

**APROB** S. Botnari  
**Ministrul Transporturilor și  
Infrastructurii Drumurilor  
Vasile BOTNARI**

**STRATEGIA DE COMUNICARE A MINISTERULUI  
TRANSPORTURILOR ȘI INFRASTRUCTURII DRUMURILOR**

**2014**

**Cuprins**

- I. Principii generale
- II. Scopul Strategiei de Comunicare
- III. Obiectivele Strategiei de Comunicare
- IV. Canale de comunicare
- V. Instrumente de informare
- VI. Mesaje
- VII. Evaluarea Strategiei de Comunicare

## **I. PRINCIPII GENERALE**

Măsurile de informare și comunicare referitoare la reformele desfășurate de către Ministerul Transporturilor și Infrastructurii Drumurilor, precum și intervențiile fondurilor externe, inclusiv a celor europene pentru reabilitarea infrastructurii de transport din Republica Moldova, au în vedere creșterea încrederii populației în obiectivul de integrare europeană și formarea unei imagini pozitive și omogene privind activitatea MTID.

Strategia de comunicare, elaborată de Serviciul Informare și Comunicare cu Mass-media, stabilește prioritățile în domeniul informării și relațiilor publice pentru MTID. Prezentul document pune la dispoziția publicului larg și a publicului profesionist un cadru comun pe baza căruia vor fi planificate și implementate componentele de informare și relații publice ale activităților în sprijinul obiectivelor instituționale.

Strategia de comunicare are la bază obiectivele prioritare ale MTID și este în concordanță cu cerințele legislației naționale.

## **II. SCOPUL STRATEGIEI DE COMUNICARE**

Scopul *Strategiei de Comunicare* este informarea publicului țintă asupra acțiunilor MTID privind dezvoltarea unui sistem de transport durabil în Republica Moldova, care să faciliteze deplasarea rapidă, eficientă și în condiții de siguranță a persoanelor și a bunurilor prin intermediul unor servicii la standarde europene.

## **III. OBIECTIVELE STRATEGIEI DE COMUNICARE**

Pentru îndeplinirea scopului declarat, Strategia de Comunicare are definite următoarele obiective generale:

1. informarea publicului profesionist asupra progresului lucrărilor, serviciilor, achizițiilor de bunuri aferente sectorului transporturi. Publicul profesionist este alcătuit din beneficiarii potențiali și finali, autoritățile publice centrale, regionale și locale, reprezentanți ai Comisiei Europene, organizațiile profesionale și mediile economice, partenerii economici și

sociali, organizațiile neguvernamentale, operatorii de proiecte, reprezentanții mass-media, etc.

2. asigurarea transparenței activităților desfășurate de MTID și instituțiile relevante prin informarea publicului larg din Moldova privind scopul reformelor instrucționale în toate ramurile gestionate (transport auto, feroviar, aerian, naval) și rolul Uniunii Europene în realizarea proiectelor de modernizare a infrastructurii de transport
3. asigurarea acurateții informației pentru presă în ceea ce privește proiectele de transport derulate, inclusiv prezentarea etapelor parcurse și a beneficiilor pentru societate.

#### **IV. CANALE DE COMUNICARE**

Comunicarea directă se va face prin organizarea unor evenimente de informare publică la care să fie invitați atât reprezentanți ai autorităților centrale și locale, cât și ai organizațiilor neguvernamentale, ai companiilor de construcții și consultanță în construcții, reprezentanți ai mass-media.

Scopul acestor evenimente este de a prezenta participanților stadiul derulării proiectelor aferente sectorului transporturi.

Comunicarea prin mijloace electronice urmărește informarea rapidă a tuturor celor interesați de informații privind proiectele de transport. În acest sens, vom avea în vedere dezvoltarea și actualizarea informației pe website-urile atât al MTID, cât și ale tuturor instituțiilor și întreprinderilor subordonate. Se vor utiliza instrumentele de comunicare prin intermediul rețelelor de socializare.

Informarea publică va avea la bază și editarea de materiale informative despre proiectele de transport și infrastructură, care beneficiază de asistență externă europeană.

Comunicatele de presă pentru informarea publicului larg se vor emite cu ocazia oricăror evenimente cu caracter public, organizării unor ceremonii oficiale de semnare a contractelor sau de recepție a lucrărilor sau la finalizarea proiectelor, întreprinderilor și întrunirilor de lucru.

De asemenea, cu prilejul acestor ceremonii, oficialii Ministerului și ai instituțiilor relevante pot susține conferințe de presă, participa la dezbateri publice, seminarii, work-shopuri.

## **V. INSTRUMENTE DE INFORMARE**

- a. emiterea de comunicate de presă cu privire la toate tipurile de evenimente organizate (întrevederi, ședințe de lucru, licitarea anumitor servicii sau lucrari, semnarea contractelor, recepția finală a lucrărilor, organizarea de forumuri, seminarii, workshop-uri, conferințe etc);
- b. organizarea de evenimente pe parcursul anului, inclusiv conferințe de presă, vizite de lucru la întreprinderile și instituțiile aflate în gestiune, vizite pe șantiere de construcție etc;
- c. publicarea de informații referitoare la licitații pe site-ul MTID sau al instituțiilor relevante (anunțuri de intenție, anunțuri de participare la licitație, anunțuri de atribuire a contractelor);
- d. prezentarea unui raport anual de activitate;
- e. tipărirea de broșuri, pliante, afișe, buletine informative;
- f. lansarea declarațiilor oficiale pentru presă, prezentarea informației de interes public în cadrul interviurilor oferite edițiilor scrise și online, participarea la emisiuni și dezbateri TV;
- g. realizarea campaniilor de sensibilizare privind securitatea în trafic.

## **VI. MESAJE**

Mesajele transmise către publicul larg trebuie formulate clar și concis, folosindu-se un limbaj comun și accesibil. În felul acesta informația transmisă poate fi receptată corespunzător de publicul țintă.

Media națională, regională și/sau locală (presă, radio, televiziune, online etc) trebuie informată despre lansarea proiectelor de reformă instituțională sau de modernizare a infrastructurii, pe parcursul etapelor principale de implementare, dar și la finalizarea acestora.

Măsurile întreprinse trebuie să includă publicații în presă, conferințe de presă, publicarea de articole, ediții speciale și organizarea de vizite pe șantier.

Articolele din presă, mesajele publicitare și alte materiale elaborate în vederea transmiterii către canalele media, trebuie să includă o descriere a contribuției UE la proiectul respectiv și a scopului fondurilor implicate.

Mesajele ce vor fi formulate și lansate către grupurile țintă trebuie să fie clare, corecte și concise pentru a fi ușor înțelese și reținute. Acestea vor fi „personalizate” în funcție de tipul de public cărui ne adresăm.

Astfel, mesajele transmise publicului specializat vor fi formulate în așa manieră încât să transmită exact informațiile “tehnice”. Deși aceste mesaje vor fi complexe și destul specializate, trebuie să avem în vedere că ne adresăm unui public familiarizat cu limbajul utilizat în elaborarea documentelor oficiale.

De asemenea, mesajele care au în vedere informarea publicului larg asupra beneficiilor aduse de reformele realizate și proiectele de infrastructură în derulare, vor fi formulate simplu și clar, utilizând un limbaj comun, pentru a fi ușor de înțeles și de reținut de către cetățeni care nu sunt familiarizați cu limbajul specializat.

Principalele tipuri de mesaje formulate pentru publicul specializat trebuie să ofere informații legate, spre exemplu, de următoarele aspecte:

- Reformele în domeniu urmăresc realizarea unui sistem național de transport durabil și integrarea acestuia în rețelele de transport european, mai exact modernizarea și dezvoltarea infrastructurii rutiere, feroviare, aeriene și navale.
- Finalitatea proiectelor de modernizare a infrastructurii de transport va duce la reducerea semnificativă a timpului de călătorie, dar în condiții de siguranță și beneficiind de servicii de calitate, atât pentru traficul de pasageri cât și pentru cel de mărfuri
- Modernizarea și dezvoltarea infrastructurii naționale de transport (rutieră, feroviară, aeriană, fluvială) va asigura succesul economic al țării prin reducerea cheltuielilor operaționale și atragerea noilor fluxuri de tranzit prin Republica Moldova

Pornind de la tipurile de mesaje principale propuse, vom elabora mesaje secundare, care detaliază informațiile prezentate mai sus.

De asemenea, vom elabora mesaje scurte care să fie promovate pentru o mai bună percepere a obiectivelor MTID:

- 75% din drumurile Moldovei trebuie reparate acum
- Șoselele bune deschid drumul spre investiții și locuri de muncă

- Modernizarea infrastructurii reprezintă o prioritate națională
- Șosele mai sigure
- Bilete de avion mai ieftine
- Călătoria cu trenul – varianta europeană de transport etc.

## **VII. EVALUAREA STRATEGIEI DE COMUNICARE**

Pe baza înregistrărilor din instrumentul de lucru creat pentru monitorizarea activității de informare și publicitate desfășurată pentru fiecare măsură, vom extrage informațiile necesare pentru evaluarea acestei activități la sfârșitul fiecărui an. Aceste informații ne vor ajuta în evaluarea calitativă și cantitativă a acțiunilor întreprinse pentru fiecare măsură în parte.

Indicatorii de evaluare ai acțiunilor de informare sunt:

- numărul comunicatelor de presa difuzate spre publicare în mass-media;
- numărul de evenimente organizate pe parcursul anului (la semnarea contractelor, la recepția finală a lucrărilor, organizarea de conferințe de presă, seminarii, workshop-uri etc);
- numărul de articole apărute în mass-media;
- numărul de vizitatori pe websiteul MTID;
- numărul de materiale informative tipărite pentru informarea și publicitatea proiectelor de transport.

Pe baza analizei acestor indicatori se va stabili dacă măsurile de informare și publicitate întreprinse pe parcursul anului au fost eficiente, dacă mesajele transmise au ajuns la publicul țintă definit și dacă a crescut gradul de informare a cetățenilor cu privire la reformele realizate în sectorul transporturi.