

**Strategie de comunicare**  
**in proiectul**  
**„Un viitor mai bun- administrație locală**  
**eficientă”**



## CUPRINS:

1. SCOP.....	3
2. DOMENIU DE APLICARE.....	3
3. DOCUMENTE DE REFERINȚA.....	3
4. DEFINIȚII.....	4
5. RESPONSABILITĂȚI.....	4
6. DURATA.....	9
7. PROCESUL DE COMUNICARE.....	9
8. MODALITĂȚI DE IMPLEMENTARE .....	11
9. RAPOARTE, INSTRUMENTE DE LUCRU SI INREGISTRARI.....	12
10. REZULTATE.....	13



## 1.Scop

Stabilirea de reguli clare de comunicare interna intre beneficiar si parteneri, si externa intre echipa de proiect si institutii, membrii grupului tinta sau persoane terte in cadrul proiectului „Un viitor mai bun- administrație locală eficientă” in conformitate cu Contractul de finantare, instructiunile AM POCA si cu reglementarile aplicabile Fondurilor Structurale.

## 2.Domeniu de aplicare

Strategia se aplica impreuna cu procedura de comunicare de catre echipa de management in implementarea tuturor activitatilor, in cadrul proiectului „Un viitor mai bun- administrație locală eficientă” cod SIPOCA 990, cod SMIS 151142, proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativa 2014-2020.

## 3.Documente de referinta

- Contractul de finantare si anexe
- Recomandarile si instructiunile AM POCA
- Ghidul solicitantului
- Manualul de Identitate Vizuala POCA 2014-2020
- Procedura privind activitatile de management
- Procedura de achizitii
- Procedura de promovare si informare
- Procedura de recrutare si selectie
- Procedura de instruire
- Procedura de management financiar
- Metodologia de evaluare a setului de politici publice
- Strategia de comunicare

## 4.Definitii



Strategie = stabilirea obiectivelor si planificarea cursului actiunilor de urmat, atat la nivel de comunicare interna, cat si la nivel extern.

Comunicare = actiunea de a comunica si rezultatul ei; a face cunoscut, a transmite ceva cuiva (verbal sau scris), a da de stire, a instiinta, a informa, a spune, a face cunoscut, a aduce la cunostinta publicului larg, a intretine relatii permanente.

Procedura = totalitatea actelor si a formelor indeplinite in cadrul activitatii desfasurate

Grup tinta = grupul de persoane/entitate ce va fi direct si pozitiv afectata de proiect, la nivelul obiectivului proiectului

Document = orice informatie inregistrata pe orice fel de suport material, create sau primite pe parcursul activitatii unei persoane fizice sau juridice de drept public sau privat si pastrata ca marturie a activitatii sale, pentru utilizarea ulterioara.

Beneficiar = ASOCIATIA "CENTRUL REGIONAL DE VOLUNTARIAT"

### **5. Responsabilitati**

Echipe de implementare trebuie să își desfășoare activitatea din cadrul proiectului în conformitate cu următoarele valori și principii, :

- imparțialitate și obiectivitate;
- independență și libertate profesională;
- responsabilitate morală, socială și profesională;
- integritate morală și profesională;
- confidențialitate și respectul pentru persoanele din grupul țintă/colaboratori/furnizori, etc.;
- respectarea și promovarea interesului superior al beneficiarilor proiectului (grup țintă);
- respectarea legislației generale și a celei specifice domeniului;





- respectarea autonomiei personale;
- onestitate și corectitudine intelectuală;
- atitudine decentă și echilibrată;
- toleranță și încurajarea diversității;
- autoexigență în exercitarea profesiei.

În vederea îndeplinirii atribuțiilor, experții din echipa de implementare trebuie în permanență să se ghideze după principiile etice care le va asigura performanță în cadrul echipei:

- tratarea colegilor cu respect și demnitate, netolerând nici un comportament agresiv fizic sau psihic, nu vor exista abuzuri verbale sau comportament inadecvat.
- menținere relațiilor de încredere și parteneriat cu clienți/ furnizori/ parteneri;
- oferirea de servicii profesionale, de înaltă calitate;
- respectarea mediului prin conservarea resurselor; colectarea selectivă a deșeurilor și valorificarea acestora prin unități specializate;
- dedicarea față de comunitate;
- respectarea legilor și a regulilor interne ale echipei;
- prezentarea unei ținute și a unui limbaj corespunzător, atât în relația cu persoanele din grupul țintă/ furnizorii/ colaboratorii/ instituțiile, cât și în relațiile în cadrul echipei;
- existența transparenței în implementarea activităților proiectului care vor fi comunicate tuturor persoanelor interesate;
- să nu se afle într-o situație de conflict de interese și să nu cedeze la presiuni interne și externe în legătură cu orice relație care ar implica organizația din care face parte;

➤ Manager proiect



- Coordonarea activitatilor in vederea atingerii obiectivelor stabilite;
  - Asigurarea comunicarii cu AM si respectarea obligatiilor contractuale care decurg din contractul de finantare;
  - Pregatirea si organizarea planurilor de activitate si asigurarea resurselor necesare pentru atingerea obiectivelor proiectului;
  - Coordonarea activitatilor supervizand direct echipele tehnice si tertii implicati;
  - Monitorizarea in timp a progresului atins fata de obiectivele propuse si redactarea de rapoarte catre finantator;
  - Asigurarea circulatiei informatiei in cadrul proiectului, organizand periodic intalniri cu echipa de proiect;
  - Asigurarea rezolvarii problemelor si informarea la timp a echipei de implementare;
  - Coordonarea logistica a organizarii evenimentelor prevazute in cadrul proiectului.
- Responsabil financiar
- Raspunde de desfasurarea in conformitate cu prevederile legislatiei in vigoare a activitatii financiar contabile din cadrul proiectului;
  - Atestarea corectitudinii cheltuielilor efectuate;
  - Asigurarea si verificarea documentelor justificative financiare ce atesta aceste cheltuieli;
  - Intocmeste actele necesare pentru achiziitiile propuse prin proiect;
  - Urmarirea si asigurarea platii cheltuielilor in limita disponibilitatilor aflate in cont;
  - Verificarea existentei obligatiilor de plata si realitatii sumelor datorate prin verificarea documentelor justificative;



- Urmărirea și gestionarea respectării bugetului și întocmirea situațiilor financiare, rapoartelor financiare și cererilor de rambursare la termenele stabilite prin proiect și conform contractului de finanțare cu AM.

➤ Expertul de recrutare, monitorizare și comunicare GT, are următoarele atribuții:

-Coordonează și implementează procesul de identificare, selecție și înregistrare a persoanelor din grupul țintă; monitorizează participarea grupului țintă la activitățile dedicate grupului țintă;

-Colectează toate mijloacele de verificare privind participarea grupului țintă la activități;

-Asigură participarea grupului țintă la evenimentele organizate din cadrul proiectului;

-Verifică eligibilitatea persoanelor înscrise în grupul țintă, analizează documentele justificative.

În vederea angajării, acesta trebuie să îndeplinească anumite cerințe: să aibă studii superioare de lungă durată; experiență în lucrul cu publicul.

Expertul de dezvoltare instrumente de monitorizare și evaluare independentă a politicilor și strategiilor la nivel local, care va avea următoarele atribuții:

-contribuie la realizarea metodologiei de evaluare a politicilor și strategiilor la nivel local;

- contribuie la elaborarea setului de indicatori de monitorizare a implementării unei politici

Publice;

- aplică instrumentele de analiză și sistematizează datele;

- contribuie la elaborarea raportului de evaluare a unei politici publice din domeniul dezvoltării

publice locale;

- moderează cele 3 workshopuri, contribuind la propunerea temelor de discuții;





- colectează și centralizează fact-sheeturile și depozitiile în cadrul celor 3 workshopuri;
- contribuie la promovarea propunerii de politică publică;
- dezvoltă și implementează mecanismele de consultare a autorităților și instituțiilor publice cu Ong-urile, partenerii sociali, instituțiile de învățământ, precum și a cetățenilor în elaborarea politicilor și strategiilor la nivel local. De asemenea, în vederea angajării, acesta trebuie să îndeplinească următoarele cerințe: să aibă studii superioare de specialitate de lungă durată, experiență în politici publice.

➤ Cei 7 formatori vor avea următoarele atribuții:

- sunt responsabili de implementarea activității de instruire;
- Asigură instruirea calitativă a cursanților;
- Asigură structurarea materiei de predat și adaptează informațiile la nivelul de înțelegere al cursanților;
- Pregătește suportul de curs și/sau materialele necesare;
- Pregătesc agenda cursului;
- Intocmesc raportul de activitate pe curs;
- sunt responsabili de informarea cu privire la modificările legislative relevante;
- Furnizează sprijin în procesul de raportare tehnică.

În vederea angajării, aceștia trebuie să îndeplinească următoarele cerințe: studii medii/superioare; experiență de min. 1 an în activitatea de instruire/formare  
Expertul de comunicare și publicitate, care va trebui să îndeplinească următoarele cerințe, în vederea angajării în cadrul proiectului: să aibă studii superioare de specialitate de lungă durată, experiență în PR și domeniul comunicării. De asemenea, aceasta va avea următoarele atribuții:

- elaborează strategia de comunicare de la nivelul proiectului;
- Realizează materialele de informare și promovare a proiectului, beneficiarului și partenerilor





- sai cu respectarea instructiunilor Manualului de identitate vizuala;
- dezvolta relatia cu mass-media;
  - contribuie la promovarea evenimentelor proiectului;
  - elaboreaza comunicatele de presa;
  - updateaza cu informatii pagina web a proiectului;
  - promoveaza in mediul online toate documentele aferente proiectului;
  - organizeaza si deruleaza Campania de advocacy.

## **6. Durata**

Implementarea acestei proceduri se face pe perioada de implementare a proiectului, respectiv pana in iulie 2023, inclusiv.

## **7. Procesul de comunicare**

Procesul de comunicare este definit ca fiind procesul de instiintare, de transmitere a unor informatii, de a aduce la cunostinta publicului larg unele informatii ce doresc a fi transmise de un emitator prin diverse cai si metode.

Procesul de comunicare are in componenta sa patru factori fara de care comunicarea nu isi atinge rezultatul scontat: emitatorul sau entitatea care transmite informatia, receptorul sau entitatea care primeste informatia, canalul de comunicare sau metodele prin care este distribuita informatia si mesajul sau ceea ce intentionam sa transmitem (informatia).

Un proces de comunicare realizat corect depinde totodata ca intre emitator si receptor sa existe o anumita relatie, codul comunicarii sa fie cunoscut de ambele parti implicate in proces, mesajul sa fie concis, bine structurat si adaptat la receptor, metodele de comunicare sa fie cele adecvate mesajului si receptorului nostru, mediul comunicarii sa fie propice si barierele de comunicare sa fie diminuate sau sa lipseasca.



Barierile comunicării reprezintă potențialele blocaje (zgomotele puternice sau bruiajele tehnice), care apar în transmiterea și recepția mesajului într-un mod corect.

Verificarea succesului procesului de comunicare poate fi realizată prin cerere și/ sau oferirea de feedback. Feedbackul este un tip de mesaj verbal, nonverbal sau paraverbal, prin care se transmite că mesajul formulat anterior a fost recepționat și modul în care acesta a fost recepționat (dacă s-a înțeles ce a transmis emițatorul, în ce procentaj informația este recepționată și înțeleasă, reacția receptorului la informația transmisă, etc).

Comunicarea poate fi împărțită după mai multe principii, respectiv în funcție de destinatari (interna-externa), metode de transmitere (oral-scris), modalitatea de transmitere a mesajului (verbal, nonverbal sau paraverbal) sau modul de comunicare (formal-informal).

Comunicarea internă se realizează pe verticală (cu superiorii ierarhici), cât și pe orizontală (cu ceilalți membrii ai echipei de proiect). Comunicarea externă se realizează între echipa de proiect și pe de o parte, grupul țintă (definit în Procedura de selecție a grupului țintă) și pe de altă parte, cu persoanele terțe (reprezentanți ai mass-mediei, instituții, organisme de control, etc.).

Comunicarea scrisă se folosește pentru a transmite informația pe un suport vizual, fie prin înștiințări sau notificări (la nivel intern), cât și prin materiale promotionale (la nivel extern). Acest tip de comunicare mai este denumit și indirect. Comunicarea orală se folosește pentru transmiterea rapidă, în acel moment, a informațiilor. De obicei, acest tip de comunicare este preferat în cazul transmiterii unor informații de uz curent sau schimb de informații, în urma cărora feedbackul poate fi oferit instant. Acest tip de comunicare mai este denumit și direct.



Cand ne referim la modalitatea de a transmite mesajul, exista 3 tipuri de comunicare, respectiv verbala nonverbala si paraverbala. Comunicarea nonverbala se refera la transmiterea informatiilor prin expresivitatea faciala, miscarea corporala sau gesturi.

Comunicarea paraverbala este comunicarea rezultata din inflexiunile si tonalitatea vocii.

Comunicarea formala se supune unor reguli privind continutul sau modalitatea de transmitere a informatiilor. Acestea sunt de obicei sub forma unor instructiuni, comunicari, decizii, notificari, rapoarte sau contracte. Comunicarea informala are rolul de a transmite informatii, indiferent daca acestea sunt sau nu oficiale, veridice sau verificate. Acest tip de comunicare se realizeaza frecvent intre colegi sau prieteni, informatia transmisa nefiind neaparat esentiala in realizarea unor sarcini concrete.

Procesul de comunicare poate avea loc intre doua (unul pasiv, celalalt activ in cazul monologului, respectiv ambii activi in cazul dialogului) sau mai multe persoane (grup, public larg). Comunicarea se mai poate realiza si in masa prin canalele media (tv, radio, presa scrisa) sau publicatii (carti, brosure, pliante,etc).

Procesul de comunicare are succes atunci cand emitatorul a reusit sa transmita informatia dorita a fi comunicata si cand receptorul a perceptut si inteles informatia primita. Modul de verificare al succesului transmiterii mesajului este folosirea periodica sau de cate ori este nevoie de feed-back.

## 8.Modalitate de implementare

Comunicarea este o activitate care se va desfasura in mod continuu, pana la incheierea proiectului, respectiv pana in iulie 2023, inclusiv.





În cadrul proiectului „Un viitor mai bun- administrație locală eficientă” cod SIPOCA 990, cod SMIS 151142 activitățile de comunicare și informare vor fi realizate atât la nivel intern cât și la nivel extern.

### Nivel intern

Comunicarea la nivel intern este definită în cadrul proiectului ca fiind comunicarea realizată între parteneri și beneficiar. Toți membrii echipei de proiect se subordonează direct managerului de proiect (comunicarea verticală), respectiv între membrii echipei (comunicare orizontală). Ambele comunicări sunt esențiale pentru desfășurarea activităților în bune condiții, toți membrii echipei lucrând pentru atingerea obiectivelor și indicatorilor propuși în acest proiect.

Comunicarea internă se va realiza continuu pe parcursul implementării proiectului urmărind calendarul întâlnirilor de lucru stabilite, respectiv prin ședințe săptămânale și extraordinare la nevoie, întâlniri de lucru periodice și comunicare scrisă prin e-mail-uri ori de câte ori este nevoie, în scopul informării modului de derulare a activităților sau a cererii sau dării de curs a solicitărilor din partea beneficiarului, a partenerilor sau a autorităților de control.

Comunicarea la nivel intern este realizată respectând prevederile procedurii comunicării interne elaborate în cadrul proiectului.

Monitorizarea internă a proiectului va include o componentă distinctă care să urmărească respectarea elementelor ce țin de informarea și publicitatea proiectului. Fiecare document emis în cadrul proiectului va avea logoul POCA (sigla și slogan). Toate materialele de promovare destinate publicului vor conține sintagma „Competența face diferență! Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă, cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul Social European!”.

### Nivel extern



Comunicarea la nivel extern este definită în cadrul proiectului ca fiind comunicarea realizată între parteneri și beneficiar pe de o parte, și grupul țintă și persoanele terțe, pe de alta parte.

Comunicarea externă se realizează prin transmiterea informațiilor în cadrul acțiunilor de promovare pe teren prin intermediul materialelor promotionale și a caravelor și sesiunilor de informare și constientizare, prin telefonarea instituțiilor ce lucrează cu grupul nostru țintă sau direct a grupului țintă în vederea invitării acestora la activitățile desfășurate în cadrul proiectului, în mediul on-line prin pagina web și cea de Facebook a proiectului, precum și prin intermediul unor pagini web terțe folosite în scopul promovării proiectului, în mass media prin comunicate de presă, participări la emisiuni radio-tv sau spoturi de promovare și publicitate.

Pe site-ul web al solicitantului se va afișa o scurtă descriere a proiectului și se va realiza o pagină web dedicată. La începutul și finalizarea unui proiect finanțat prin POCA, solicitantul va publica în media comunicate de presă cu privire la proiect.

Mai mult, la sediul biroului, în locațiile de derulare a workshopurilor și a sesiunilor de instruire, se va expune câte un afiș cu informații despre proiect. Pentru toate mijloacele fixe achiziționate în cadrul proiectului vor fi folosite autocolante. În cadrul fiecărui eveniment susținut pe parcursul proiectului, solicitantul se va asigura că cei care participă au fost informați despre finanțare, prin utilizarea corectă și completă a elementelor de identitate vizuală, pe toate materialele aferente evenimentului. Toate materialele de informare și publicitate vor ține cont de respectarea principiului egalității de șanse.

Comunicarea externă cu potențialul grup țintă se realizează respectând prevederile procedurii de informare și promovare elaborate în cadrul proiectului.

## 9. Rapoarte, instrumente de lucru și înregistrări





- Graficul Gant
- Registrele de intrari-iesiri ale beneficiarului si ale partenerilor
- Evidenta comunicarilor scrise prin canalele virtuale (email-uri, notificari, proceduri si strategii, etc) intre beneficiar, parteneri si persoane terte
- Anunturi publicate in presa si mediul online
- Materiale promotionale si de informare

## 10. Rezultate

Beneficiile durabile pentru membrii GT-ului in urma implementarii proiectului ar fi urmatoarele:

- participarea la consultari publice care sa le permita sa-si exprime opiniile, parerile si pozitiile;
- participarea la un program de instruire care sa le ofere tehnici si instrumente de participare activa la procesul decizional;
- participarea la procesul de dezvoltare a unui set de propuneri de politici publice alternative;
- participarea la campanii de advocacy pentru promovarea propunerii de politica publica;

**1. Rezultat program R4: Capacitate crescuta a ONG-urilor si partenerilor sociali de a se implica în formularea si promovarea dezvoltarii la nivel local - Rezultat proiect 1 - Instrumente independente de evaluare situatiei si politicilor existente in domeniul dezvoltarii publice locale (1 metodologie de evaluare si un raport de evaluare a politicilor publice in raport cu strategia de dezvoltare publica locala);**

**2. "Rezultat program R4: Capacitate crescuta a ONG-urilor si partenerilor sociali de a se implica în formularea si promovarea dezvoltarii la nivel local - Rezultat proiect 2 - Personal din ONGuri si/sau parteneri sociali**





instruți în teme din aria următoare: Mediere dialog social, Evaluarea și managementul calității în Administrația publică locală, responsabil GDPR, digitalizare, Politici de comunicare strategică instituțională, Lobby și advocacy"Rezultat program 1 - Capacitate crescută a ONG-urilor și partenerilor sociali de a se implica în formularea și promovarea de propuneri alternative la politicile publice inițiate de Guvern;

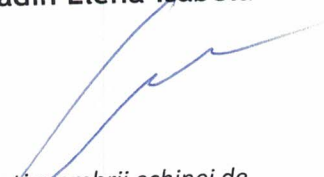
3. Rezultat program R4: Capacitate crescută a ONG-urilor și partenerilor sociali de a se implica în formularea și promovarea dezvoltării la nivel local - Rezultat proiect 3 - Acțiuni comunitare de dezvoltare locală realizate și recomandări de proiecte de dezvoltare locală recomandate a fi incluse în strategia privind dezvoltarea locală acceptate (1 plan de acțiune pentru fiecare domeniu de interes realizat: social și ocupație, cultură și educație, sănătate, mediu, infrastructură; 1 set de recomandări și proiecte pentru fiecare domeniu realizat)

Cel puțin 40 de persoane vor fi informate și conștientizate de beneficiile oferite prin intermediul proiectului în urma participării la programele integrate oferite (workshopuri, sesiuni de instruire, schimb de experiență și bune practici, etc), respectiv o comunicare fluidă și continuă între membrii echipei de proiect, la nivel intern.

Intocmit,  
Expert comunicare și publicitate  
Tufăgiu Elena-Carmen



Avizat,  
Manager de proiect  
Badin Elena-Isabela



*Se va anexa un tabel (Anexa 1) prin care se va face dovada că toți membrii echipei de implementare au luat la cunoștință prezenta strategie din cadrul proiectului.*

