



ANEXA

Strategia de Comunicare Publică a Consiliului Județean Mureș

2017-2020

Introducere

Consiliul Județean, în calitate de autoritate a administrației publice locale, constituită la nivel județean, prin activitatea sa influențează și interesează categorii largi de persoane.

În cadrul Programului acțiunilor economico-sociale din coordonarea Consiliului Județean Mureș există capitol dedicat comunicării publice, dar nu există o Strategie de Comunicare Publică.

Acest document are drept scop, pe de o parte, schimbarea perspectivei cetățenilor, ca beneficiari direcți ai serviciilor administrației publice locale, cu privire la activitățile și proiectele Consiliului Județean Mureș, și, în același timp, îmbunătățirea managementului organizațional la nivelul autorității publice locale prin crearea unui cadru general în baza căruia va fi eficientizată activitatea de comunicare.

Administrațiile publice locale au început să fie percepute tot mai mult ca instituții care ar trebui să se orienteze după aceleași principii ca și organizațiile din mediul de afaceri, ținându-se cont de limitările legislative specifice autorităților publice. Acest lucru presupune o folosire mult mai eficientă a resurselor, pe de o parte, dar și o atenție sporită acordată strategiei de comunicare publică. Așa cum pentru o companie este crucial să comunice cu clienții săi, la fel de important trebuie să fie pentru o administrație publică locală să comunice cu cetățenii pe care îi reprezintă. Administrațiile publice locale trebuie să comunice la fel de eficient precum companiile private pentru a răspunde nevoilor „clienților” săi, pentru a le oferi serviciile de care aceștia au nevoie și pentru a le facilita o participare activă și informată la viața administrativă.



Strategia de Comunicare Publică a Consiliului Județean Mureș își propune să instaureze, în rândul unei cât mai mari părți a publicului mureșean, un climat de încredere în Consiliul Județean Mureș, în capacitatea lui de a răspunde exigențelor. Strategia se îndreaptă spre promovarea relațiilor cu persoane fizice și juridice, instituții publice, organizații neguvernamentale, etc., căutând să cultive încredere și înțelegere față de ansamblul demersurilor instituției noastre.

Un argument important în elaborarea prezentei Strategii îl constituie faptul că gradul de vizibilitate a Consiliului Județean Mureș este destul de redus, în comparație cu alte instituții publice mureșene. Reprezentarea publică a instituției este asigurată în cea mai mare măsură de apariția în media mureșeană a unor materiale, interviuri susținute de conducerea proprie și, conjunctural, a unor materiale de presă care anunță diferite evenimente, acțiuni ale Consiliului Județean, fără însă să existe o abordare unitară a problemei și fără a utiliza gama largă a mijloacelor de comunicare.

Din aceste motive, apreciem că este nevoie de o *Strategie de Comunicare Publică* prin care Consiliul Județean Mureș să își facă mai bine cunoscută activitatea, rezultatele propriilor demersuri, care altfel nu ajung la cunoștința opiniei publice.

Implementarea Strategiei va fi asigurată prin Compartimentul Relații Externe și Mass-Media din cadrul Direcției Dezvoltare Regională și Implementare Proiecte respectiv prin persoanele desemnate de conducerea Consiliului Județean.

Scop

Crearea și menținerea unei imagini pozitive, ușor de reținut, a Consiliului Județean Mureș, în rândul unei părți cât mai mare de public, locuitori ai județului, instituții publice, ONG-uri, parteneri externi, etc.

Obiectiv

Obiectivul principal al Strategiei de Comunicare Publică este de a instaura un climat de încredere în Consiliul Județean Mureș, în capacitatea sa de a răspunde exigențelor diverselor categorii de public.

Obiectivele specifice vizează:

1. Promovarea Consiliului Județean Mureș și a județului Mureș;



2. Creșterea gradului de vizibilitate a Consiliului Județean Mureș;
3. Creșterea gradului de informare publică despre organizarea și funcționarea Consiliului Județean Mureș;
4. Informarea publicului asupra realizărilor Consiliului Județean Mureș;
5. Generarea în spațiul public mureșean a unui interes mai larg din partea cetățenilor pentru viața publică;
6. Aducerea la cunoștința posibilor investitori a potențialului economic și turistic a județului;

Principiile care stau la baza strategiei de comunicare:

1. **Credibilitatea**-încrederea cetățeanului în competența și credibilitatea autorității publice.
2. **Contextul**-corelația dintre mesajele planului de comunicare și realitățile din mediul înconjurător.
3. **Conținutul mesajelor**-capacitatea mesajelor de a fi semnificative, relevante și în consens cu valorile publicului vizat.
4. **Claritatea**-calitatea mesajelor de a prezenta în mod simplu și accesibil ideile, temele, obiectivele și avantajele subiectului în cauză.
5. **Continuitatea și consistența**-caracterul permanent, repetitiv chiar, al mesajelor, caracterul consecvent al programelor de comunicare.
6. **Canalul**-folosirea canalelor de comunicare familiare publicului, canale ce beneficiază de încrederea acestuia.
7. **Capacitatea audienței**-modul în care programele de comunicare țin seama de resursele, obișnuințele, nivelul cultural, disponibilitatea audienței în raport cu intențiile și conținutul mesajelor transmise.



Grupuri țintă

În cazul Strategiei de Comunicare Publică a Consiliului Județean Mureș, grupul țintă este format din mai multe segmente spre care instituția noastră își va

îndrepta atenția și față de care trebuie să își particularizeze formele și instrumentele de acțiune, potrivit specificului și reacțiilor posibile ale acestora. Principalele segmente sunt:

1. Cetățenii județului Mureș
2. Funcționari din instituțiile publice
3. Elevi, studenți, profesori
4. Mass media
5. Organizații neguvernamentale
6. Parteneri externi
7. Utilizatori Internet
8. Mediul de afaceri
9. Autorități și instituții publice cu care Consiliul Județean Mureș colaborează
10. Structuri asociative naționale și internaționale în care Consiliul Județean Mureș are calitatea de asociat.

Corespunzător specificului fiecărui segment al grupului țintă și apelând la mijloacele moderne de comunicație, Consiliul Județean Mureș are la dispoziție, pentru desfășurarea activității de comunicare publică, un întreg ansamblu de tehnici și instrumente de acțiune.

Tehnicile de comunicație utilizate în această privință vor urmări, pe de o parte, stabilirea sau crearea unui contact cu ansamblul grupurilor țintă, și pe de altă parte, ca acest contact să fie cât mai reușit.

Practica comunicării publice a consacrat o întreagă paletă de tehnici. Ele se grupează în trei categorii distincte: tehnici de primire, tehnici utilizate în relațiile cu mass-media, tehnici legate de evocarea unor evenimente speciale. Va fi necesară o coordonare strânsă a tuturor activităților pentru asigurarea unei abordări coerente. Mass-media are o mare importanță în transmiterea mesajelor către grupurile țintă. De aceea, accesul rapid și ușor al reprezentanților mass-



media la informații este, la rândul său, important. În acest sens va fi îmbunătățit dialogul dintre Consiliul Județean și mass-media locală. De asemenea se va promova dialogul cu liderii de opinie și reprezentanții societății civile.

În cadrul **tehnicilor de primire** vizăm asigurarea condițiilor de organizare și desfășurare a unor manifestări (interne sau internaționale) - congrese, conferințe, seminarii, colocvii, simpozioane ș.a. - în cadrul cărora, pe lângă evocarea, transmiterea și vehicularea de informații cu privire la Consiliul Județean Mureș, la activitățile sale, vom urmări și stabilirea de contacte între conducerea și specialiștii Consiliului Județean, cu reprezentanți ai mass-mediei. De asemenea, este recomandată organizarea unei întâlniri informale, anuale, cu reprezentanții mass media pentru a putea primi un feed back al comunicării din acel an.

Tehnicile utilizate în relațiile cu mass-media vor grupa atât modalități de stabilire și întreținere a contactelor cu mijloacele de comunicație în masă, cât și pe cele de elaborare și difuzare a diferitelor forme de comunicare prin intermediul acestora. În cadrul acestor relații se va urmări crearea unui climat favorabil între Consiliul Județean Mureș și diferitele categorii de public, sensibilizarea publicului față de Consiliul Județean și activitățile sale, promovarea imaginii și a prestigiului său.

Tehnicile legate de evocarea unor evenimente speciale vor avea, în principal, rolul de a cultiva și promova, pe multiple planuri, contactele umane. Ele vor fi „naturale” sau anume create de Consiliul Județean. Prin eveniment natural înțelegem, de pildă, inaugurarea unor obiective, prilej cu care se pot organiza manifestări care să reliefeze succesele Consiliului Județean, activitățile sale, în prezența publicului, a mass-mediei, a partenerilor.

La rândul său, Consiliul Județean va crea o serie de evenimente speciale pe care să le valorifice în scopul promovării intereselor, imaginii sale.

Activități propuse pentru tipurile de tehnici amintite:

Tehnici de primire:

Cu ocazia organizării a diverse evenimente de către Consiliul Județean Mureș, se vor distribui:



1. Cărți de vizită (consilieri județeni, conducere și specialiști din aparatul propriu),
2. Mape cu sigla Consiliului Județean,
3. Materiale de prezentare a Consiliului Județean, județului Mureș,
4. Materiale promoționale: pixuri, autocolante, agende, etc. Toate personalizate cu însemnele Consiliului Județean Mureș,

Tehnici utilizate în relațiile cu mass-media

1. Acordarea reprezentanților mass-mediei locale la Consiliul Județean,
2. Organizarea de conferințe de presă trimestrial și de câte ori este nevoie,
3. Difuzarea unui număr de minim 4 comunicate de presă pe lună din care unul legat obligatoriu de deciziile luate în cadrul ședințelor ordinare ale Consiliului Județean Mureș.
4. Publicarea de articole în presa locală (cu frecvență regulată) prin care să se descrie pe înțelesul publicului larg activitatea instituției. Aceste articole pot fi incluse în contractele de comunicare publică în mass media semnate anual de Consiliul Județean Mureș.
5. Acordarea de interviuri la radio, TV, de către conducerea executivă precum și de specialiști din aparatul propriu pe probleme specifice cu aprobarea anterioară a executivului Consiliului Județean Mureș.
6. Imediat după sau înaintea evenimentelor importante, organizarea de scurte conferințe de presă exclusiv pe tema evenimentului.
7. Realizarea de filme, etc. de prezentare a Consiliului Județean și/sau a județului Mureș.



Tehnici legate de evocarea unor evenimente speciale:

Naturale:

Inaugurări și închideri festive ale proiectelor cu finanțare din partea Consiliului Județean: proiectele culturale, sportive, pentru culte; proiecte ale instituțiilor din subordine: Biblioteca Județeană, Muzeul Județean, Filarmonica, etc,

Felicitări în presă sau/și personale cu ocazia aniversărilor de nume, sărbători legale și religioase.

Create:

1. Ziua Porților Deschise, o dată pe an, în data de 16 mai, aceasta fiind data la care Consiliul Local al orașului Tîrgu-Mureș a aprobat în anul 1905 construcția Palatului Administrativ. Evenimentul își propune să aducă în atenția publicului istoricul clădirii în care instituția își derulează activitate și, prin corelarea datei de organizare cu activitatea specifică instituției, explicarea rolului și locului Consiliului Județean Mureș în structura administrației publice locale.
2. Primirea Colindătorilor la Sărbătorile de Iarnă, organizarea Pomului de Crăciun
3. Ziua Patrimoniului Cultural
4. Campanie de donare de sânge

Atribuțiile persoanelor responsabile de comunicarea cu mass media

Persoanele desemnate de Președintele Consiliului Județean Mureș precum și cele care au în fișa postului atribuții legate de comunicarea externă au următoarele sarcini:

1. Analizarea, interpretarea și anticiparea opiniei publice, adică a acelor atitudini și valori care ar putea influența, în bine sau în rău, activitățile Consiliului Județean Mureș.
2. Consilierea conducerii Consiliului Județean Mureș în ceea ce privește strategiile de comunicare.



3. Fixarea obiectivelor Strategiei de Comunicare a Consiliului Județean Mureș precum și planificarea și gestionarea acestora.
4. Scrierea și editarea de mesaje, comunicate, știri de presă scrisă, radio și de televiziune, postări pe paginile oficiale de socializare. Acestea se vor transmite bilingv în limbile română și maghiară. De asemenea, persoanele desemnate vor scrie și edita anunțuri, revista presei, rapoarte, etc., materiale destinate atât comunicării cât și comunicării cu exteriorul.
5. Relațiile cu presa - contactarea jurnaliștilor, distribuirea promptă a materialelor cerute de aceștia, înlesnirea legăturii dintre jurnaliști și conducerea Consiliului Județean Mureș, menținerea legăturii cu presa în vederea plasării unor materiale, verificarea unor materiale apărute în presă, etc.
6. Cercetarea - presupune identificarea categoriilor de public cu care intră în contact Consiliul Județean Mureș, strângerea de informații despre publicurile existente și potențialele publicuri- țintă, strângerea de informații despre opinia diferitelor categorii de public cu privire la activitatea Consiliului Județean Mureș, colectarea de informații din interiorul organizației, etc.
7. Activitățile de management - presupun programarea și planificarea activităților, în colaborare cu conducerea Consiliului Județean Mureș, administrarea personalului din departamentul de relații publice, stabilirea bugetelor și programelor de lucru în cadrul campaniilor de relații publice.
8. Consilierea - formularea de recomandări la adresa liderilor organizației, oamenilor politici și altor persoane cu funcții de conducere, în ceea ce privește atitudinile publicului, comportamentul acestuia, formularea de răspunsuri adecvate în situații de criză, mesaje referitoare la probleme sensibile, etc.
9. Organizarea de evenimente speciale - programarea și planificarea evenimentelor, precum conferințele de presă, inaugurările unor obiective, lansări de programe, aniversări, campanii de strângere de fonduri, vizite, concursuri, etc.



10. Specialiștii în comunicare publică au responsabilitatea de a redacta și de a susține discursuri în fața publicurilor interne sau externe și, totodată, îi pregătesc pe membrii conducerii Consiliului Județean Mureș pentru astfel de apariții publice.
11. Producția - activitatea de producție presupune crearea unor suporturi materiale de comunicare, pe baza tehnicilor tipografice, fotografice, de radio și de televiziune, design clasic sau multimedia.
12. Pregătire profesională - implică activități de pregătire pentru o comunicare eficientă.
13. Stabilirea de contacte - presupune crearea de legături cu reprezentanții comunității, ai presei, ai lumii politice sau de afaceri, cu membrii organizației, cu cei ce vizitează organizația, etc.
14. Arhiva-crearea și administrarea unei arhive cu materialele scrise, video și audio legate de evenimente/acțiunile organizate de Consiliul Județean Mureș.

În relațiile cu reprezentanții mass media pot face declarații oficiale în numele instituției, Președintele Consiliului Județean Mureș, vicepreședinții Consiliului Județean, directorii și/sau managerii de proiecte precum și șeful de cabinet al președintelui Consiliului Județean.

Persoanele care ocupă aceste funcții trebuie să înștiințeze Cabinetul Președintelui precum și Compartimentul Relații Externe și Mass Media de câte ori primesc o solicitare pentru declarații din partea mass media.

Materialele transmise către mass media vor fi semnate de Biroul de Presă al Consiliului Județean Mureș. Acesta este format dintr-un membru al Cabinetului Președintelui și un consilier din partea Compartimentului de relații externe și mass media. Cele două persoane vor fi nominalizate prin Dispoziție a Președintelui Consiliului Județean și vor avea mandat de a oferi declarații presei în limita comunicatelor oficiale transmise.



Beneficiile utilizării social media pentru administrația publică

În ultimul deceniu rețelele de socializare au devenit instrumentul principal de comunicare utilizat de o mare parte din cetățeni. Nevoia unei prezențe instituționale (diferită de cea a liderului instituției) pe rețelele de socializare a devenit imperativă pentru realizarea unei comunicări adecvate și eficiente. Desigur, nu toate mesajele instituționale pot fi comunicate pe aceste canale. Totuși, rețelele de socializare reprezintă cel mai la îndemână instrument pentru creșterea gradului de vizibilitate a Consiliului Județean Mureș, precum și pentru creșterea gradului de informare a cetățenilor asupra rolului, scopului și misiunii instituției.

Pentru utilizarea cu succes a instrumentelor social-media trebuie inventariate principalele beneficii, respectiv:

- Creșterea interactivității în relațiile administrației cu cetățenii și partenerii săi.
- Creșterea vitezei diseminării informației și primirii feedback-ului publicului.
- Ajustarea sau reorientarea rapidă a modului de comunicare, atunci când este necesar, în special în situații de criză în care comunicarea rapidă este obligatorie.
- Reducerea dependenței instituției de media tradițională și creșterea posibilității de a contracara informațiile inexacte.

Măsurile pentru utilizarea instrumentelor social media:

- Crearea unei pagini Facebook a Consiliului Județean Mureș
- Refacerea paginii de internet a Consiliului Județean Mureș

Durată

Prezenta *Strategie de Comunicare Publică a Consiliului Județean Mureș* este concepută pentru perioada 2017-2020.



Finanțare

Fondurile necesare realizării activităților incluse în *Strategia de Comunicare Publică* vor fi asigurate din surse proprii, prin includerea anual în bugetul propriu a sumelor necesare.

Indicatori de impact

- Numărul de referințe favorabile (nefavorabile) / numărul total de referințe în mass-media despre activitatea Consiliului Județean. Acestea vor fi centralizate în rapoarte lunare, trimestriale și anuale de monitorizare a impactului aparițiilor în media.
- Numărul de conferințe de presă organizate pe parcursul anului.
- Numărul de comunicate transmise pe parcursul anului.
- Numărul total de parteneriate încheiate pe parcursul anului,
- Numărul total al evenimentelor proprii ale Consiliului Județean

Implementarea prezentei strategii la nivelul Consiliului Județean Mureș se va realiza prin intermediul unei proceduri operaționale conform Sistemului de Control Managerial Intern.

