

STRATEGIA DE COMUNICARE A AUTORITĂȚII NAȚIONALE DE INTEGRITATE

Capitolul I Considerațiuni generale

1. Introducere

1. Strategia de comunicare a Autorității Naționale de Integritate (*în continuare – ANI, Autoritatea*) reprezintă un ansamblu de acțiuni orientate spre asigurarea dialogului eficient cu societatea civilă în vederea promovării imaginii instituției și transparenței decizionale; stabilirea unui cadru conceptual pentru comunicarea instituțională și a priorităților în comunicare; identificarea mecanismelor practice de organizare și realizare a activităților de comunicare.

2. Realizarea în practică a prezentei strategii va contribui la sporirea operativității și eficienței interacțiunii între instituție și societatea civilă, cunoașterea priorităților Autorității, dezvoltarea mecanismului de consultare a opiniei publice, amplificarea relațiilor de încredere și parteneriat cu societatea civilă în vederea promovării conformării voluntare pentru respectarea cerințelor legale întru îndeplinirea obiectivului-cheie a Autorității – asigurarea integrității în exercitarea funcției publice sau funcției de demnitate publică și prevenirea corupției prin realizarea controlului averii și al intereselor personale și privind respectarea regimului juridic al conflictelor de interese, al incompatibilităților, restricțiilor și limitărilor.

3. Strategia de comunicare a ANI a fost elaborată în conformitate cu prevederile Constituției Republicii Moldova, Legii nr.132 din 17.06.2016 *cu privire la Autoritatea Națională de Integritate*, Legii presei nr.243-VIII din 26.10.1994, Legii nr. 982-XIV din 11.05.2000 *cu privire la accesul la informație*, Legii nr.239-XVI din 13.11.2008 *privind transparența în procesul decizional*, Legii nr.133 din 08.07.2011 *cu privire la protecția datelor cu caracter personal*, Hotărârii Guvernului nr.188 din 03.04.2012 *privind paginile oficiale ale autorităților administrației publice în rețeaua*.

4. Actualitatea elaborării Strategiei de comunicare a ANI este determinată de necesitatea stabilirii unor principii și mecanisme de conlucrare și cooperare eficientă cu instituții și organizații naționale și internaționale în domeniul de prevenire și combatere a corupției; de a oferi cetățenilor instrumente de interacțiune și mesaje clare despre modul în care se pot implica în prevenirea și combaterea corupției; de a dezvoltare a unei relații favorabile cu mass-media și

societatea civilă; de percepere a faptului că Autoritatea este o instituție reformată, deschisă și independentă din punct de vedere instituțional.

5. Scopul prezentei Strategiei constă în creșterea încrederii cetățenilor față de activitatea Autorității Naționale de Integritate, de informare corectă a opiniei publice și mass-media despre activitatea Autorității, promovarea imaginii pe plan național și internațional, precum și dezvoltarea unor forme și metode eficiente de colaborare cu societatea întru realizarea misiunilor atribuite prin lege.

2. Obiectivele procesului de comunicare

6. În procesul realizării scopului prezentei Strategii, Autoritatea distinge următoarele obiective:

a) promovarea imaginii ANI ca autoritate ce asigură integritatea exercitării funcției publice și a funcției de demnitate publică, cât și prevenirea corupției prin realizarea procedurilor de control;

b) stabilirea mecanismului pentru comunicare intra și extra instituțională;

c) instituirea unui dialog eficient prin intermediul căruia comunitatea civilă va obține accesul la informația de interes public, va cunoaște atribuțiile și competențele Autorității, drepturile sale în raport cu ANI, iar Autoritatea, la rândul său, va putea cunoaște mai bine opinia publicului larg în diverse probleme;

d) informarea oportună a comunității civile despre activitățile întreprinse de către ANI în vederea realizării misiunii sale de bază;

e) creșterea gradului de conștientizare a opiniei publice referitor la importanța asigurării securității demnitarilor de stat;

f) stabilirea dialogului durabil dintre societatea civilă și autoritățile publice implicate în combaterea corupției;

g) identificarea căilor și instrumentelor necesare pentru informarea promptă și amplă a tuturor angajaților Autorității despre inițiativele lansate, acțiunile planificate și derulate;

7. **Viziunea** comunicării ANI se rezumă la oferirea transparenței în activitate, astfel încât partenerii sociali și instituționali să cunoască activitatea Autorității.

8. **Misiunea** comunicării ANI este de a fortifica capacitățile Autorității pentru elaborarea și furnizarea informației coerente și persuasive despre activitatea instituției, asigurând totodată transparența în procesul decizional.

Pentru implementarea cu succes a **viziunii** și **misiunii** comunicării va fi creată și dezvoltată continuu infrastructura de comunicare adecvată care va include trei aspecte complementare:

a) crearea mecanismului eficient pentru asigurarea dialogului intern și extern în cadrul ANI;

b) elaborarea unui mesaj-cheie consolidat, în baza prezentei strategii, care va fi utilizat constant și consecvent în comunicare pe parcursul anului de referință;

c) îmbunătățirea condițiilor de asigurare a accesului la informația difuzată în conformitate cu legislația în vigoare.

3. Principiile de comunicare ale Autorității Naționale de Integritate

9. Dialogul cu societatea civilă va constitui vectorul de bază al comunicării ANI, orientat spre o informare oportună, clară, a publicului larg despre activitatea Autorității, care se va efectua în limitele legii, într-o formă corectă, cu respectarea normelor morale. În cadrul comunicării vor fi respectate următoarele principii:

a) **legalității** – comunicarea efectuată cu respectarea prevederilor Constituției Republicii Moldova, Legii nr.132 din 17.06.2016 *cu privire la Autoritatea Națională de Integritate*, Legii presei nr.243-VIII din 26.10.1994, Legii nr. 982-XIV din 11.05.2000 *cu privire la accesul la informație*, Legii nr.239-XVI din 13.11.2008 *privind transparența în procesul decizional*, Legii nr.133 din 08.07.2011 *cu privire la protecția datelor cu caracter personal*, Hotărârii Guvernului nr.188 din 03.04.2012 *privind paginile oficiale ale autorităților administrației publice în rețeaua*.

b) **transparenței** - comunicarea va avea un caracter autentic, va fi efectuată în timp util și va furniza informațiile necesare de interes public, fără prejudicierea intereselor și imaginii ANI;

c) **durabilității** - comunicarea prezentată sub orice formă verbală, scrisă sau electronică va fi distinctă, precisă, pe înțelesul tuturor și vizibilă, actualizată permanent pentru a nu induce publicul în eroare. Va fi evitată pe cât este posibil simpla emiteră de informații care nu conține mesaje sau care nu poartă un caracter informativ pronunțat.

d) **accesibilității** - informațiile comunicate vor fi accesibile publicului, în limba de stat, precum și după posibilitate într-o altă limbă de circulație internațională (engleză).

e) **oportunității și conținut** – comunicarea va fi relevantă și de actualitate pentru publicul - țintă, transmisă prin intermediul surselor pe care aceștia le folosesc, sau cu o credibilitate mai sporită, într-o exprimare pe înțelesul lor;

f) **responsabilității** - responsabilitatea pentru asigurarea realizării procesului de comunicare este atribuită Serviciului cooperare și relații cu publicul. Fiecare subdiviziune din cadrul ANI este responsabilă de managementul propriei reputații - parte a reputației instituției;

10. **Mesajul Strategiei** - promovarea unei politici de prevenire și combatere a corupției, prin intermediul procedurilor de control, prin educarea și instruirea subiecților declarării întru exercitarea funcțiilor publice și a funcțiilor de demnitate publică imparțial și obiectiv în interesul public, cât și asigurarea schimbului eficient de informații dintre autoritățile publice și structurile similare ale altor state în raport cu ANI.

4. Auditoriile țintă

11. Strategia de comunicare a ANI se axează pe asigurarea capacității de a atinge auditorii – țintă cât mai precis definite. Auditoriul țintă vizat este clasificat în două categorii distincte: intern și extern. Fiecare categorie necesită cerințe diferite de informare, o abordare specifică și resurse diferențiate.

a) Auditoriul comunicării interne îl constituie angajații Autorității. Comunicarea internă este procesul prin intermediul căruia angajații fac schimb de informații, își coordonează activitățile în vederea îndeplinirii scopurilor și este importantă în luarea deciziilor și schimbărilor de management. Comunicarea internă se realizează prin rețeaua proprie securizată Intranet.

Scopul comunicării interne este cunoașterea de către angajați a orientărilor strategice și priorităților ANI, crearea consensului pentru realizarea obiectivelor Autorității.

b) Auditoriul comunicării externe îl constituie autoritățile publice centrale și locale, mediul academic, organizațiile neguvernamentale, publicul larg, formatori de opinie, mass-media, parteneri internaționali (structurile similare internaționale din domeniul prevenirii și combaterii corupției). Comunicarea externă reprezintă o comunicare extra-organizațională prin care instituția urmărește să-și întărească imaginea și să concentreze în jurul său un climat de încredere din partea publicului larg.

Scopul comunicării externe este de a aduce la cunoștința societății mesajul despre activitatea Autorității, pentru a asigura conștientizarea de către auditoriile țintă a modului de funcționare și atribuțiilor instituției, deciziilor adoptate, precum și acordarea posibilităților de discutare a problemelor existente, de consultare a opiniei publice în privința acțiunilor întreprinse și rezultatelor obținute.

Capitolul II. Mecanisme de comunicare

1. Mesajul comunicării

12. În scopul realizării unui schimb eficient de opinii, Autoritatea va aplica un sistem de comunicare distinct, orientat spre promovarea imaginii ANI, care va avea un caracter permanent și coordonat. Mesajele vor fi succinte și relevante, prezentate din perspectiva receptorului, fiind actualizate regulat și utilizate constant și consecvent în comunicare. Limbajul mesajului va fi formulat cu utilizarea termenilor adecvați, compatibili cu cei utilizați în legislație și de o largă circulație ce exclud confuzia.

13. Înainte de a fi emise și publicate, mesajele vor fi aprobate de persoana responsabilă, după caz, de către conducerea Autorității. În procesul comunicării vor fi asigurate posibilitățile pentru diferite auditorii de a remite feedback, inclusiv

reacțiile și opiniile, de a adresa întrebări și a expune recomandări, care urmează a fi examinate și luate în considerare la luarea deciziilor.

2. Instrumentele comunicării

14. Pentru realizarea obiectivelor prezentei Strategii, procesul de comunicare va fi organizat utilizând următoarele instrumente:

Comunicare verbală:

- a) desfășurarea întrunirilor cu auditoriile și reprezentanții mass-media;
- b) desfășurarea meselor rotunde, seminarelor de lucru, conferințelor și altor întruniri cu experții, părțile interesate, instituțiile guvernamentale și non-guvernamentale, reprezentanții mass-media;
- c) organizarea conferințelor de presă, briefing-urilor, declarațiilor, a interviurilor la radio sau TV, prin care se încurajează dialogul cu publicul larg.

Comunicarea scrisă și electronică:

- a) plasarea comunicatelor de presă pe pagina oficială a Autorității www.ani.md ;
- b) expedierea reportajelor sau altor relatări asupra unor probleme pentru posturi de televiziune și radio;
- c) publicarea anunțurilor, rapoartelor, deciziilor, edițiilor specializate pe pagina oficială web;
- d) utilizarea paginii oficiale în scopul comunicării eficiente pe plan extern și intern cu condiția actualizării continue a calendarului evenimentelor, buletinelor electronice;
- e) mesajul și informația despre activitatea ANI va fi expediată în format electronic portalurilor și instituțiilor media interesate, revistelor de specialitate;
- f) diseminarea informației relevante prin intermediul notelor informative, buletinelor, evenimentelor organizate și la care participă persoanele interesate.

Alte instrumente:

- a) întocmirea documentelor organizatorice și de dispoziție se efectuează în conformitate cu cerințele stabilite de legislație și regulile de întocmire a documentelor;
- b) prezentările grafice ale Autorității utilizate în cadrul evenimentelor oficiale create în formatul Power Point.

3. Monitorizarea și evaluarea activității de comunicare

15. Funcționarea sistemului de comunicare a ANI va fi asigurat de către șefii subdiviziunilor Autorității care vor fi responsabili pentru respectarea obiectivelor Strategiei în comunicarea internă și externă a instituției.

16. Serviciului cooperare și relații cu publicul va monitoriza activitatea de comunicare cu evaluarea în prealabil și post-factum a imaginii Autorității în baza barometrelor de opinie publică, mass-media și adresărilor cetățenilor pe pagina web.

17. Rezultatele obținute din evaluarea în prealabil și post-factum a activității de comunicare va influența Planul măsurilor organizatorice de bază al Autorității prin determinarea activităților ce urmează a fi realizate în viitor.

18. Implementarea Strategiei va contribui la adaptarea sistemului de comunicare a ANI la exigențele standardelor internaționale, la promovarea unui dialog efectiv cu comunitatea civilă și mass-media prin care instituția urmărește să-și întărească imaginea atât pe plan național, cât și internațional.