### **Alte instituții din subordinea MDRC**

Aceste instituții generează un flux constant de informații în mass-media, în marea majoritate informații cu privire la verificări, proiectări, expertizări, sancțiuni, inspecții, etc. Se remarcă pozitiv frecvența cu care instituțiile raportează activitățile pe site-ul propriu, dar se constată un accent scăzut pe acțiunile de comunicare de profilaxie, acțiuni care ar putea fi organizate împreună cu MDRC și ar asigura o transparență în activitatea instituțiilor din subordine, precum și ar îmbunătăți relațiile de colaborare cu sectorul privat și societatea civilă.

### **2.2 Impactul mediatic generat de MDRC**

În linii generale, activitățile MDRC sunt prezentate către mass-media/public într-un mod corect și acțiunile majore sunt reflectate de mass media. În orice caz, trebuie observat că prezența în mass-media este la un nivel scăzut comparativ cu potențialul mediatic de care dispune Ministerul, că majoritatea materialelor publicate nu reflectă complexitatea și impactul major (social, economic etc.)

Conform studiului API "Mediatizarea Procesului de Dezvoltare regională", cel puțin pe dimensiunea dezvoltării regionale, în perioada monitorizată (pe parcursul anului 2014) s-a difuzat aproximativ un material la fiecare două zile pe tematicile de interes. După cum constată și autorii raportului, există cu siguranță un potențial mai mare la capitolul vizibilitate. Potrivit aceluiași studiu, majoritatea covârșitoare a materialelor publicate sunt știri (62 din 118) și reportaje (40 din 118) - deci materiale cu un volum mic de informații, bazate în general pe evenimente curente din cadrul proiectelor, fapt care atestă o **pondere scăzută a materialelor de investigație, analiză și impact social.**

Totodată, în perioada monitorizată, motorul de căutare Google a oferit 75 000 rezultate pentru cuvintele dezvoltarea regionala în RM. Conform statisticilor prezentate pe pagina web a instituției, observăm că în luna decembrie 2016 au fost înregistrate un record de 11 836 accesări unice. Este firesc să concluzionăm că MDRC desfășoară

---

<sup>6</sup> A se vedea secțiunea specială din acest capitol FNDR, CRD și oportunitățile de promovare

activități de informare și asigură transparența activităților pe care le desfășoară. Concomitent, canalele de informare existente și accesibile instituției ar putea fi utilizate la cote maxime, pentru a asigura o vizibilitate sporită și a îmbunătăți capacitățile de comunicare cu publicul larg.

### **2.3 FNDR, CNCDR, CRD și potențialul de promovare prin proiectele de dezvoltare regională**

MDRC gestionează, potrivit legislației, Fondul național pentru dezvoltare regională și în ultimii ani (2011-2016) au fost lansate 79 de proiecte de dezvoltare regională cu finanțare din FNDR. Impactul pozitiv al acestor proiecte (beneficiari direcți și indirecti), variază de la câteva mii la câteva sute de mii de cetățeni.

Din totalul bugetului alocat pentru aceste proiecte (circa 831 mln. lei), observăm că numai 814.0 mii lei au fost alocați pentru campanii de conștientizare.

În mod evident se ratează o oportunitate importantă de a promova proiectele desfășurate, inclusiv utilizarea ineficientă a instrumentelor de comunicare în procesul de conștientizare.

#### **Cât de importante sunt proiectele FNDR pentru vizibilitate**

Conform studiului sociologic al CIVIS: "Gradul de satisfacție al părților interesate față de capacitățile Agențiilor de dezvoltare regională de a facilita în mod eficient procesul de dezvoltare regională" (2014), în rândul beneficiarilor indirecti a proiectelor de dezvoltare regională, avem o valoare inițială de 88 % de recunoaștere a termenului „Dezvoltare regională” (au auzit de acest termen). La capitolul înțelegere a acestor concepte, 57 % din beneficiarii indirecti consideră că *Dezvoltarea Regională* este procesul de dezvoltare echilibrată a regiunilor.

Cifrele expuse arată o înțelegere și o recunoaștere destul de mare a conceptelor de dezvoltare regională. Tot pe aceleași eșantioane, gradul de recunoaștere a MDRC este 99 % printre beneficiarii direcți (implicați în proiectele de dezvoltare regională) și de 89 % printre beneficiarii indirecti.

Observăm că persoanele care au intrat în contact direct cu proiectele de dezvoltare regională prezintă un grad extrem de ridicat de cunoaștere și înțelegere a conceptelor cheie de interes pentru Minister.

Impactul acestor proiecte asupra gradului de vizibilitate și recunoaștere în societate a MDRC, a ADR-urilor și a structurilor FNDR și CNCDR este esențial și acest impact trebuie să fie crescut prin creșterea ponderii acordate campaniilor de sensibilizare/informare organizate în cadrul proiectelor finanțate din FNDR.

Procentul din bugetul fiecărui proiect pentru promovare / informare ar putea crește. De asemenea, potrivit practicilor europene din regiune, componenta de informare și publicitate trebuie să fie obligatorie pentru fiecare proiect finanțat atât pentru asigurarea impactului,

cât și pentru asigurarea informării cetățenilor.<sup>7</sup>

## **2.4 Tendințe generale în mediul în care comunică public MDRC**

### **Vizibilitate și încredere față de contextul valoric**

Am luat în considerare contextul valoric pro european, deoarece majoritatea acțiunilor MDRC se desfășoară în cadrul unui guvern pro-european, a cărei sarcină asumată este implementarea Acordului de Asociere și DCFTA. Mai mult, cadrul valoric în care mesajele publice ale MDRC vor fi promovate este profund rezonant cu Integrarea Europeană, dezvoltarea după modelul european și suportul partenerilor internaționali.

În perioada de referință s-au desfășurat mai multe campanii cu mesaj pro-european de informare și persuasiune. Cele mai active campanii promovează beneficiile Acordului de Asociere și Liber schimb și circulația fără vize în spațiul Schengen. Campaniile în desfășurare folosesc atât canalele media clasice, cât și instrumente de promovare directă, caravane, seminare publice, centre de informare etc.

#### *Feedback-ul direct*

Potrivit interviurilor neformale cu organizatorii unor campanii din acest grup, feedback-ul negativ primit din partea publicului, mai ales în cadrul caravelor (atât cele din sectorul ONG, cât și caravanele din campania electorală) se referă la lipsa beneficiilor tangibile, eforturile de comunicare instituțională fiind percepute ca propagandă politică.

### **Vizibilitate și încredere față de contextul instituțional**

Nu există studii care să reflecte gradul de vizibilitate, recunoaștere în societate a MDRC și a domeniilor sale de intervenție. Din Barometrele opiniei publice consultate pentru perioada de referință, putem constata doar o încredere scăzută populației în actul de guvernare per ansamblu (Guvernul este creditat cu oarecare încredere de 24 % și cu foarte multă încredere de numai 4%) și o mult mai mare încredere în APL (41 % și respectiv 14 %) decât în componentele Guvernului.

### **Perspectivile eforturilor de comunicare ale MDRC**

Concluzia acestei secțiuni este că în eforturile sale de comunicare, MDRC ar putea beneficia de un suport de aproximativ 50 % pentru activitățile prezentate drept parte a eforturilor de integrarea europeană, implementarea Acordului de Asociere și DCFTA.

De asemenea, acțiunile și proiectele implementate cu suportul APL-urilor vor beneficia de mai multă încredere decât cele percepute ca fiind politici guvernamentale. Totodată, luând în calcul metodele și mecanismele de campanie similare cu cele folosite în promovarea AA

---

<sup>7</sup> Spre exemplu toți beneficiarii fondurilor Regio (Programul Operațional Regio din fonduri europene) din România sunt obligați să planifice prezente în proiectele depuse și măsuri de informare și publicitate.

/ DCFTA, eforturile de comunicare ale MDRC au șanse de penetrare la 60 % și potențial de influențare / persuasiune a 25 % dintre cetățeni.

Observăm un avantaj unic de care dispune MDRC în eforturile sale de comunicare, și anume impactul major asupra calității vieții cetățenilor prin schimbări tangibile și de durată în dezvoltarea localităților, un avantaj pe care companiile AA / DCFTA nu l-au avut (vezi feed-back negativ). Anume acest avantaj ar putea ajuta MDRC să obțină rezultate chiar mai bune decât contextul valoric în care se promovează.

### **III. Instrumente strategice de analiză**

#### **3.1 Analiza PEST (Politic, Economic, Social și Tehnologic)**

În această secțiune vom analiza factorii care ar putea să influențeze comunicarea publică a MDRC fie prin generarea de oportunități, fie prin generarea de amenințări care cer reacții adecvate.

##### Instabilitatea politică

În cazul în care, în Parlament nu există o majoritate calificată și nici o alianță majoritară care să susțină Guvernul, iar dezbaterile politice la temă riscă să genereze în societate un grad scăzut de încredere în stabilitatea guvernării, deci și în durabilitatea proiectelor propuse.

**Impact comunicațional:** Vor fi necesare eforturi suplimentare pentru promovarea proiectelor prin însuși beneficiul lor pe termen scurt, mediu și lung și prin alte proiecte de succes deja implementate.

##### Implementarea principiilor și a măsurilor stipulate în Acordul de Asociere RM-UE, capitolul 20 vizează în mod expres activitatea MDRC.

În acest context, MDRC poate coagula suportul mai multor parteneri internaționali și locali în eforturi de comunicare consolidate care să contribuie la atingerea dezideratelor expuse în articolele 107, 108, 109 și 110 din capitolul menționat mai sus.

**Impact comunicațional:** Atenție sporită din partea mass-media și a societății per ansamblu pe segmentele ce țin de implementarea AA.

##### **Recomandări în context:**

- Organizarea unei întâlniri cu responsabilii de comunicare din instituțiile partenere naționale și internaționale pentru coordonarea și calibrarea eforturilor de comunicare;
- Organizarea unei sesiuni de informare și training cu jurnaliști și de fiecare dată când există o nouă conducere în cadrul MDRC;

- Organizarea unui club de presă la finele anului 2016 pentru anunțarea priorităților pe anul 2017 și a rezultatelor pentru anul curent..

## Economic

### AA și DCFTA

Implementarea Acordului de Asociere presupune și armonizarea legislației potrivit anexei 16 a Acordului de Asociere, unde normele din Regulamentul (UE) nr 305/2011 al Parlamentului European și al Consiliului din 9 martie 2011 de stabilire a unor condiții armonizate pentru comercializarea produselor pentru construcții trebuie adoptate în 2015 și în Republica Moldova. Implementarea Acordului de Asociere și DCFTA va genera investiții noi inclusiv în sectorul imobiliar. De asemenea, în piața din RM vor pătrunde creditori noi și programe noi de finanțare. Necesitatea adaptării infrastructurii de producție și export în domeniul agricol și nu numai la cerințele UE poate oferi oportunități pentru proiectele de dezvoltare regională și va crește cu siguranță interesul public pentru mai multe segmente de activitate din domeniul dezvoltării regionale. MDRC poate juca un rol decisiv în încurajarea investițiilor în infrastructură și poate identifica noi parteneri în proiecte investiționale de construcții. Proiectele de dezvoltare regională, mai ales cele ce țin de dezvoltarea economică pot beneficia de interes sporit atât din mediul donatorilor externi, cât și din mediul privat. DCFTA poate avea și impact negativ pe termen mediu, cum ar fi creșterea prețului la anumite materiale de construcție produse locale, care ar putea fi reevaluate la prețul pieței europene.

**Impact comunicațional:** MDRC va avea nevoie de canale noi de comunicare cu mediul internațional, va beneficia de atenția mass-media naționale și internaționale pe domeniile expuse mai sus. Vor apărea astfel oportunități noi de promovare și amenințări noi la capitolul potențial de imagine negativă, dacă serviciul de comunicare nu va fi pregătit să facă față noii situații.

### Instabilitatea sectorului energetic

Contextul politico-economic poate pune în dificultate anumite segmente economice și ar putea afecta per ansamblu nivelul economic general și crearea unor regiuni cu acces limitat la resurse energetice. Acest fenomen va crește interesul public față de sursele de energie regenerabilă și proiectele care țin să asigure conservarea energiei.

**Impact comunicațional:** Sensibilitatea mass-media la tematici legate de sectorul energetic care poate fi benefică pentru creșterea vizibilității unor proiecte.

### Inflația și devalorizarea valutei naționale

Devalorizarea valutei naționale și creșterea indicelui de inflație<sup>8</sup> poate avea un impact negativ asupra costurilor serviciilor publice pentru cetățeni și respectiv un grad mai redus

---

<sup>8</sup> Raport Asupra Inflației, BNM, 1 februarie 2015.



de interes al cetățenilor față de serviciile publice locale. Această dinamică economică poate fi accelerată de recentele evenimente din Federația Rusă (devalorizarea dramatică a rublei, sancțiunile economice, etc.). Un impact negativ va fi de asemenea asupra realizării proiectelor de construcții prin creșterea costurilor.

**Impact comunicațional:** MDRC trebuie să prevadă, inclusiv eventualele crize de comunicare generate de întârzierea anumitor lucrări, majorarea anumitor bugete, etc.;

**Recomandări în context:**

- Pregătirea și promovarea informațiilor cu privire la modul de calculare a prețurilor serviciilor locale.

**Social**

Grupuri sociale alienate

După campania electorală, vor exista în regiuni mai multe grupuri alienate, care au pierdut încrederea în guvernarea centrală și în reprezentativitatea sistemului politic (alolingvi din diferite regiuni cu potențial tradițional de auto izolare, satele cu lucrători plecați preponderent în Federația Rusă, etc.).

**Impact comunicațional:** Grupuri sociale cu necesități comunicaționale deosebite care trebuie luate în calcul în planificarea comunicării.

Nivelul de sărăcie

Sărăcia se păstrează la cote critice, iar în lipsa mijloacelor de subzistență minime, nu se poate miza pe foarte multă implicare civică. Un accent mai mare pe proiectele sociale / mesajele sociale, ridicarea nivelului de trai. Tot din cauza nivelului scăzut de trai nu vor beneficia de suport major proiectele care promit să aducă rezultate palpabile pe termen lung. Prin urmare, aceste proiecte trebuie să beneficieze de suport informațional mai mare, inclusiv prin corelarea lor cu proiectele cu rezultate imediate sau pe termen mediu.

**Impact comunicațional:** Proiectele și politicile MDRC care sunt planificate pe termen lung vor avea nevoie de suport informațional suplimentar (exemple pozitive, opinii ale experților etc.) pentru a le asigura suportul public.

**Recomandări în context:**

Grupurile social vulnerabile trebuie identificate prin prisma necesităților de comunicare locale și asupra lor trebuie să se concentreze eforturi de comunicare personalizate. Media planul campaniei de comunicare (Construim viitorul acasă) trebuie de asemenea adaptat cu accent pe aceste grupuri.

**Tehnologic**

## Noi instrumente de comunicare

Vor continua să câștige teren metodele de comunicare online în sistem interactiv, iar o prezență consolidată din timp pe aceste platforme devine o necesitate.

**Impact comunicațional:** Pentru necesitatea adaptării metodelor de comunicare ale MDRC la noile tehnologii, pentru a beneficia deplin de avantajele comunicaționale va fi necesar de antrenat în activitățile de comunicare mai mult personal, inclusiv specialiști din direcții.

## Materiale și tehnologii noi

În domeniile de referință ale MDRC – dezvoltare regională și construcții – există o dinamică specială în domeniul progresului tehnologic, provocând un interes viu noile materiale și tehnologii inovatoare în domeniul construcțiilor, verificării calității, precum și arhitecturii și amenajării teritoriului.

**Impact comunicațional:** Tehnologiile inovative și mai ales lipsa acestora vor fi subiecte de interes pentru mass-media. Acțiunile MDRC prezentate către mass-media vor fi analizate și din prisma inovației, a utilizării celor mai rentabile/moderne metode, etc.

## **Recomandări în context**

- Lansare de concursuri de idei / proiecte inovatoare la nivel local, dar și internațional pe anumite domenii-cheie;
- Accent sporit în comunicarea publică a MDRC pe importarea unor noi metode, tehnologii pentru realizarea construcțiilor publice.

Factorii expuși mai sus fiind de natură externă, concluziile extrase din această trecere în revistă se vor regăsi la capitolul Oportunități și Amenințări din analiza SWOT. Recomandările în context vor fi incluse în acțiunile propuse.

## **3.2 Analiza SWOT**

În această secțiune vom sintetiza principalele avantaje, dezavantaje, oportunitățile și amenințările care vizează MDRC din punct de vedere comunicațional.

### **Avantaje comunicaționale (Puncte Tari)**

- Credibilitate în fața partenerilor externi (implementarea cu succes a mai multor proiecte, parteneriate de lungă durată cu parteneri externi, etc);
- Impact social benefic asupra unor largi categorii de populație din grupuri distribuite pe întreg teritoriul Republicii Moldova;
- Resurse umane și puncte de afișaj răspândite pe întreg teritoriul RM (prin intermediul proiectelor aflate în administrare și prin partenerii locali);
- Rezultate tangibile ale activităților atât cu efect imediat, dar și cu durată în timp;
- Contribuție directă la bunăstarea cetățenilor (mediu sănătos, apă potabilă, servicii

publice de calitate).

- Colaboratori instruiți și motivați să se implice în procesul de comunicare publică a MDRC.

### **Puncte slabe**

- Activitate foarte eterogenă, care poate fi greu însumată în mesaje scurte destinate publicului neavizat;
- Lipsa vizibilității și a familiarității publicului larg cu denumirea MDRC. (amintim ca au existat multiple denumiri anterioare și unele atribuții schimbate - Ministerul Dezvoltării Teritoriului, Construcțiilor și Gospodăriei Comunale, Ministerul Ecologiei, Construcțiilor și Dezvoltării Teritoriului);
- Lipsa vizibilității pentru CNCDR și CRD, precum și a procesului de selecție a proiectelor înaintate spre finanțare;
- Lipsa unui brand ușor de recunoscut;
- Lipsa unor indicatori clari de vizibilitate/cunoaștere de către populație.

### **Oportunități**

- Disponibilitatea de suport și interesul crescut a mai multor donator / investitori pentru a se implica atât financiar, cât și la nivel de comunicare / imagine;
- Suportul disponibil din partea unor structuri din societatea civilă care sunt implicate și au obiective tangențiale sau comune;
- Interes public crescut pentru dezvoltare regională ca urmare a descentralizării preconizate în procesul firesc de armonizare la standardele UE.
- Creșterea interesului public, deci și a mass-media pentru domeniile vizate de politicile MDRC ca urmare a implementării AA și DCFTA, mai precis pentru dezvoltarea regională, siguranța în construcții, integritatea colaboratorilor implicați în activități de reglementare și control.

### **Amenințări**

- Se pot genera confuzii în opinia publică / percepția cetățenilor cu privire la realizările MDRC și pot fi atribuite altor instituții / forțe politice mai bine cunoscute;
- Categoriile de cetățeni pot să refuze suportul sau chiar să boicoteze proiecte ale MDRC;
- Sărăcia și deteriorarea situației economice poate limita impactul pozitiv al unor proiecte desfășurate de MDRC și genera o imagine negativă;
- Carențele din administrarea publică locală ar putea fi puse în seama MDRC în contextul politic polarizat și a campaniei electorale locale ;
- Mass-media asociată opoziției, în cadrul sau în afara campaniilor electorale, poate prezenta anumite proiecte într-o lumină negativă;

- Contestarea publică a procesului de gestionare a Fondului Național pentru Dezvoltare Regională precum și a modului de selectare a proiectelor de către entități la care le-a fost refuzată finanțarea și încercarea de a decredibiliza procesul;
- Actorii din societatea civilă sau mediul politic pot contesta competența MDRC în administrarea proiectelor strategice de construcție / reconstrucție.

În efortul de a folosi oportunitățile și avantajele comunicaționale pentru a minimaliza dezavantajele și amenințările, au fost sintetizat un obiectiv general și mai multe obiective specifice care vor fi prezentate în secțiunea următoare.

#### **IV. Obiectiv general și obiective specifice**

##### **4.1 Obiectiv general**

*„Consolidarea suportului public în plan intern și extern pentru activitățile MDRC prin creșterea vizibilității și a credibilității și prin consolidarea capacității de comunicare”*

##### **4.2 Obiectiv specific funcțional**

1. Consolidarea capacității de comunicare a MDRC prin implementarea de mecanisme și instrumente eficiente.

##### **4.3 Obiective specifice comunicaționale**

2. Creșterea vizibilității MDRC în rândul cetățenilor Republicii Moldova prin informare proactivă adaptată la fiecare grup țintă;
3. Creșterea credibilității MDRC prin asigurarea transparenței și a dezbaterii publice;
4. Familiarizarea publicului cu privire la mecanismele decizionale din domeniile aflate în responsabilitatea MDRC;
5. Sensibilizarea publicului cu privire la necesitatea implicării în proiectele de dezvoltare regională;
6. Stimularea activismului civic cu privire la respectarea normelor în construcții;
7. Încurajarea cunoașterii și conformării cu legislația care reglementează sectoarele monitorizate de către MDRC;
8. Creșterea vizibilității și a recunoașterii internaționale prin comunicarea pro-activă cu donatorii și partenerii externi existenți și cu cei potențiali.

## V. Măsuri propuse pentru atingerea obiectivelor

### 5.1 Mesaje-cheie și acțiuni direcționate către grupurile țintă pentru atingerea obiectivelor comunicaționale

Pentru a atinge obiectivele comunicaționale, în perioada 2015-2018 se va interveni pe segmente de activitate cu mesaje cheie direcționate către grupuri țintă urmărind un impact comunicațional bine definit, după cum este expus în secțiunea de mai jos.

<b>Obiectiv specific 2:</b> Creșterea vizibilității în rândul cetățenilor Republicii Moldova prin informare proactivă	
<b>Grup-țintă</b>	Populația Republicii Moldova
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• MDRC este o instituție eficientă, transparentă și activă care contribuie masiv la bunăstarea cetățenilor;</li><li>• MDRC este instituția implicată direct în construirea Moldovei de Măine;</li><li>• MDRC este o instituție prietenoasă, deschisă publicului, umană.</li></ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<u>Direct</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• Creșterea vizibilității MDRC în rândul populației;</li><li>• Creșterea încrederii generale în MDRC;</li><li>• Generarea unei atitudini emoționale pozitive față de MDRC și instituțiile subordonate.</li></ul>
<b>Acțiuni</b>	<u>Directe</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• Brand book;</li><li>• Website cu informații operative și bine structurate.</li></ul> <u>Prin Mass-media:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conferințe de presă;</li><li>• Cluburi de presă.</li></ul> <u>Campanii de de Comunicare Prin Social media:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• Postări interactive personalizate pe pagina Facebook.</li></ul>

<b>Obiectiv specific 3:</b> Creșterea credibilității MDRC prin asigurarea transparenței și a dezbaterii publice	
<b>Grup-țintă</b>	Jurnaliștii și coordonatorii instituțiilor media
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MDRC și ADR-urile sunt gata să sprijine informarea corectă și pro activă a cetățenilor RM.</li> <li>• Dezvoltarea regională este un proces trans politic în care beneficiarul final este cetățeanul RM.</li> <li>• Mass-media poate contribui la bunăstarea societății și prin funcția de educare / mobilizare folosită în sprijinul inițiativelor de dezvoltare regională.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea interesului față de activitățile MRDC și ADR;</li> <li>• Creșterea frecvenței contactelor din partea mass-media;</li> <li>• Creșterea ratei de participare la evenimente destinate mass-media organizate de MDRC.</li> </ul> <p><u>Indirecte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea încrederii în informațiile furnizate de MDRC;</li> <li>• Un număr sporit de materiale pozitive publicate pe tema dezvoltării regionale.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cluburi de presă naționale și regionale;</li> <li>• Media avize;</li> <li>• Anunțuri plasate Website;</li> <li>• Elaborarea de dosare de presă pe teme de maxim interes și distribuirea acestora către mass-media;</li> <li>• Vizite de studiu pentru jurnaliști: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vizită de studiu ADR Nord</li> <li>✓ Vizită de studiu ADR Centru</li> <li>✓ Vizită de studiu ADR Sud</li> <li>✓ Vizită de studiu ADR UTA Găgăuzia</li> <li>✓ Vizită de studiu la lansarea altor proiecte realizate de MDRC sau cu suportul</li> </ul> </li> </ul>

	instituției.
<b>Grup-țintă</b>	Lideri din organizații din societatea civilă atât la nivel local, cât și național
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MDRC este un partener de încredere în dezvoltarea Republicii Moldova după algoritmul de dezvoltare european.</li> <li>• MDRC dispune de importante resurse informaționale și umane, care pot fi utile partenerilor din societatea civilă.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea disponibilității de suport din partea sectorului non guvernamental;</li> <li>• Rezultat indirect: Multiplicarea mesajelor-cheie ale MDRC prin intermediul formatorilor de opinie din cadrul societății civile.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Directe:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mese rotunde cu experții naționali sau regionali;</li> <li>• Participarea la forumuri ONG relevante;</li> <li>• Buletin informativ cu oportunități pentru organizațiile nonguvernamentale în sectorul dezvoltării regionale;</li> <li>• Organizarea de consultări ale Ministerului cu societatea civilă pe segmente de activitate specifice: <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Combaterea corupției și transparență decizională;</li> <li>b. Protejarea mediului și îmbunătățirea condițiilor de viață;</li> <li>c. Politică externă și cooperare transfrontalieră;</li> <li>d. Mediul investițional și dezvoltarea economică.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Obiectiv specific 4:</b> Familiarizarea publicului cu privire la mecanismele decizionale din domeniile aflate în responsabilitatea MDRC	
<b>Grup-țintă</b>	Publicul larg cu nivel de educație mediu și peste mediu
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MDRC contribuie la dezvoltarea Moldovei de mâine</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O înțelegere mai bună de publicul larg a responsabilităților și a realizărilor instituției;</li> <li>• Eliminarea confuziilor în privința competențelor și a responsabilităților</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articole de analiză: necesitatea vitală a existenței Planului de Amenajare a Teritoriului Național, Planurilor regionale de amenajare a teritoriului, planurilor urbanistice generale ale localităților;</li> <li>• Articole de familiarizare a publicului cu importanța Planurilor Urbanistice Generale în dezvoltare social-economică a localităților, etc.</li> <li>• Articole tematice și analiză - Politici publice monitorizate de MDRC și impactul pozitiv al acestora pe termen mediu și lung.</li> </ul>

<b>Grup-țintă</b>	Viitorii specialiști în administrația publică
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MDRC contribuie la pregătirea decidenților de mâine din administrația publică.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Înțelegerea de către noii specialiști a specificului de muncă în MDRC și în colaborare cu MDRC.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizarea de lecții deschise în cadrul Universităților, cu participarea studenților de la specialitatea administrație publică.</li> </ul>
<b>Grup-țintă</b>	Comunitatea experților din societatea civilă
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MRDC contribuie la dezvoltarea durabilă și armonioasă prin asigurarea implementării de politici publice responsabile și eficiente.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Înțelegerea de către experții din societatea civilă a potențialului MDRC și identificarea de noi colaborări.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Articole tematice publicate în portaluri de specialitate</li> </ul>
<b>Obiectiv specific 5:</b> Sensibilizarea publicului cu privire la necesitatea implicării în proiectele de dezvoltare regională	
<b>Grup-țintă</b>	APL (primari, consilieri, lucrători cu putere de decizie la nivel de primărie și raional)
<b>Sub-grup-țintă</b>	APL din localitățile unde nu se desfășoară activități
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MDRC, în colaborare cu ADR-urile și partenerii internaționali, poate ajuta fiecare localitate să se dezvolte și să prospere;</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direct - creșterea interesului membrilor APL - urilor față de proiectele de dezvoltare regională;</li> <li>Indirect - creșterea numărului de proiecte propuse și dezvoltate de APL-uri.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Întâlniri între APL - uri și reprezentanții ADR - urilor responsabil în regiune și servicii desconcentrate ISC;</li> <li>Sesiuni informative la sediul ADR - urilor și ISC teritorial, unde vor fi invitați reprezentanții APL - urilor din localitățile țintă.</li> </ul> <p><u>Prin intermediul mass-media</u></p> <p>Elaborarea de puncte de reper pentru în interviuri în mass-media locale.</p>
<b>Sub-grup-țintă</b>	APL-urile din localitățile unde se desfășoară activități
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MDRC apreciază colaborarea și este deschis la noi propuneri;</li> <li>Suportul și implicarea APL-urilor din localitatea dumneavoastră poate contribui</li> </ul>



	la dezvoltarea localității dumneavoastră.
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direct - Creșterea încrederii în MDRC din partea grupului țintă;</li> <li>• Indirect - Noi propuneri de proiecte de succes; Multiplicarea mesajelor cheie ale MDRC și în alte localități unde nu se desfășoară proiecte.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Directe:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buletin electronic informativ;</li> <li>• Mese rotunde;</li> <li>• Plasarea de panourilor informative la punctele de desfășurare a proiectelor;</li> <li>• Expedierea de scrisori de informare cu ocazia lansării unor proiecte sau a încheierii lor cu succes.</li> </ul> <p><u>Mediate de mass-media:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participarea la emisiuni TV locale;</li> <li>• Interviuri în ziarele regionale;</li> <li>• Cluburi de presă regionale.</li> </ul> <p><u>Social Media:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crearea unei pagini dedicate APL-urilor pentru Dezvoltarea Regională unde vor fi publicate istorii de succes, situații excepționale, etc.</li> </ul>
<b>Sub-grup-țintă</b>	APL-urile din regiunea transnistreană
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MDRC și ADR-urile au contribuit masiv la dezvoltarea regiunilor, indiferent de afilierea politică sau etno lingvistică;</li> <li>• Localitățile din regiunea transnistreană ar putea beneficia de suport internațional pentru dezvoltare și integrare regională;</li> <li>• Principiile de descentralizare și dezvoltare regională pot îmbunătăți condițiile de viață în localitățile transnistrene.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea interesului față de colaborarea cu autoritățile de la Chișinău în general și cu cele din segmentul dezvoltării regionale în special;</li> <li>• Creșterea presiunilor de jos în sus către administrația de la Tiraspol pentru a facilita crearea ADR Transnistria.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participarea reprezentanților MDRC la forumuri de profil (consolidarea încrederii între maluri, etc).</li> </ul>
<b>Grup-țintă</b>	Funcționari publici și alți actori publici, a căror activitate interacționează cu activitățile din sfera dezvoltării regionale

<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Echipa MDRC este un partener de încredere și deschis pentru colaborare;</li> <li>Cooperarea stă la baza succesului.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Întâlniri inter-sectoriale la nivel de funcționari;</li> <li>Invitarea unor funcționari-cheie din alte ministere la ședințe ale MDRC și la ADR-uri.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Mediate de Mass-Media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menționarea contribuției altor ministere și a unor funcționari în comunicarea publică a MDRC;</li> <li>Detalierea contribuției funcționarilor din alte instituții în puncte de reper pentru dezbateri și interviuri;</li> <li>Interviuri în presa scrisă.</li> </ul> <p><u>Social media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Crearea unui Grup dedicat colaborării trans-sectoriale din administrația publică centrală pentru dezvoltare regională.</li> </ul>
<b>Grup-țintă</b>	Membrii CNCDR și CRD-urilor
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MDRC este un partener și un mediator de încredere în procesul de dezvoltare regională.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Creșterea încrederii și a proactivismului membrilor CNCDR și CRD - urilor în procesul de implementare a Strategiei de Dezvoltare Regională.</li> </ul> <p><u>Indirecte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Multiplicarea unor mesaje - cheie ale MDRC de către membrii CRD - urilor și CNCDR.</li> <li>Facilitarea procesului de selecție și decizie în cadrul ședințelor specifice.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Buletin informativ electronic;</li> <li>Elaborarea de puncte de reper (talking points) pentru ședințele de lucru.</li> </ul>
<b>Grup-țintă</b>	Cetățenii beneficiari direcți ai proiectelor implementate de ADR-uri
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MDRC și ADR-urile contribuie activ la îmbunătățirea condițiilor de viață în localitatea dumneavoastră;</li> <li>MDRC și ADR-urile au nevoie de suportul cetățenilor pentru a implementa cu succes proiectele.</li> </ul>

<p><b>Impact comunicațional așteptat</b></p>	<p><u>Direct</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea suportului public și a încrederii în MDRC în localitățile-țintă.</li> </ul> <p><u>Indirect</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea numărului de abonați la serviciile publice dezvoltate;</li> <li>• Contribuții locale la proiectele implementate prin voluntariat, donații, etc.</li> </ul>
<p><b>Acțiuni</b></p>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plasarea de billboarduri la punctele de lucru și de postere pe afișajul primăriilor.</li> </ul> <p><u>Mediate de mass-media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferințe de presă dedicate lansării sau încheieri proiectelor;</li> <li>• Comunicate de presă dedicate finalizării unor etape importante;</li> <li>• Publicarea de materiale în presa scrisă și în cea audio-video cu exemple de succes;</li> <li>• Campania de comunicare „Construim viitorul acasă”, ediția a II -a.</li> </ul>
<p><b>Grup-țintă</b></p>	<p>Cetățenii care locuiesc în localități unde nu se implementează proiecte de dezvoltare regională, dar există potențial</p>
<p><b>Mesaje-cheie</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MDRC contribuie activ la îmbunătățirea condițiilor de viață în regiune;</li> <li>• MDRC a implementat deja proiecte de succes în alte localități;</li> <li>• Comunitatea dumneavoastră poate beneficia de suportul MDRC/ADR-urile dacă APL-urile se implică pro activ în acest proces;</li> <li>• MDRC și ADR-urile sprijină dezvoltarea locală și regională, indiferent de afilierea politică sau componenta etno-lingvistică a localităților/comunităților.</li> </ul>
<p><b>Impact comunicațional așteptat</b></p>	<p><u>Direct</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea așteptărilor cetățenilor din localitățile țintă față de reprezentanții APL-urilor.</li> </ul> <p><u>Indirect</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implicarea activă a cetățenilor în procesul de decizie a APL-urilor în sprijinul dezvoltării de proiecte.</li> </ul>
<p><b>Acțiuni</b></p>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plasare de afișaj pe panourile primăriilor.</li> </ul> <p><u>Prin mass-media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicate de presă expediate către mass-media regionale;</li> <li>• Conferințe de presă dedicate lansării sau încheieri proiectelor;</li> <li>• Comunicate de presă dedicate finalizării unor etape importante;</li> <li>• Publicarea de materiale în presa scrisă și în cea audio/video cu exemple de succes;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campania de Comunicare „Construim viitorul acasă”, ediția a II-a.</li> </ul>
<b>Obiectiv specific 6:</b> Stimularea activismului civic cu privire la respectarea normelor în construcții	
<b>Grup-țintă</b>	Constructori și proprietari de construcții
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respectarea normelor de siguranță în construcție garantează siguranța ta și celor din jur;</li> <li>• Nerespectarea normelor de siguranță în construcție poate duce la sancțiuni financiare și penale;</li> <li>• MDRC și Instituțiile din subordine pun la dispoziția cetățeanului informațiile necesare pentru desfășurarea legală a unei construcții, reconstrucții sau renovări.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<u>Direct</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conștientizarea de către grupul țintă a importanței respectării normelor în vigoare.</li> </ul> <u>Indirect</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Scăderea numărului de încălcări în sectorul de activitate.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<u>Directe</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribuirea de broșuri informative prin poștă pe adresele companiilor de construcții.</li> </ul> <u>Prin mass-media</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interviu tematice în presa scrisă și online;</li> <li>• Conferințe de presă cu prezentarea cazurilor concrete;</li> </ul> Comunicate cu sancțiuni aplicate.
<b>Grup-țintă</b>	Publicul larg, cetățeni activi
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E dreptul tău să oprești construcțiile neautorizate;</li> <li>• Construcțiile care nu respectă normele de siguranță sunt un pericol pentru viața cetățenilor.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea numărului de sesizări către Inspecția de Stat și descurajarea construcțiilor neautorizate sau care încalcă normele legale.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<u>Directe</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campanie de informare prin broșuri, postere în spațiile locative comune;</li> <li>• Afișaj de postere în oficiile cu acces direct pentru cetățeni.</li> </ul>

	<p><u>Prin mass-media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferințe de presă tematice;</li> <li>• Articole de presă;</li> <li>• Comunicate care să sublinieze rolul civic al cetățenilor care raportează;</li> <li>• Campanii de PR speciale: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comunicate de presă emise de două ori pe lună (și în cazul unor operațiuni majore) prin care publicul să fie informat asupra sancțiunilor cu trimitere către legislația în vigoare, denumire operativă: „Inspectoratul raportează către cetățean”;</li> <li>✓ Campanii specifice de verificare/inspectare pe anumite domenii de activitate (cu denumiri-cheie, ușor inteligibile e către presă și publicul nevizat) De exemplu: controale/verificări/inspectări privind riscul seismic, inspectări privind siguranța clădirilor. Aceste acțiuni urmează să fie desfășurate într-o perioadă compactă de timp cu maxim vizibilitate mediatică.</li> </ul> </li> </ul> <p><u>Social Media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campanie social media de încurajare a activismului civic în domeniul siguranței construcțiilor.</li> </ul>
<b>Obiectiv specific 7:</b> Încurajarea cunoașterii și conformării cu legislația care reglementează sectoarele monitorizate de către MDRC	
<b>Grup-țintă</b>	Proprietarii de locuințe, imobile
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legislația cu privire la locuințe îți protejează interesele și siguranța.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respectarea legislației de proprietarii de locuințe, evitarea intervenției în structura de rezistență, etc.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rubrică specială pe paginile web ale întreprinderilor din subordine ce să reflecte informații utile proprietarilor de locuințe</li> </ul> <p><u>Prin mass media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Articole informative, informarea cetățenilor în cadrul emisiunilor tematice.</li> </ul>
<b>Grup-țintă</b>	Antreprenori din sfera construcțiilor și a materialelor de construcții
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respectarea normelor și implementarea noilor tehnologii recomandate de către MDRC duce la creșterea calității și respectiv la dezvoltarea business-ului dumneavoastră;</li> <li>• MDRC pune la dispoziția antreprenorilor din sfera construcțiilor și materialelor de construcții toate informațiile tehnice necesare.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea receptivității antreprenorilor și a nivelului de conștientizare a normelor și tehnologiilor recomandate/impuse prin activitatea MDRC.</li> </ul>

<b>așteptat</b>	
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter sau pagină dedicată pe website;</li> <li>• Organizarea de mese rotunde sau sesiuni de informare pentru mediul antreprenorial;</li> <li>• Postere plasate în oficiile MDRC la Chișinău și în teritoriu cu trimitere către pagina informațională de pe website-ul ministerului;</li> </ul> <p><u>Mediate prin mass-media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interviuri în reviste de specialitate;</li> <li>• Conferințe de presă;</li> <li>• Articole tematice de popularizare a politicilor publice și a documentelor normative elaborate de MDRC.</li> </ul>
<b>Grup-țintă</b>	Funcționari publici și alți colaboratori din instituțiile bugetare a căror activitate intră în sfera de monitorizare a MDRC
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Echipa MDRC este un partener de încredere și deschis pentru colaborare;</li> <li>• Cooperarea stă la baza succesului.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conformarea cu legislația, colaborarea mai bună cu MDRC.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Întâlniri trans-sectoriale la nivel de funcționari;</li> <li>• Invitarea unor funcționari cheie din alte ministere la ședințe ale MDRC.</li> </ul> <p><u>Prin mass-media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menționarea contribuției altor ministere și a unor funcționari în comunicarea publică a MDRC;</li> <li>• Detalierea contribuției funcționarilor din alte instituții în puncte de reper pentru dezbateri și interviuri.</li> </ul>
<b>Obiectiv specific 8:</b> Creșterea vizibilității și a recunoașterii internaționale prin comunicarea pro-activă cu donatorii și partenerii externi existenți și cu cei potențial	
<b>Grup-țintă</b>	<b>Partenerii internaționali</b>
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MDRC este un partener loial, eficient și transparent.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<p><u>Direct:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea încrederii și consolidarea relațiilor.</li> </ul> <p><u>Indirect:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implicarea partenerilor internaționali în mai multe proiecte de anvergură în</li> </ul>

	parteneriat cu MDRC.
<b>Acțiuni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traducerea comunicatelor relevante în limbi de circulație internațională și distribuirea lor către partenerii internaționali;</li> <li>• Elaborarea de prezentări și puncte de reper pentru discursuri la evenimente de consultare și cooperare: Participarea în fiecare an la Open Days - Săptămâna Europeană a Regiunilor și Orașelor, Comitetele directoare ale proiectelor internaționale, Ședințele consiliului de coordonare a asistenței externe;</li> <li>• Interfața web în limba engleză.</li> </ul> <p><u>Prin Mass-media:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menționarea partenerilor în contextele pozitive (lansări, încheieri de proiecte de succes, etc.).</li> </ul> <p><u>Prin social media:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crearea profilului oficial MDRC în rețeaua LinkedIn și conectarea la nivel instituțional cu partenerii internaționali;</li> <li>• Promovarea în rețeaua Facebook pe grupuri țintă specifice.</li> </ul>
<b>Grup-țintă</b>	Donatori internaționali care nu au încă relații de parteneriat cu MDRC
<b>Mesaje-cheie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MDRC este un partener de dezvoltare apreciat de comunitatea internațională;</li> <li>• Dezvoltarea regională în Republica Moldova prezintă oportunități unice în regiune de implicare.</li> </ul>
<b>Impact comunicațional așteptat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea MDRC de instituții internaționale active în domeniile de referință ale MDRC;</li> <li>• Posibilități de colaborare noi, identificare de noi donatori/investitori.</li> </ul>
<b>Acțiuni</b>	<p><u>Directe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participarea la forumuri, conferințe internaționale de profil și utilizarea de puncte de reper specifice;</li> <li>• Elaborare de materiale promoționale printate și în format digital pentru informare/încurajarea investitorilor.</li> </ul> <p><u>Prin mass-media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Articole în limba engleză în publicații de specialitate (devex.com, etc.);</li> <li>• Comunicate de presă traduse în mai multe limbi de circulație internațională și distribuite către canalele media internaționale.</li> </ul> <p><u>Prin social media</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prezență activă în platforma LinkedIn - creare profil instituțional, publicarea analizelor cu privire la evoluțiile locale la capitolul dezvoltare regională, publicarea analizelor cu privire la potențialul Republicii Moldova ca țară în</li> </ul>

## Canale media

Pentru comunicare cu grupurile țintă detaliate mai sus se va folosi întreg spectrul de canale media disponibile cu accent pe mass media locale, social media și canalele TV cu profil informativ. De asemenea, se va pune accent pe colaborarea cu asociațiile specializate Asociația Presei Independente (API), Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI), etc.

## 5.2 Mecanisme strategice și tehnici utilizate pentru a facilita atingerea obiectivului funcțional

**Obiectiv specific funcțional 1:** Consolidarea capacității de comunicare a MDRC prin implementarea de mecanisme și instrumente eficiente

### 5.2.1 Mecanismul de Comunicare Operativă

Mecanismul de comunicare operativă este un mecanism strategic conceput special pentru MDRC și care își propune să centralizeze operativ necesitățile de comunicare din diferite direcții de activitate către o echipa de analiză și comunicare operativă care va fi avea capacitatea să ofere soluții mediatice în timp real. Descrierea și etapele de implementare pot fi accesate în documentul de concept al MCO.

### 5.2.2 Multiplicarea mesajelor

Interviurile și alte forme de apariție media în care apare MDRC trebuie utilizate pentru multiplicarea impactului mediativ prin mecanismul următor:

*Se vor extrage declarațiile, mesajele-cheie, iar în baza acestora se va produce un comunicat de presă care se va expedia către mass-media, producând astfel o multiplicare a prezenței în mass-media. Comunicatul va cuprinde și o trimitere la sursa originală, precum și referințe la declarații anterioare la temă.*

### 5.2.3 Brand book instituțional

Elaborarea Brand book complet cu template-uri comune pentru broșuri, leaflete, website, cărți de vizită, decor instituțional, antet, etc.

### 5.2.4 Activități de mentenanță:

#### 5.2.4.1 Pe segmentul Media Relations

- Lărgirea și actualizarea bazei de date a jurnaliștilor cu: numele, contactele valabile, domeniul de interes (segmentul de specializare) și verificare, actualizare lunară;
- Lărgirea / actualizarea bazei de date a mass-media: contactele oficiale, contactele directe ale decidenților (directori, directori de știri, coordonatori) și verificare, actualizare



lunară;

- Elaborarea dosarului de presă general al MDRC la care vor fi adăugate Pachetele de Comunicare Operativă după caz.

#### **5.2.4.2 Pentru cultivarea parteneriatelor cu posibili multiplicatori de mesaj:**

- Lărgire / înnoirea bazei de date a organizațiilor neguvernamentale / parteneri societate civilă care să cuprindă:
  - contactele oficiale, contactele directe ale decidenților;
  - proiecte în lucru care au obiective similare sau de interes pentru acțiunile ministerului (domenii cheie - dezvoltare regională, cooperare transfrontalieră, analiză a domeniului investițional și dezvoltare economică, categoriile social vulnerabile, mediul de viață sănătos) etc.
- Verificare, înnoire bilunară;
- Elaborarea agendei de evenimente organizate de ambasadele RM în comunicare (colaborare cu Ambasadele și Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene) și a planului de acțiuni de comunicare relevante;
- Elaborarea în baza Strategiei a Calendarului de activități trimestrial, care va cuprinde termenii - limită de elaborare a documentelor, termenii de referință și sarcinile de lucru pentru colaboratorii MDRC și partenerii/consultanții externi.

## **VI. Estimarea Impactului și a costurilor (financiare și non-financiare) aferente implementării strategiei**

### **6.1 Resurse financiare**

Acțiunile propuse necesită, inclusiv resurse financiare. Resursele umane și logistice necesare implementării strategiei sunt calculate astfel ca să se includă în capacitatea deja existentă a MDRC, ținând cont de resursele bugetare limitate.

Acolo unde se propun acțiuni care solicită resurse financiare extra bugetare (campanii de comunicare, editare de broșuri și alte materiale informative, realizarea de lucrări IT) se va solicita suportul partenerilor internaționali.

### **6.2 Resurse umane**

Pentru implementarea cu succes a activităților expuse în această strategie, SP MDRC va avea nevoie de cel puțin 3 persoane (Șef Serv. de Presă și 2 coordonatori pe cele două direcții principale de activitate). Serviciile specifice de analiză și planificare, instruire, etc., vor fi contractate din exterior.

De asemenea în fiecare ADR va fi cel puțin o persoană în echipa responsabilă de comunicare. Această măsură va asigura atât eficiență în implementarea acțiunilor de

comunicare, cât și continuitatea eforturilor de consolidarea a capacității de comunicare (training-uri, instrumente noi de comunicare implementate etc.). În acest context, în situația existenței unei singure persoane responsabile de comunicare, pentru a nu provoca blocarea întregului proces de comunicare și pierderea întregii experiențe instituționale, în cazul plecării acestei persoane, directorii Agențiilor vor delega o persoană responsabilă pentru comunicare din limita personalului existent, pînă la angajarea altui specialist.

### **6.3 Necesități formative, sesiuni informative, seminare, vizite de studiu**

Pentru consolidarea capacității de comunicare, se vor planifica următoarele tipuri de activități:

- Seminar de instruire EACO (Echipa de Analiză și Comunicare Operativă);
- Seminar de instruire/workshop – Instituțiile publice și social media (beneficiari – comunicatorii din MDRC și ADR);
- Seminar de instruire/workshop – Funcționarii publici și social media (beneficiari – funcționarii-cheie din MDRC);
- Seminar de instruire pentru jurnaliști: Reflectarea dezvoltării regionale de la analiza macro-economică la poveștile de viață ale cetățenilor (beneficiari – jurnaliști selectați);
- Vizita de studiu peste hotare – Social media și instituția publică – experiență de succes din Cehia (beneficiari comunicatorii MDRC);
- Vizita de studiu peste hotare – Colaborarea cu mass-media – Administrație publică centrală pentru succesul dezvoltării regionale (beneficiari – comunicatorii MDRC și jurnaliști selectați);
- Vizita de studiu peste hotare – Germania – Obiectivele dezvoltare și cooperare internațională în regiune din perspectiva BMZ (beneficiari – comunicatorii și planificatorii strategici MDRC și GIZ).

## **VII. Etape de implementare**

Strategia este planificată pentru implementare în următorii 4 ani, cu elaborarea anuală a planului de acțiuni. Responsabilitatea implementării strategiei revine Serviciului de Presă al MDRC, împreună cu responsabilii de comunicare din instituțiile subordonate MDRC.

În cadrul etapelor de implementare anuale, se vor urmări prioritățile:

### **2017**

- Consolidarea mecanismelor de comunicare ale MDRC și ADR;
- Creșterea gradului de cunoaștere/recunoaștere în grupurile țintă pentru conceptele: MDRC, Dezvoltare regională;

- Crearea/consolidarea canalelor de comunicare cu fiecare grup-țintă direct<sup>9</sup>;
- Promovarea regiunilor și a proiectelor specifice;
- Dezvoltarea de campanii și inițiative publice de interes național în parteneriat cu societatea civilă și partenerii internaționali;
- Promovarea experților/funcționarilor și liderilor din MRDC și ADR ca formatori de opinie de nivel național.

## **2018**

- Confirmarea statutului public de formatori de opinie pentru experții/funcționarii MDRC cheie;
- Recunoașterea internațională în regiune a MDRC și ADR ca exemple de succes;
- Exportarea de bune practici în alte instituții de administrație publică centrală și locală.

## **2019**

- Confirmarea statutului MDRC ca platformă națională de dezvoltare regională care are capacitatea de a exporta vizibilitate, credibilitate și suport public pentru partenerii săi în plan național și internațional.

Implementarea strategiei și contextul strategic se va evalua și recalibra odată la 6 luni. Totodată, la sfârșitul fiecărui an de implementare va fi evaluată implementarea planului de acțiuni și va elabora planul de acțiuni pentru anul următor.

## **VIII. Proceduri de raportare și monitorizare**

În procesul implementării prezentei Strategii, se va efectua monitorizarea periodică a realizării acțiunilor și evaluarea rezultatelor obținute pentru că, în caz de necesitate, să fie operate modificările necesare.

În procesul de monitorizare și evaluare vor fi luați în considerare indicii de performanță prevăzuți în planul de acțiuni, la elaborarea rapoartelor de monitorizare.

De asemenea, pentru a asigura o evaluare cât mai precisă pe întreg parcursul implementării se vor organiza monitorizări ad-hoc:

### **Cantitativă**

- Se vor monitoriza numărul de apariții în presă și numărul de jurnaliști prezenți după fiecare eveniment public (conferință de presă, club de presă, consultare cu societatea civilă).
- Numărul de repostări (share), numărul de aprecieri (like) și numărul de persoane la care au ajuns postările în rețeaua Facebook.

<sup>9</sup> A se vedea secțiunea: Grupuri țintă, mesaje-cheie și rezultate urmărite

## **Calitativă**

- Se va analiza tenta materialelor de presă și a repostărilor în social media monitorizate la punctul după structura: negativ, pozitiv, neutru.
- Se vor distribui chestionare de evaluare la cluburile de presă, consultările cu social media, consultările cu partenerii.

Procedura de raportare va cuprinde elaborarea de rapoarte semestriale și anuale de activitate/progres, în baza Planului de acțiuni, consolidarea Raportului anual de progres și raportul final odată cu încheierea perioadei de implementare în Decembrie 2020.

## **IX. Concluzii și recomandări strategice**

Contextul socio-politic în care urmează să fie implementată actuala strategie este unul extrem de dinamic și polarizat. O serie de schimbări care nu pot fi estimate aici, ar putea surveni în urma reformei administrative, a reformei constituționale sau a unor schimbări în structura Guvernului și ministerelor subordonate.

**Ca răspuns la aceste situații volatile, pentru consolidarea comunicării, se recomandă:**

- Contractarea serviciilor de consultanță strategică în comunicare pentru calibrarea/adaptarea sau comasarea eforturilor de comunicare în mandatul 2016-2018;
- Elaborarea planurilor de comunicare dedicate instituțiilor subordonate MDRC;
- Organizarea seminarelor de instruire și suport la implementarea MCO (seminar de instruire a EACO (Echipa de Analiză și Comunicare Operativă), seminar de instruire pentru angajații ADR-urilor noi deschise, elaborarea unui ghid MCO pentru angajații țintă și pentru alte instituții, ministere care vor să adopte acest sistem);
- Evaluarea necesităților instructiv informaționale ale angajaților/colaboratorilor ADR-urilor noi, care urmează a fi constituite în perioada următoare și elaborarea unei curricule prin care nivelul cunoștințelor lor să fie similar cu al celor din agențiile deja constituite și consolidate.

De asemenea, pentru a putea estima impactul real al eforturilor de comunicare pe termen mediu și lung și pentru a consolida procesul de comunicare publică strategică, propunem să fie analizată posibilitatea ca IPP în studiile BOP 2015-2018 să introducă o serie de întrebări pentru a evalua gradul de cunoaștere/înțelegere a următoarelor concepte:

- Dezvoltare regională;
- Planificarea teritoriului;
- Controlul calității construcțiilor;

- Siguranța în construcții.

Această evaluare se va face gradual, în paralel cu eforturile de comunicare, după cum urmează:

- 2017- familiarizarea cu termenii - gradul de înțelegere;
- 2017 - familiarizarea cu rolul ministerului in administrarea acestor domenii;
- 2018 - familiarizarea cu rolul celorlalți actori în aceste domenii;
- 2019 - gradul de satisfacție cu activitatea ministerului în domeniile de referință.

*Termeni-cheie prescurtați:*

MCO - *Mecanismul de comunicare operativă*

CCO - *Chestionarul de comunicare operativă*

EACO- *Echipe de analiză și comunicare operativă*

PCO - *pachetul de comunicare operativă*

## **I. Obiective**

1. Centralizarea operativă a necesităților de comunicare publică la nivel raional, de ADR și de direcții din cadrul MRDC.
2. Utilizarea optimă a timpilor de emisie și a oportunităților de comunicare publică (conferințe, talk-show-uri, interviuri, etc) pentru transmite mesajele cele mai oportune către public astfel ca activitățile curente ale MRDC și ADR să beneficieze de vizibilitate și suport.

## **II. Background-ul situației și problematica**

ADR și MDRC desfășoară o activitate complexă, având în administrare mai multe proiecte de dezvoltare, oarecum și activități de administrare publică, control și licențiere potrivit mandatului MDRC.

Toate aceste activități ar beneficia major în urma mediatizării unor mesaje-cheie, în timp real, prin care publicurile-țintă directe să fie informate.

Problema principală apare prin prisma faptului că în cadrul MDRC și ADR există multiple structuri direct responsabile de implementarea activităților dar, per ansamblu, există doar un singur departament, în cadrul MDRC care are misiunea și capacitatea de comunica cu mass-media la nivel național. În același timp, atenția mass-media este direcționată distributiv, la mai mulți actori cheie din structurile MDRC și ADR, iar ofertele de interviuri și invitații în cadrul talkshow-urilor vin adesea direct către funcționarii publici.

1. În condițiile actuale: multe oportunități de comunicare cu mass-media nu sunt folosite cu maximă eficiență pentru fără a transmite mesajele oportune către public;
2. Munca de documentare și pregătire pentru eventuale interviuri se dublează și nu întotdeauna sunt transmise mesajele necesare pentru a facilita activitatea ministerului.

Astfel MCO poate fi privit ca un sistem nervos centralizat în cadrul MDRC prin care problemele/necesitățile de comunicare din diferite direcții, din toată republica, să fie transmise către un punct central de analiză și mai departe către publicul larg prin intermediul actorilor cheie din minister care beneficiază de atenția mass-media.

## **III. Descrierea succintă a mecanismului de comunicare operativă (MCO):**

Factorii de decizie din MDRC și ADR (manageri de proiecte, șefi de direcție, etc) vor completa un chestionar săptămânal/bilunar în care vor descrie principalele grupuri țintă cu care interacționează administrativ și respectiv, ce mesaj-cheie ori informație operativă este utilă pentru a facilita activitățile din subdiviziunea condusă.

Această informație este recepționată de către departamentul de comunicare al MRDC care îl va transmite către analiză și structurare în mesaje publice cheie, documentată (cu eventuale cifre, documente etc. necesare). La acest proces poate participa o echipă formată din cadre ale ministerului și experți contractați. Această echipă va fi denumită în continuare **Echipa de Analiză și Comunicare Operativă (EACO)**.

Rezultatul final al acestui proces va fi un dosar de informații și mesaje cheie care trebuie transmise către publicuri țintă specificate. Acest dosar va fi denumit în continuare **Pachetul de Comunicare Operativă (PCO)**.

**Pachetul de Comunicare Operativă (PCO)** pentru presă urmează să fie aprobat de către factorii de decizie din cadrul MDRC (Ministru sau unul din viceministri).

PCO este transmis către toți actorii cheie care au accesul și dreptul de a reprezenta MDRC în mass media. Orice comunicare de informații din PCO către mass-media va fi comunicată și echipei de analiză și comunicare operativă (EACO).

Din același pachet de informații, EACO va extrage teme pentru interviuri în presă, pentru materiale de analiză complexe și pentru eventuale subiecte TV.

Ciclul MCO se încheie cu o evaluare (lunară ) executată de către EACO în care se va reflecta numărul de materiale media produse, mesajele cheie și temele acoperite și se vor identifica temele care au expirat și pot fi scoase din PCO.

Evaluarea finală va fi transmisă către toți purtătorii de mesaj din MDRC și ADR.

#### **IV. Acțiuni necesare**

- Elaborarea chestionarului tip Brief de comunicare numit în continuare Chestionar de Comunicare Operativă;
- Distribuirea chestionarului însoțit de ordinul/recomandarea MDRC către șefii de subdiviziuni și alți purtători de mesaj public;
- Scurtă instruire a personalului asupra MCO;
- Constituirea echipei de analiză și comunicare operativă din cadrul MDRC și instruirea acestei echipe;
- Identificare actorilor cheie din MDRC și ADR și informarea asupra MCO și asupra utilizării informațiilor din PCO;
- Implementarea MCO timp de o lună în regim BETA pentru testa eventualele disfuncționalități;
- Lansarea oficială a MCO.

#### **V. Evoluția MCO**

După dezvoltarea, implementarea și testarea cu succes a MCO, acest mecanism poate avea și o extensie publică, cu arhivă online pentru documentarea profundă a jurnaliștilor.

În cadrul ședințelor EACO pot fi invitați și experți internaționali, experți locali din sectorul asociativ precum și jurnaliști cu experiență. Acest proces ar oferi imaginea și funcționalitatea unui serviciu public după cele mai recente standarde europene iar eforturile de comunicare publică vor fi distribuite împreună cu sectorul asociativ și cu mass-media într-un model optim de cooperare pentru dezvoltare.

Odată ajuns la acest nivel de implementare, MCO ar putea fi multiplicat, cu suportul MDRC, și în alte ministere și structuri guvernamentale.

## **VI. Norme pentru comunicarea cu mass-media în contextul utilizării MCO**

Ulterior implementării MCO, comunicarea cu mass media va respecta următoarele norme:

### 1. Furnizarea operativă și relevantă informațiilor către mass media:

Informația solicitată de către mass-media va fi transmisă operativ, în termenii următori:

Informații publice disponibile deja în PCO - în termen de 24 de ore după consultarea serviciului de presă a MDRC;

Informații publice de analiză - care necesită implicarea altor funcționari public - în termen de maxim 72 de ore, după consultarea serviciului de presă, și a funcționarilor superiori direct responsabili;

Stabilirea informațiilor care nu sunt publice se va face prin ordin emis de ministru sau viceministri.

### 2. Mandat clar de comunicare publică din numele MDRC/ADR și a structurilor subordonate:

Fiecare conducător de subdiviziune poate comunica cu mass-media asupra activităților desfășurate de către subdiviziunea în cauză și activitatea funcționarilor direct subordonați.

Tematica care se referă la activitatea subdiviziunilor paralele precum și cea care se referă la autoritățile ierarhic superioare va fi abordată doar în limita PCO cu trimitere către serviciul de presă al MDRC și către conducătorii subdiviziunilor vizate.

### 3. Comunicarea internă proactivă:

Orice declarație la presă va fi comunicată către EACO, însoțită ori de câte ori este posibil, de materialul care a fost publicat și contactele instituției și a jurnalistului.

### 4. Monitorizarea, Analiza și Informarea operativă pe orizontală:

EACO va monitoriza prezența în spațiul public a reprezentanților MDRC, ADR și subdiviziuni.

Informațiile transmise către presă vor fi analizate și structurate într-un raport de monitorizare care va fi transmis către toate persoanele cheie din minister care au mandat de reprezentare a MDRC, ADR sau subdiviziuni.

Jurnaliștii și instituțiile de presă care au abordat o tematică specifică vor fi înregistrați într-o



bază de date pentru informarea ulterioară cu privire la evoluții, conferințe de presă la temă și alte declarații relevante făcute de către reprezentanții MDRC/ADR.

*Anexa 2. Chestionarul de comunicare operativă*

Chestionar de Comunicare Operativă - MDRC (CCO)

*Mostră*

Destinația: *Anexa la Conceptul MCO*

**Contactele Biroului:**

**Persoana direct responsabilă (care a aprobat):**

**Elaborat de:**

**1. Gradul de urgență:**

*Ex: Azi*

*Termen scurt 1-2 săptămâni*

*Termen mediu - 1-2 luni*

**2. Background / Situația generală în care intervenim:**

*Ce se întâmplă (descrierea pe scurt a activității și a publicului cu care se lucrează)*

**3. Care este necesitatea de comunicare**

*Descrieți pe scurt ce acțiune/atitudine ne dorim din partea publicului (să se prezinte la sediul etc. Să completeze anumite acte etc., sa ofere mai multa încredere în procesul xxx)*

*Sau*

*Ce informații ar fi utile să fie cunoscute de public (s-a lansat serviciul X, s-a anulat serviciul X)*

*(EX: Ne-ar ajuta dacă locuitorii din regiunea X s-ar prezenta la oficiul teritorial din orașul Z pentru a completa cererea Z)*

**4. Mesajul cheie**

*Ce ați spune direct cetățeanului dacă ar fi în fața dumneavoastră:*

*Scrieți ideea de baza în limbaj cât mai simplu*

**5. Publicul țintă: către cine comunicăm?**

*Locația: (ex: Din raionul Strășeni, din toată republica, etc)*

*Vârsta: (ex: Între 30 și 60 de ani)*

*Sex: Masculin, feminin*

*Statut social/ocupație: (ex: publicul larg, antreprenori, funcționari publici, pensionari, agricultori)*

**6. De ce este necesar ca publicul sa fie informat/ să acționeze așa cum este solicitat?**

*Argumentul de bază pentru care ar trebui să acționeze așa cum ne dorim*

**7. Alte informații relevante**

*Documente, statistici, etc. , acte normative, decizii de instanță etc.*

**8. Termenul de expirare a informației: (până la ce dată este valabilă informația).**

### *Anexa 3. Recomandări pentru optimizarea eforturilor de comunicare în Social Media*

#### **I. Analiza situației curente**

În urma monitorizării în perioada septembrie – octombrie 2015, concluzionăm:

- I.1** Nu s-a sesizat o mare diferență în activitate sau în accentele puse înainte de și în timpul campaniei electorale. Lipsa liderilor principali (purtători de mandat public/politic) nu a fost resimțită. Se justifică concluzia că rolul lor în comunicarea social media este minim sau inexistent.
- I.2** Gradul de receptivitate al publicului a fost relativ la fel. Interesul afișat de utilizatorii care nu sunt implicați direct (angajați, colaboratori) a rămas scăzut.
- I.3** Mesajele lansate în canalele social media au continuat să fie informativ-instituționale.
- I.4** Trend-ul general pe întreaga perioadă arată descreștere a interesului public față de eforturile de comunicare a MDRC/ADR în canalele social media, dar acest fapt poate fi pus și pe contextul electoral care direcționează atenția publică spre alte sfere de interes.
- I.5** Maximă vizibilitate (număr de aprecieri (like) și numărul de redistribuiri (share) a fost constatată la postările care au conținut fotografii cu posibili multiplicatori de mesaj (experți, politicieni notorii, demnitari de peste hotare).

#### **II. Recomandări**

##### **II.1 Canale (platforme) optime prin care MDRC poate discuta cu grupurile sale țintă**

###### **Facebook**

Grupuri țintă vizate:

Societate civilă, formatori de opinie, alți funcționari publici, jurnaliști, publicul larg.

###### **LinkedIn**

Grupuri țintă vizate:

Experți locali și internaționali, angajați ai donatorilor și partenerilor internaționali, etc.

###### **Odnoklassniki**

Grupuri țintă vizate:

Beneficiari din raioane, membri ai APL, etc.

###### **Twitter**

Grupuri țintă vizate:

Jurnaliști, experți, formatori de opinie locali și internaționali.

##### **II.2 Detalierea activităților pe fiecare rețea socială de interes**

## **II.2.1. Facebook**

Există prezență la acest moment pe această platformă. Pentru optimizarea eforturilor de comunicare se recomandă:

### **II.2.1.1 Comunicarea planificată:**

Responsabilul de Account

Se va stabili cine este community manager și răspunde de conținutul informational și întreținerea paginii;

Agenda lunara de comunicare pe Facebook

Se vor selecta subiecte de interes uman preselectate (familii social vulnerabile, proiecte în curs de desfășurare). Se vor selecta subiecte care au termen de valabilitate mai lung.

Planificarea sondajelor

Se vor identifica teme de interes supuse dezbaterii utilizând funcția de „poll”.

Planificarea multiplicatorilor de mesaj

Identificarea posibililor multiplicatori de mesaj (experți cunoscuți, formatori de opinie etc.). Cu acordul prealabil al lor, vor fi programate/stabilite o sumă de discuții de interes general (dezvoltare regională, locuințe sociale, etc.) La deschiderea acestor dezbateri pe pagina oficială, se vor invita la discuție prin funcția, experții identificați.

### **II.2.1.2 Comunicarea ad hoc pe Facebook:**

Cuvinte-cheie (SEO)

Se va stabili o serie de cuvinte-cheie care trebuie sa apară constant în postările MRDC, ADR pe pagina oficiala (ex: dezvoltare regionala, APL etc.). Cuvintele cheie vor fi interconectate la fluxul de informații prin funcția "#”.

Tonul paginii

Se va stabili normele de comunicare generale pe FB - adresarea către utilizatori prin „dvs” sau „tu”. Tonul prietenesc, neformal etc. Tipul de postări trebuie sa invite la dialog. Ori de câte ori este posibil, utilizatorului „fan” pe pagina i se poate adresa întrebări la tema postării. Încurajarea comentariilor.

Fotografiile FB

Tipul de foto expus pe Facebook: claritate, cadre apropiate, remarcabile din fluxul general.

### **II.2.1.3 Mentenanța:**

Se va elabora regulamentul intern al paginii.

Fiecare comentariu va primi un răspuns din partea administratorului de pagină. Fiecare mesaj va primi un răspuns în maxim 24 de ore din partea Admin. Comentariile injurioase, pornografice și care instigă la ură vor fi șterse, iar autorii vor primi 2 avertismente și la a 3-a abatere vor primi interdicție.

### **II.2.1.4 Analiza**

Lunar se va folosi funcția Facebook Insights pusă la dispoziție de FB pentru a evalua impactul fiecărei postări, foto, etc. Se vor analiza trendurile pozitive și se vor extrage recomandări pentru tipul de postări de succes în luna următoare.

## **II.2.2 LinkedIn (linkedin.com)**

Nu există prezență la moment

Se va înregistra conturi pentru fiecare persoană cheie in MDRC.

Se va înregistra Pagina Corporativă cu următoarele componente:

Despre MDRC

Funcții vacante

Proiecte

Lista partenerilor internaționali

### **II.2.2.1 Comunicarea planificată:**

Responsabilul de Account

Se va stabili cine este community manager pe LinkedIn și răspunde de conținutul informațional și întreținerea paginii;

Agenda lunara de comunicare pe Facebook

Se vor selecta subiecte de interes profesional (analize, noutăți, oportunități) care au termen de valabilitate mai lung. Subiectele vor fi editate în limba engleză.

Planificarea multiplicatorilor de mesaj

Identificarea posibililor multiplicatori de mesaj (experți cunoscuți, formatori de opinie etc.). Cu acordul prealabil al lor, vor fi programate/stabilite o sumă de discuții de interes general(dezvoltare regionala, locuințe sociale, etc. ) La deschiderea acestor dezbateri pe pagina oficiala, se vor invita la discuție prin funcția TAG, experții identificați.

### **II.2.2.2 Comunicarea ad hoc pe LinkedIn:**

Cuvinte-cheie (SEO)

Se va stabili o serie de cuvinte cheie (inclusiv în engleză) care trebuie sa apară constant în postările MRDC pe pagina oficială (ex: dezvoltare regională, APL, regional development Moldova, etc).

Tonul paginii

Se va stabili normele de comunicare generale pe LinkedIn - adresarea către utilizatori prin „dvs” sau „tu”. Tonul va fi formal. Tipul de postări trebuie sa invite la dialog dar să păstreze caracterul profesional.

Fotografiile pe LinkedIn

Tipul de foto expus pe LinkedIn: claritate, cadre apropiate, stil de îmbrăcăminte business.

### **II.2.2.3 Mentenanța:**

Se va elabora regulamentul intern al paginii.

Fiecare comentariu va primi un răspuns din partea administratorului de pagina. Fiecare mesaj direct va primi un răspuns în maxim 24 de ore din partea Admin. Comentariile injurioase, pornografice și care instigă la ură vor fi șterse iar autorii vor primi 2 avertismente și la a 3-a abatere vor primi interdicție (*pe această platformă aceste cazuri sunt foarte rare*).

#### **II.2.2.4 Analiza**

Lunar se vor analiza trendurile pozitive și se vor extrage recomandări pentru tipul de postări de succes în luna următoare.

#### **II.2.3 Odnoklassniki (Odnoklassniki.ru - OK)**

Nu există prezență la moment

Se va înregistra Grup Corporativ cu următoarele componente:

Despre MDRC

Foto

Video

Proiecte

Se pot crea teme de discuție (gen forum) pentru diferite regiuni.

##### **II.2.3.1 Comunicarea planificată:**

Responsabilul de Account

Se va stabili cine este community manager pe OK și răspunde de conținutul informațional și întreținerea grupului;

Agenda lunară de comunicare pe OK

Se vor selecta subiecte de interes general uman (social, familii ajutate, etc) care au termen de valabilitate mai lung. Subiectele vor fi editate și în limba rusă.

Se vor planifica teme de dezbatere și se va folosi funcția de debateri (forum) pentru a discuta în grup aceste teme. Topica ar trebui să fie lejeră, teme de interes general uman.

##### **II.2.3.2 Comunicarea ad hoc pe OK:**

Cuvinte cheie (SEO)

Se va stabili o serie de cuvinte cheie care trebuie să apară constant în postările MRDC pe grupul oficial. (ex: dezvoltare regională, APL,) mai ales în limba rusă.

Tonul paginii

Se va stabili normele de comunicare generale pe OK – adresarea către utilizatori prin „dvs” sau „tu”. Tonul va fi neformal. Tipul de postări trebuie să invite la dialog dar să păstreze caracterul profesional. Se va pune accent pe material foto, video.

Fotografiile pe OK

Tipul de foto expus pe OK: claritate, cadre apropiate, stil de îmbrăcăminte serios, multe

cadre cu realizările tehnice.

### **II.2.3.3** Mentenanța:

Se va elabora regulamentul intern al grupului.

Fiecare comentariu va primi un răspuns din partea administratorului de pagină. Fiecare mesaj va primi un răspuns în maxim 24 de ore din partea Admin. Comentariile injurioase, pornografice și care instigă la ură vor fi șterse iar autorii vor primi 2 avertismente și la a 3-a abatere vor primi interdicție.

Pe această rețea se va acorda un interes sporit monitorizării și cenzurii dat fiind grupul țintă.

### **II.2.3.4** Analiza

Lunar se vor analiza trendurile pozitive și se vor extrage recomandări pentru tipul de postări de succes în luna următoare.

## **II.2.4** Twitter

Nu există prezență la moment

Se va înregistra contul oficial Twitter al MDRC și se va conecta cu serviciile similare FB.

Se va elabora o scurtă prezentare în limba română și engleză.

### **II.2.3.1** Comunicarea planificată:

Responsabilul de Account

Se va stabili cine este community manager pe Twitter și răspunde de conținutul informațional și întreținerea paginii;

Agenda lunară de comunicare pe Twitter

Se vor selecta subiecte de interes mass-media (analize, noutăți, oportunități) care au termen de valabilitate mai lung. Se vor concepe mesajele de max 140 caractere și link către website MDRC.

Planificarea multiplicatorilor de mesaj

Identificarea posibililor multiplicatori de mesaj (experți cunoscuți, formatori de opinie etc.). Anunțul public al lansării noului canal de comunicare oficial al MDRC.

### **II.2.3.2** Comunicarea ad hoc pe Twitter:

Cuvinte-cheie (SEO)

Se va stabili o serie de cuvinte cheie care trebuie să apară constant în postările MRDC pe Twitter ( ex: dezvoltare regională, APL). De asemenea, se vor stabili și prescurtările agreate din linia de activități ale MDRC precum și serviciul de scurtare a url care va fi folosit. Se vor construi mesajele și teme de discuție axate pe termenii cheie folosind funcția #.

Tonul contului

Se va stabili normele de comunicare generale pe Twitter – adresarea către utilizatori prin „dvs” sau „tu”. Tonul va fi formal. Tipul de postări trebuie să invite la dialog dar să

păstreze caracterul profesional.

#### Fotografiile pe Twitter

Tipul de foto expus pe Twitter: claritate, cadre apropiate, stil de îmbrăcăminte business.

#### **II.2.3.3** Mentenanța:

Se va monitoriza fluxul de informații și contextul în care @MDRC este menționat. În caz de necesitate, se va raporta către Twitter atacurile nefondate, limbajul necenzurat utilizat în context cu MDRC, etc.

#### **II.2.3.4** Analiza

Lunar se vor analiza trendurile pozitive, numărul de redistribuiri (RT) și se vor extrage recomandări pentru tipul de postări de succes în luna următoare.

### **III. Follow UP**

Aceste recomandări sunt destinate angajaților MDRC și ADR responsabili de comunicare, iar scopul principal este a constitui bazele rețelei MDRC și ADR în social media.

Ulterior efectuării acestor pași expuși mai sus, se poate trece la un nivel superior de planificare și implementare, dezvoltând Strategia Social Media pe termen mediu și lung.