APROBAT

prin Ordinul Ministerului Economiei

nr.\_\_\_\_\_\_ din \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2014

**PROGRAMUL**

**de comunicare şi promovare a reformei**

**cadrului de reglementare a activităţii de întreprinzător**

**INTRODUCERE**

La sfârșitul anului 2012, Ministerul Economiei (ME) a elaborat cel de al doilea proiect al Strategiei Reformei Cadrului de Reglementare a Activităţii de Întreprinzător (SRR). Ca și SRR precedentă, proiectul noii strategii are drept scop reducerea costurilor și riscurilor de desfășurare a activității de întreprinzător în Republica Moldova prin definirea unui pachet de reforme care, printre altele, se axează pe eliminarea birocrației, facilitarea comerțului și reducerea poverii de achitare a impozitelor, precum și ușurarea procesului de eliberare a autorizațiilor în domeniul construcțiilor.

Totuși, un element nou adus de actualul proiect de SRR este importanța pe care aceasta o acordă comunicării și schimbului de informații, ele fiind considerate parte componentă importantă în procesul de implementare a reformelor. Prin integrarea comunicării în SRR, ME recunoaște că o abordare strategică față de comunicare este una esențială pentru înlăturarea “deficiențelor de implementare” între procesul de legiferare a reformei și adoptarea acesteia de către principalele părți implicate atât din cadrul guvernului cât și din exterior. Cele mai bune practici în domeniul reformelor de încurajare a activității de întreprinzător au scos în evidență importanța comunicării strategice pentru sporirea reușitei reformelor. [[1]](#footnote-1) Acest lucru se datorează faptului că comunicarea strategică abordează elementul uman al reformelor prin promovarea și încurajarea schimbărilor comportamentale necesare pentru asigurarea sustenabilității reformelor.

În vederea completării și prioritizării activităților preconizate de SRR, în iulie 2013 Guvernul a elaborat și adoptat ”Foaia de parcurs privind acțiunile Guvernului în vederea eliminării constrângerilor critice în calea mediului de afaceri 2013-2014” (în continuare Foaia de Parcurs) care include o serie de acțiuni în astfel de domenii cheie cu impact direct asupra businessului: actele permisive, lansarea afacerii, autorizațiile de construire, administrarea afacerilor, administrarea fiscală, comerțul transfrontalier, acces la finanțe, concurență, sistemul judiciar și lichidarea afacerii. Cu toate acestea, Foaia de Parcurs nu include un plan sau activități de comunicare.

Acest document prezintă, în linii generale, programul comunicării strategice, care are drept scop sprijinirea procesului de implementare a SRR și asigurarea succesului și sustenabilității reformelor promovate în cadrul SRR. Comunicarea strategică este concepută în așa fel încât să asigure un cadru pentru toate comunicările strategice care vin să sprijine SRR și să implementeze una din activitățile din cadrul componentei trei (“Comunicare”) a strategiei: Activitatea 4 “Elaborarea programului de comunicare și promovare a reformei cadrului de reglementare a activității de întreprinzător”. Având în vedere importanța Foii de Parcurs, a fost elaborat un plan de acțiune care să acorde prioritate comunicării pe inițiative specifice de reformă, ceea ce presupune că activități mai ample de sensibilizare a opiniei publice, cum ar fi crearea unor portaluri web, vor fi implementate mai târziu decât a fost prevăzut inițial în Planul de Acțiune al SRR.

Este important de menționat faptul că această strategie de comunicare nu prezintă un plan pentru realizarea întregului volum de lucru preconizat în cadrul Componentei 3 (“Comunicare”) a SRR. Componenta 3 iese din limitele comunicării strategice și abordează o varietate de activități de informare, cum ar fi elaborarea programelor de instruire sau cursuri universitare sau coordonarea acestora cu donatorii și organizațiile internaționale, activități care depășesc competențele Serviciului de Presă al Ministerului Economiei sau oricărei alte agenții guvernamentale și ar putea fi implementate de alte departamente din cadrul ME sau din cadrul guvernului. În mod similar, acest plan de acțiune nu se limitează la sprijinirea doar a celor activități menționate în Componenta 3. Mai curând, acesta are o abordare holistică față de SRR și Foaia de Parcurs și asupra modului în care comunicarea strategica poate fi folosită pentru a sprijini și încuraja aplicarea SRR.

Acest document a fost elaborat de Serviciul de Presă al ME, cu sprijinul programului USAID “Comerț, Investiții și Reglementarea Activității de Întreprinzător (BRITE)”. Contribuția principalelor părți implicate din cadrul guvernului a fost una extrem de importantă pentru procesul de elaborare a acestui document. Implementarea de succes va necesita o coordonare și colaborare continuă cu cel puțin 10 instituții guvernamentale, Cancelaria de Stat și Centrul de Guvernare Electronică având un rol aparte. Din aceste considerente, această strategie prevede crearea unui grup de lucru pe comunicare, format din comunicatori din cadrul instituțiilor guvernamentale și donatorilor interesați în preluarea rolului de lideri în implementarea acestui plan de comunicare. Acest grup de lucru va servi drept nucleu pentru activitățile de comunicare asociate cu SRR, asigurând coordonarea necesară pentru atingerea impactului scontat al strategiei.

**Capitolul I: Comunicarea Reformei Cadrului de Reglementare - Informații Generale**

Strategia Reformei Cadrului de Reglementare a Activității de Întreprinzător face parte din agenda politică mai vastă, care de asemenea, include Agenda Națională de Dezvoltare *“Moldova 2020”* care impune crearea unor “reguli clare de joc” pentru lansarea, funcționarea și lichidarea afacerii.

Principalul obiectiv al SRR este eliminarea reglementărilor redundante, procedurilor administrative împovărătoare și intervenției excesive a statului în economie care subminează competitivitatea. Având la bază strategia precedentă a reformei cadrului de reglementare (implementată între anii 2007 – 2012), proiectul SRR formulează o nouă abordare față de reforma cadrului de reglementare. Anterior, accentul principal se punea pe dereglementare, proces ce presupune eliminarea reglementărilor redundante și a cerințelor administrative excesive. Această abordare punea accentul mai mult pe cantitatea reformelor decât pe calitatea lor. Noua SRR promovează un sistem de reglementare “mai deștept” și o abordare mai exactă față de reformele de reglementare care se conduce de criterii clare pentru competitivitate. În scopul prioritizării reformelor îndreptate spre îmbunătățirea competitivității, în iulie 2013, Guvernul Republicii Moldova (GoM) a elaborat ”Foaia de parcurs privind acțiunile Guvernului în vederea eliminării constrângerilor critice în calea mediului de afaceri 2013-2014” care identifică reformele care urmează a fi puse în aplicare în viitorul apropiat.

O altă diferență între noua SRR și iterațiile precedente este accentul puternic pe care cea din urmă îl pune pe comunicare și schimbul de informații, acestea fiind considerate drept un element cheie pentru implementarea reformelor. Prin integrarea comunicării în SRR, ME recunoaște că o abordare strategică față de comunicare este una esențială pentru înlăturarea “deficiențelor de implementare” între procesul de legiferare a reformei și adoptarea acesteia de către principalele părți implicate atât din cadrul guvernului cât și din exterior. Cele mai bune practici de punere în aplicare a reformelor de încurajare a mediului de afaceri au identificat importanța comunicării strategice pentru îmbunătățirea gradului de reușită a reformelor. Acest lucru se datorează faptului că comunicarea strategică abordează elementul uman al reformelor prin promovarea și încurajarea schimbării comportamentului care este necesar pentru ca reformele să devină sustenabile.

**Retrospectiva eforturilor de comunicare a reformei cadrului de reglementare în Republica Moldova**

În cei aproape 10 ani de când Guvernul Republicii Moldova implementează strategiile de reformă a cadrului de reglementare, abordarea reformelor – atât comunicarea informației despre acestea cât și a rezultatelor lor - a evoluat. În 2004, guvernul a introdus și a lansat conceptul de “ghilotină” pentru reforma cadrului de reglementare în Republica Moldova. De atunci, procesul de ghilotină a devenit principala forță motrice a reformei cadrului de reglementare. Fiind introdusă în 2004, Ghilotina 1 a înlăturat reglementările inutile și neargumentate din punct de vedere al legislaţiei în vigoare. În 2006, a fost introdusă Ghilotina 2 care a continuat să aplice aceleași criterii la elaborarea de legi. Ghilotina 2, de asemenea, a introdus procesul de analiză a impactului de reglementare (AIR) în calitate de mijloc de elaborare a unui sistem de reglementare mai inteligent, care să echilibreze beneficiile sociale și costurile economice asociate. În cele din urmă, Ghilotina 2+ aplicată procesului de eliberare a documentelor permisive, a fost introdusă în 2011.[[2]](#footnote-2)

Nici unul din eforturile de reformă a cadrului de reglementare nu a descris un program comprehensiv de comunicare strategică care să sprijine implementarea reformelor. Mai mult ca atât, proiectele donatorilor, Ministerului Economiei, Cancelariei de Stat și altor instituții guvernamentale au comunicat despre domeniile lor de activate într-un mod necoordonat. Ministerul Economiei a fost principalul promotor al acestor trei “Ghilotine”, însă aceste eforturi au pierdut din elan, deoarece procesul de ghilotină nu a reușit să răspundă așteptărilor.

În cadrul Ghilotinei 2, crearea Secretariatului AIR și a Grupului Național de Lucru pentru Reglementarea Activității de Întreprinzător, care este constituit, pe bază paritară, din reprezentanți ai sectorului privat și public, a contribuit la intensificarea unui dialog public-privat semnificativ în Republica Moldova.

**Accesul este esențial**

Inițial, ședințele Grupului Național de Lucru aveau loc la etajul 1, în incinta clădirii guvernului. Cu toate acestea, în ultimii doi ani, ședințele au avut loc în cadrul Ministerului Economiei. Este vorba de o încăpere mai mică, iar persoanele care doresc să participe la ședințele Grupului de Lucru, trebuie să informeze Secretariatul Grupului de Lucru din timp, pentru a fi incluși în lista participanților, pentru a li se permite intrarea în clădirea guvernului de către serviciul de securitate de la intrare. Atât spațiul limitat cât și informarea în prealabil au restricționat accesul la ședințele Grupului de Lucru.

Transmisiunea în direct a ședințelor săptămânale ale Grupului Național de Lucru pe [www.privesc.eu](http://www.privesc.eu) a constituit un pas important în promovarea AIR. Cu toate acestea, din cauza faptului că ședințele Grupului de Lucru au loc în cadrul Ministerului Economiei, grupul de lucru și secretariatul AIR care sprijină activitatea grupului de lucru, sunt percepute ca fiind instrumente ale ME și nu a guvernului, în general. Acest lucru expune Grupul Național de Lucru și secretariatul AIR unor învinuiri de independență politică, din cauza politizării ministerelor în cadrul actualei alianțe de guvernare. Mai mult ca atât, Grupul Național de Lucru și Secretariatul AIR nu au fost suficient promovați. Beneficiile AIR nu sunt bine înțelese, iar procesele de consultanță în cadrului grupului de lucru nu sunt clare. În cadrul ultimului sondaj[[3]](#footnote-3) efectuat pe un eșantion de peste 400 de agenți economici, doar 11 procente din cei chestionați au fost în stare să numească AIR ca fiind unul din mecanismele dialogului public-privat în Moldova, așa cum este arătat în graficul 1 de mai jos.

**Graficul 1: Gradul de informare despre mecanismele dialogului public-privat printre actorii din sectorul privat din Republica Moldova**



În același timp, același sondaj a arătat că respondenții informați despre AIR au avut opinii diferite în ceea ce privește evaluarea eficienței acesteia. Fiind rugați să evalueze mecanismele DPP (dialogul public privat) cunoscute pe o scară de la 1 – 5, 1 fiind absolut ineficient și 5 fiind absolut eficient, scorul negativ al RIA a prevalat ușor asupra scorului pozitiv, așa după cum este arătat în graficul 2 de mai jos.

**Graficul 2: Percepția sectorului privat în ceea ce privește eficiența mecanismelor PPD în Moldova**



Deoarece Grupul Național de Lucru joacă un rol important în consolidarea dialului public privat și asigurarea echilibrului dintre costurile economice și beneficiile sociale obținute în urma implementării reformelor cadrului de reglementare, unul din obiectivele acestei strategii va fi încurajarea participării atât a sectorului public cât și a celui privat la lucrările Grupului Național de Lucru .

Pe lângă eforturile Ministerului Economiei și ale Grupului Național de Lucru, Cancelaria de Stat își propune îmbunătățirea transparenței guvernamentale și a dialogului public privat. În 2012, Cancelaria de Stat a lansat portalul [www.particip.gov.md](http://www.particip.gov.md), unde sunt publicate toate documentele și actele legislative. Acest portal nu este adresat în exclusivitate mediului de afaceri; aici sunt publicate proiectele de legi și reglementări ale guvernului. Cu toate acestea, multe din proiectele publicate pe portal nu sunt comentate; prin urmare este nevoie de o mai mare campanie de informare și promovare a acestui portal.

Strategia Reformei Cadrului de Reglementare a Activității de Întreprinzător și Componenta Comunicării

După cum s-a menționat mai sus, actualul proiect al SRR este o continuitate a Strategii SRR care a fost elaborată de Guvernul Republicii Moldova și este aliniată la Strategia Națională de Dezvoltare “Moldova 2020”. Strategia conține următoarele obiective principale:

1. *Elaborarea unui cadru de reglementare solid.* Strategia are drept scop crearea unui sistem de reglementare inteligent, care să echilibreze beneficiile sociale și costurile economice asociate. Acest obiect general necesită respectarea strictă a principiilor de bună reglementare și procedurilor AIR pentru toate proiectele de acte normative. Mai mult ca atât, acest sistem prevede revizuirea și ajustarea continuă a legislației și regulamentelor existente, care are drept scop îmbunătățirea eficienței procesului de reglementare.
2. *Stimularea procesului de implementare a unor reforme mai eficiente.* Acest obiectiv general adresează probleme majore de îmbunătățire a mediului de afaceri și implementării cadrului de reglementare care are drept obiectiv creșterea competitivității afacerilor. Capacitatea și voința autorităților de reglementare trebuie să fie articulate cu aspirațiile reformei cadrului de reglementare, prin stabilirea responsabilităților și reducerii posibilităților de corupție. Atingerea acestui obiectiv general va implica modificări specifice în cadrul de reglementare și consolidarea capacităților autorităților de reglementare, astfel încât să se reducă limitările și povara de reglementare în timpul lansării, gestionării și lichidării unei afaceri.
3. *Îmbunătățirea comunicării și creșterea gradului de participare a părților implicate în procesele de reformă.* Chiar dacă reformele cadrului de reglementare până în prezent au încercat să implice sectorul privat, schimbul de informații nu a fost la înălțimea așteptărilor. Cunoștințe și abilități sectorului privat din punct de vedere al specificului diferitor activități de afaceri, sunt esenţiale pentru procesul de reformă. Acest obiectiv, de asemenea, include consolidarea capacității de informare și stimulare a participării societății civile, sectorului privat și experților la elaborarea, implementarea și reformarea cadrului de reglementare.

Componenta comunicării este divizată în două categorii principale de activități:

* Îmbunătățirea comunicării interne (în Moldova) și creșterea gradului de participare a părților interesate în procesul de reformă.
* Îmbunătățirea comunicării pe plan extern (internațional) în domeniul reformei cadrului de reglementare.

Primul grup de activități are drept scop luarea în vizor atât a sectoarelor public și privat din Republica Moldova. După cum a fost prevăzut în strategie, campaniile de sensibilizare vor informa sectorul privat despre beneficiile reformelor, determinându-l să sprijine reformele și să se implice în procesul de îmbunătățire a calității proiectelor de legi prin intermediul unui dialog sporit cu sectorul public. Dialogul public privat va fi îmbunătățit în continuare prin elaborarea portalurilor Guvern pentru Business (G2B) și Business pentru Guvern (B2G) și elaborării și implementării regulilor obligatorii de consultare și elaborare a unor ghiduri de consultare. De asemenea, este prevăzută elaborarea cursurilor de formare pentru actorii din sectoarele public și privat, inclusiv judecători, bazate pe principii de bună reglementare.

Cel de al doilea grup de activități îi are în vizor pe donatorii internaționali, organizațiile internaționale și investitorii potențiali, urmărind scopul de promovare a progresului obținut de Republica Moldova în îmbunătățirea climatului de afaceri, îmbunătățirea performanțelor Moldovei pe indicatorii internaționali cum ar fi *Doing Business* și atragerea asistenței tehnice suplimentare din partea donatorilor, în vederea îmbunătățirii în continuare a performanțelor Republicii Moldova.

Comunicarea strategică îndreptată spre sprijinirea SRR

După cum s-a menționat mai sus, planul comunicării strategice a fost unul din elementele care lipsea din eforturile reformei de reglementare precedente ale Guvernului Republicii Moldova. Acest document schițează programul de comunicare strategică care are drept scop sprijinirea procesului de punere în aplicare a SRR și a Foii de Parcurs și asigurarea reușitei și sustenabilității reformelor selectate în timpul implementării. Se propune de a oferi un cadru pentru toate tipurile de comunicare strategică care să sprijine SRR și Foaia de Parcurs și realizarea unei activități din cadrul celei de a treia componente (“Comunicare”) a strategiei: Activitatea 4, “Elaborarea programului de comunicare și promovare a reformei cadrului de reglementare a activității de întreprinzător”.

Este important de menționat faptul că această strategie de comunicare nu prezintă un plan pentru realizarea întregului volum de lucru preconizat în cadrul Componentei 3 (“Comunicare”) a SRR. Componenta 3 iese din limitele comunicării strategice și abordează o varietate de activități de informare, cum ar fi elaborarea programelor de instruire sau cursuri universitare sau coordonarea acestora cu donatorii și organizațiile internaționale, activități care depășesc competențele Serviciului de Presă al Ministerului Economiei sau oricărei alte agenții guvernamentale și ar putea fi implementate de alte departamente din cadrul ME sau din cadrul guvernului. În mod similar, acest plan de acțiune nu se limitează la sprijinirea doar a celor activități menționate în Componenta 3. Mai curând, acesta are o abordare holistică față de SRR și asupra modului în care comunicarea strategica poate fi folosită pentru a sprijini și încuraja aplicarea SRR.

La elaborarea acestei strategii, abordarea bidimensională față de comunicare (adică, pe plan național și internațional), prevăzută de SRR a fost revizuită și transformată în abordare tridimensională, care include comunicarea pe interior, în cadrul Guvernului RM și în cadrul autorităţilor, așa cum se arată în graficul 3. Această modificare recunoaște rolul important și central pe care funcționarii de stat – implementatorii din teren ai reformelor îl joacă în asigurarea succesului și sustenabilității acestora. Într-adevăr, deoarece comportamentul lor afectează direct modul în care reformele sunt implementate, ei sunt, probabil, auditoriul țintă cel mai important al acestei strategii.

**Graficul 3: Abordarea tridimensional față de comunicarea SRR**

Provocări și oportunități

În procesul de elaborare a acestei strategii de comunicare au fost identificate o serie de provocări și oportunități pentru comunicare. Fiecare din provocările descrise mai jos poate influența succesul sau nereușita acestei strategii și a fost luată în considerație la etapa de elaborare a planului de acțiuni.

*Extinderea implementării SRR dincolo de competențele ME.* SRR include reforme care implică peste zece autorităţi centrale și locale – Ministerul Economiei, Serviciul Fiscal de Stat, Serviciul Vamal al Republicii Moldova, Ministerul Construcției și Dezvoltării Regionale, Casa Națională de Asigurări Sociale (CNAS), Compania Națională de Asigurări în Medicină (CNAM), Camera de Licențiere și primăriile, numărându-se printre principalele autorităţi vizate. Cu toate acestea, Ministerul Economiei și-a asumat rolul de lider în procesul de elaborare și promovare a acestei strategii,. În mod similar, implementarea cu succes a acestui plan de comunicare va cere sprijin, participare și colaborare din partea unui număr impunător de instituții guvernamentale, printre care Cancelaria de Stat și Centrul de e-Guvernare, având aportul cel mai mare. Implementarea doar de către ME a acestei strategii nu va permite o abordare comprehensivă și integrată a comunicării. Din aceste considerente, va fi format un grup de lucru compus din comunicatori și ofițerii de presă din cadrul agențiilor relevante care va fi responsabil de asumarea rolului de implementator ai acestei strategii. Grupul de lucru va fi creat de Ministerul Economiei, cel din urmă fiind promotorul implementării SRR.

*Resurse.* Activitățile din cadrul componentei Comunicare, prezentate în SRR sunt ambițioase și vor solicita resurse umane și financiare semnificative, în cazul în care se dorește implementarea tuturor activităților prevăzute. Bugetele instituțiilor publice responsabile de implementarea SRR pentru 2014 nu au prevăzute linii bugetare pentru aceste inițiative și la moment, nu este clar dacă guvernul va oferi fonduri pentru a contribui la finanțarea implementării acestei strategii. Este posibil finanțarea liniilor bugetare aferente SRR ale agențiilor de stat. Până atunci, sprijinul donatorilor este unul foarte important. Mai mulți donatori au mărit sprijinul acordat comunicării în domeniul reformei activității de întreprinzător, printre acestea numărându-se Corporația Financiară Internațională (IFC) și programul UDAID BRITE, care urmează să sprijine procesul de implementare a SRR.

*Expunerea accesibilă a subiectelor complicate.* Reforma cadrului de reglementare este un subiect tehnic și complex, care poate fi dificil de transmis, în așa fel încât să fie înțeles de grupul țintă. Una din provocările SRR va fi înțelegerea, de către publicul țintă, inclusiv de către angajații instituțiilor implementatoare, mediul academic și de afaceri, mas media și publicul larg, a importanței unei anumite reforme, a impactului potențial al acesteia și a modului în care aceasta se încadrează în procesul general de reformă. În vederea depășirii acestei provocări, comunicarea SRR trebuie să folosească un limbaj simplu, ușor de înțeles care apelează la necesitățile și motivarea publicului țintă . Mai mult ca atât, informația va fi ușor de accesat. Prin intermediul grupului de lucru pe comunicare, implementatorii acestei strategii, trebuie să se asigure că noutățile anunțurile, etc. sunt publicate pe paginile web relevante și sunt aduse la cunoștința publicului țintă cheie. SRR recomandă dezvoltarea unor platforme web (inclusiv portalurile Guvern către Business, Business către Guvern și AIR), pe lângă platformele existente și deja utilizate (a se vedea informația din casetă). Totodată, este important de a evita elaborarea unor pagini web care să repete informația celor deja existente (de exemplu, portalul AIR nu trebuie să dubleze rolul și funcțiile portalului [www.particip.gov.md](http://www.particip.gov.md), iar orice pagină web G2B nu trebuie să concureze cu [www.servicii.gov.md](http://www.servicii.gov.md)). Din aceste considerente, obiectivele de comunicare ale acestor pagini web, precum și nevoile de informare ale publicului țintă trebuie să fie clar definite prin intermediul unor studii cantitative și/sau calitative desfășurate înaintea lansării unor astfel de pagini web.

**Portalul Guvernamental**

SRR prevede elaborarea unor noi trei platforme web pentru promovarea reformelor cadrului de reglementare, oferind feedback privind performanța guvernului și sporind participarea în procesul de luare de decizii a guvernului: protalul G2B, portalul B2G și portalul AIR. Aceste situri web vor fi elaborate pe lângă portalurile deja existente, cum ar fi:

* Servicii.gov.md
* Date.gov.md
* Particip.gov.md
* Stagii.gov.md
* Actelocale.md
* Raportare.md
* Servicii.fisc.md
* E-services.md
* Lex.justice.md

SRR va promova [www.gov.md](http://www.gov.md) ca fiind punct de intrare către toate portalurile guvernamentale, inclusiv cele elaborate prin intermediul SRR și cele deja existente.

*Reforma este dificilă.* Datorită faptului că multe reforme ale cadrului de reglementare vor afecta comportamentul zilnic al funcționarilor publici, SRR va aplica cele mai bune practici de management al schimbării pentru a ajuta funcționarii publicii să se adapteze la noile roluri, responsabilități și proceduri. Comunicarea pe interior și între autorităţi va reduce discrepanțele între elaborarea și punerea în aplicare a reformelor. În acest scop, strategia de comunicare se focusează asupra comunicării pe plan intern și asupra necesității creării unui flux informațional transparent, care să asigure claritate în activitățile care urmează a fi desfășurate de către funcționarii publici. Angajații instituțiilor vor fi informați despre anumite reforme prin intermediul cursurilor de formare și mesaje ale comunicării interne, despre beneficiile pe care le vor aduce reformele atât pentru funcţionarii de stat, cât şi pentru mediul de afaceri.

*Percepția negativă a instituțiilor de stat țintă din partea societății.* În opinia publică, reformele sunt absolut ineficiente, iar instituțiile de stat implementatoare a reformelor sunt corupte și nu sunt interesate de finalizarea cu succes a procesului de reforme. Schimbarea opiniei publice presupune eforturi continue și costisitoare de promovare prin campanii de sensibilizare a opiniei publice. De această dată, comunicarea trebuie să se bazeze pe fapte. Reforma cadrului de reglementare va informa despre beneficiile reformei aduse fiecărui cetățean, într-un limbaj clar și va raporta periodic despre istoriile de succes. Deoarece atitudinile și percepțiile sunt create doar pe bază de experiență personală, funcționarii publici, care interacționează cu grupurile țintă din exterior, vor juca un rol crucial în comunicarea reformelor. Calitatea mesajului trimis va depinde direct de serviciile de stat furnizate cetățenilor. În acest scop, funcționarii publici vor participa la sesiuni de formare pe comunicare și interacționare cu clienții.

*Capacități reduse de comunicare între instituțiile de stat.* În majoritatea cazurilor, comunicarea în cadrul instituțiilor guvernamentale se referă, în special, la fluxul extern de informații, și anume, relațiile cu presa. Deși relația cu mas media și informarea prin mas media este de o mare importanță, aceasta este doar o fațetă a unei abordări holistice față de comunicarea strategică. Implementatorii acestei strategii vor utiliza platforma grupului de lucru pe comunicare nu doar pentru a promova SRR, dar și pentru a consolida capacitățile de excedare a relațiilor cu mas media în implementarea campaniilor de comunicare strategice. Acest lucru va fi realizat prin aplicarea abordării de “învățare prin acțiune” față de elaborarea și implementarea strategiilor de comunicare și planurilor de acțiune care vin să sprijine eforturile fiecărei reforme.

**Principiile comunicării**

*Comunicarea beneficiilor.* Orice reformă este adresată oamenilor, este gândită, elaborată și implementată de către și pentru oameni. Comunicarea reformei cadrului de reglementare se va concentra asupra promptitudinii fiecărei reforme pentru cetățean/om de afaceri. Deși reformele vizează legi și regulamente, fiecare mesaj trimis va conține beneficii reale și specifice oferite pentru fiecare cetățean, și nu acțiuni ale instituțiilor de stat. În acest fel, accentul se va deplasa de la respectarea legilor la capacitatea instituțiilor publice să servească populației.

*Transparență.* Reforma cadrului de reglementare va asigura transparența prin comunicare și anume, va atrage atenția publicului asupra inițiativelor și analizelor, va implica mediul de afaceri în procesul de consultații și luare de decizii, și va raporta despre progresul obținut.

*Neutralitate politică și responsabilitate publică.* Comunicarea în sprijinul SRR se va baza pe faptul că guvernul și instituțiile guvernamentale lucrează pentru populație și nu pentru partidele politice. Implementatorii acestei strategii vor rămâne neutri, din punct de vedere politic, vor promova instituția și serviciile furnizate de aceasta și nu vor servi drept un mecanism de PR pentru anumiți politicieni.

**Obiectivele comunicării**

În timpul elaborării acestei strategii au fost identificate câteva obiective principale pentru activitățile de comunicare, care derivă din obiectivele generale ale strategiei de reformă a cadrului de reglementare. Obiectivele comunicării, enumerate mai jos, sunt generale și au drept scop promovarea consecvenței și unității activităților de comunicare; pe când obiectivele specifice vor fi elaborate pentru planurile de comunicare specifice pentru fiecare inițiativă de reformă:

1. a transmite progresul în realizarea obiectivelor la fiecare etapă a reformei
2. a ajuta funcționarii publici să înțeleagă motivele reformei, beneficiile pentru ei și pentru cetățenii moldoveni și să accepte, implementeze și promoveze reformele
3. a crește cererea pentru reforme și răspunderii guvernului RM
4. a unifica mesajele despre climatul de afaceri din RM care este comunicat pe plan extern
5. a promova dialogul public privat și a implica mediul de afaceri în analiza legilor și procesul de luare de decizii
6. a face procesul de reforme clar și ușor de înțeles pentru publicul țintă

La examinarea acestei liste cu obiective trebuie luate în considerare două aspecte importante. În primul rând, trebuie de menționat faptul că rezultatele preconizate nu vor fi atinse dacă comunicarea este considerată drept ceva secundar sau să fie limitată la dezvoltarea unor materiale promoționale, cum ar fi foi volante sau postere. De fapt, pentru a ieși dincolo de sensibilizare a opiniei, implementatorii strategiei trebuie să se focuseze asupra părților implicate care sunt indispensabile succesului reformelor, fie că este vorba de furnizori de servicii sau promotorii din sectorul privat. Pentru a realiza acest lucru, echipa comunicatorilor trebuie să fie integrată în activitățile tehnice la etapa de planificare. Astfel, echipa comunicatorilor are un rol dublu: în primul rând să contribuie la atingerea rezultatelor preconizate, și în al doilea rând să le disemineze.

Pe lângă aceasta, este important de conștientizat faptul că doar comunicarea nu este suficientă pentru atingerea acestor obiective - aceasta trebuie să coincidă cu reformele reale. Într-adevăr, comunicând, în lipsa unor realizări substanțiale, poate aduce daune prin cauzarea de frustrări părților implicate și prin reducerea credibilității pentru viitoarele eforturi de comunicare.

**Capitolul II: Abordarea comunicării reformei de reglementare**

Activităţile de comunicare în cadrul SRR sunt numeroase şi ample şi includ campanii de informare, evenimente publice, de sensibilizare prin surse media, de formare a funcţionarilor publici în ceea ce privește rolul lor în comunicarea reformelor, ş.a.m.d.. Odată cu avansarea procesului de implementare a reformelor, capacitățile consolidate de comunicare ale instituțiilor implementatoare le va permite asumarea unei mai mari responsabilități. De asemene, aceasta va intensifica și ușura atingerea rezultatelor scontate, inclusiv prin furnizarea unor servicii de o mai bună calitate, precum și prin îmbunătățirea perceperii instituțiilor guvernamentale. Cu toate acestea, implementarea de succes a acestui plan de comunicare va solicita o colaborare mai strânsă între toți partenerii de implementare, precum și o alocare rațională de resurse.

Următoarele paragrafe din acest capitol oferă fundamentul strategiei de comunicare, prin faptul că argumentează abordarea comunicării pentru fiecare obiectiv în parte, identifică publicul țintă și modul de abordare şi cooperare cu acesta, cât şi mijloacele utilizate pentru fiecare public ţintă în parte.

Analiza părţilor interesate

În vederea realizării obiectivelor de comunicare menționate mai sus, implementatorii acestei strategii urmează să colaboreze strâns cu părțile implicate – reprezentanți ai sectoarelor public, privat și societății civile. În procesul de elaborare a acestui plan a fost efectuată o analiză a părților interesate, având drept scop obținerea unei mai bune înțelegeri a principalilor actori și a rolului acestora în procesul de implementare a SRR.

În tabelul de mai jos sunt prezentate rezultatele analizei părţilor interesate în SRR, care are la bază evaluările cantitative și calitative, studiile și rapoartele relevante, precum și cunoștințele solide în domeniul asigurării condițiilor propice pentru mediului de afaceri în Republica Moldova. Principalele părți interesate în SRR au fost enumerate, fiindu-le atribuite un scor în dependență de importanța și interesul acestora în SRR.

Nivelul de interes în activitățile proiectului a fost stabilit după cum urmează:

1 = Opoziție puternică

2 = Opoziție moderata

3 = Nehotărât / Necunoscut

4 = Sprijin moderat

5 = Sprijin puternic

Gradul de importanță și influență asupra rezultatelor proiectului a fost stabilit după următoarea clasificare:

1 = Influenţă mică până la nici o influență

2 = O oarecare influență

3 = Influenţă neutră

4 = Influență moderată

5 = Influență semnificativă

Rezultatele acestei analize sunt prezentate în Tabelul urmator.

Analiza părților interesate

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| (-) Interesul pentru realizarea strategiei de reformă (+) | 2) Interes mare /Influență redusă  **Mediul de afaceri:** Companii mari, IMM, investitorii străini  **Asociaţiile de business sectoriale**  **Primăriile** | 3) Interes mare / Influenţă mare  Instituţiile implementatoare: Ministerul Economiei, Cancelaria de Stat, Centrul de Guvernare Electronică  Asociaţiile de business şi de profesionişti  Participantii platformelor de dialog public-privat (PPD): RIA, Grupul de Lucru pentru reglementarea activitatii de intreprizator, NBA, Consiliul Consultativ al Ministerului Economiei, Consiliul de Conrformare al Serviciului Fiscal si Consiliul Consultativ al Serviciuui Fiscal, Comitetul Consultativ pe lângă Serviciul Vamal  Donatorii: UE, Banca Mondială, PNUD, USAID, SIDA |
| 1) Interes scăzut /Influenţă redusă  MIEPO  Publicul larg,  Consiliul Naţional de Participare  Biroul Național de Statistică, Comisia Națională a Pieței Financiare,Camera Înregistrării de Stat, Camera de Licențiere, Banca Națională a RM  Parlamentul | 4) Interes scăzut / Influenţă mare  Instituţiile implementatoare: Serviciul Vamal, Serviciul Fiscal de Stat, Ministerul Finanţelor, Ministerul Construcțiilor și Dezvoltării Reg.ionale  Funcționarii de stat din toate autorităţile de implementare. |
| **(-) Influenţa asupra strategiei de reforma cadrului de reglementare (+)** | | |

În tabelul de mai sus, partenerii sunt clasificaţi în 4 categorii şi respectiv grupaţi în cele 4 cadrane conform ratingurilor oferite nivelului de interes şi gradului de influenţă. Categoria "interes scăzut" presupune faptul că partenerul nu este preocupat în activitatea sa zilnică de reformele de reglementare. Iar în categoria "importanță scăzută" sunt incluşi partenerii care nu au o influenţă majoră asupra succesului sau insuccesului implementării strategiei. Ca urmare a acestei clasificări, rezultă abordarea necesară fiecărei categorii.

*Grupul 1*: Interes scăzut /Influenţă redusă: De ținut în vizor

*Grupul 2*: Interes mare /Influență redusă: De informat

*Grupul 3*: Interes mare / Influenţă mare: Implicare continuă și menținerea unor relații bune de parteneriat

*Grupul 4*: Interes scăzut / Influenţă mare: Stimularea interesului și implicarea, din punct de vedere strategic

Deși această metodă de analiză a partenerilor este un instrument analitic relativ simplu, ea scoate la iveală ariile de activitate asupra cărora resursele de comunicare ar avea cel mai mare impact (în mod normal prin implicarea partenerilor din grupurile 3 si 4). Același exercițiu poate fi folosit pentru a obține o analiză mai detaliată pentru activitatea unui anumit partener, de regulă prin dezagregarea până la nivelul de departamente sau chiar persoane concrete. Clasificarea partenerilor este flexibilă, iar gradele de interes și influență se pot schimba pe parcursul implementării strategiei. Din acest motiv, grupul de lucru pe comunicare ar trebui să-și reevalueze partenerii pe baza acestor criterii cel puțin o dată pe an.

Analiza este recomandată pentru iniţiativele de reformă din cadrul componentelor 1 şi 2 ale SRR şi va fi efectuată de grupul de lucru pe comunicare pe parcursul implementării strategiei. Analiza va permite crearea de mini-strategii pentru fiecare reformă în parte prin identificarea instituțiilor-cheie, a birourilor, sau persoanelor care joacă un rol fundamental în realizarea acestor reforme.

Este de menţionat că pentru scrierea strategiilor de comunicare de orice amploare (pentru SRR ca un tot întreg sau pentru o inițiativă de reformă din cadrul strategiei) este important de urmat următorii paşii:

* Analiza situaţională
* Obiective de comunicare
* Analiza părţilor interesate
* Identificarea publicului ţintă (segmentat pe cât posibil)
* Mesaje cheie
* Instrumente şi canale de comunicare
* Monitorizare şi evaluare

Publicul ţintă

Analiza părţilor interesate oferă un mecanism de identificare a grupurilor prioritare pentru eforturilor de comunicare din cadrul SRR și indică mijloacele posibile pentru a ajunge la aceste grupuri. În continuare vor fi formate grupuri de beneficiari ai comunicării pe care îi vom descrie în ordinea priorităţilor, urmată de o descriere generală a metodei de transmitere a mesajelor pe parcursul implementării strategiei de comunicare.

*Sectorul privat -*

*Asociații de business din sectorul privat*. Ținând cont de faptul că SRR îşi propune reducerea costurilor şi a riscurilor afacerilor, sectorul privat este considerat a fi principalul beneficiar al acestor eforturi. În calitate de reprezentanți ai sectorului privat, asociațiile de business sunt un grup țintă important pentru activitățile de comunicare din cadrul SRR. Ei sunt un fel de punct de acces la membrii lor și pot contribui la explicarea modificărilor în legislație, regulamente sau procese sau să organizeze cursuri de formare și ateliere de lucru privind inițiativele de reformă. Mai mult ca atât, asociațiile joacă un rol important în formularea preocuprărilor sectorului privat și informarea guvernului, atât prin oferirea unor analize și cercetări, cu scopul de a informa factorii de decizie și de a reprezenta membrii săi în forumurile oficiale public private și prin consultații ad hoc.

Există câteva tipuri de asociații de business în Moldova, inclusiv asociații ramurale sau cele care reprezintă un anumit tip de activitate, cum ar fi producătorii de vinuri sau de mobilă; asociațiile de tip umbrelă, ale căror membri sunt alte asociații; asociații profesioniste și asociații ale căror membri sunt definiți de amplasarea geografică sau alte statute (cum ar fi Asociația Businessului European sau filialele Camerei de Comerţ şi Industrie). Calitatea de membru al unei asociații va determina când aceasta este un grup țintă potrivit pentru o anumită inițiativă de comunicare: de exemplu, atunci când o reformă este direcționată spre un sector anumit (cum ar fi cel al construcțiilor) sau are un impact asupra activității unui anumit grup de profesioniști (cum ar fi contabilii).

Implementatorii planului de activități în domeniul comunicării SRR vor ținti asociațiile din sectorul privat prin intermediul numeroaselor canale de comunicare, inclusiv prin portalurile web guvernamentale, dialogul public privat (prin intermediul unor forumuri deja create și prin intermediul meselor rotunde și atelierelor de lucru ad hoc), mesajelor directe din partea grupului de lucru pe comunicare care pot fi transmise membrilor lor.

*Agenți economici.* Deși asociațiile din sectorul privat pot avea mai multe roluri importante, membrii acestora constituie doar o parte mică din sectorul privat din Republica Moldova. Conform unui studiu recent[[4]](#footnote-4), doar 9 % din afacerile din sectorul privat sunt afiliați unei asociații. Prin urmare, bizuirea pe asociațiile din sectorul privat în calitate de canale de comunicare va exclude vasta majoritate a actorilor din sectorul privat. Din aceste considerente, comunicarea SRR va orienta comunicare pentru business prin canale corespunzătoare de comunicare, colaborând cu Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici şi Mijlocii (ODIMM) în vederea integrării mesajelor și noutăților importante în seminarele și programele lor regionale de instruire și pe paginile web guvernamentale. La fel ca și asociațiile din sectorul privat, actorii din sectorul privat vor fi dezagregați în categorii mai specifice, în dependență de necesitățile efortului de comunicare a unor anumite reforme.

*Funcționarii publici.* Funcționarii publici servesc drept punct de contact între Guvernul Republicii Moldova și cetățeni. Atunci când un funcționar public ajută persoanele fizice sau juridice să obțină un certificat, sa îşi onoreze o obligaţie faţă de stat, acesta, din toate punctele de vedere, se asociază cu guvernul RM sau una din autorităţile acestuia. Cunoștințele, aptitudinile și nivelul serviciilor funcționarului public ajută la conturarea percepției populației a instituțiilor guvernamentale și a serviciilor pe care acestea le prestează. Mai mult ca atât, funcționarii publici se află în prima linie a implementării reformei, deoarece ei, deseori, sunt cei care trebuie să adopte noi procese sau să le adapteze pe cele vechi. Acțiunile lor influențează direct succesul sau nereușita reformelor. Din aceste considerente, funcționarii publici sunt un grup țintă esențial pentru strategia SRR.

După cum s-a menționat mai sus, accentul pe comunicarea internă, atât în cadrul unei anumite instituții cât și între instituții interguvernamentale, este una din cele mai importante ”inovații” ale activităților de comunicare planificate în cadrul SRR. Aceasta se datorează faptului că schimbarea nivelului de cunoștințe, atitudinilor și comportamentului funcţionarilor publici va fi esențială pentru succesul noilor reforme, reducând decalajul de implementare între adoptarea reformelor și aplicarea lor în practică. Acesta este valabil atât pentru comunicarea SRR, în ansamblu, cât și pentru anumite inițiative de reformă. În vederea îmbunătățirii comunicării în cadrul și între instituțiile guvernamentale, echipa pe comunicare a SRR va folosi grupul de lucru în calitate de mecanism de coordonare pentru instensificarea fluxului de informații și va organiza instruiri pentru membrii grupului de lucru pe aspecte de comunicare internă pentru a spori volumul de informații care este distribuit funcționarilor publici prin alte metode decât ordinele interne. În vederea îmbunătățirii serviciilor furnizate, echipa comunicatorilor SRR va implementa un program de instruire în domeniul deservirii clienților împreună cu Academia de Administrare Publică, ca parte a eforturilor de orientare a funcționarilor publici spre furnizare de servicii, decât spre conformare și aplicare a legii. În cele din urmă, comunicarea pentru reformele specifice va ținti angajații din cadrul instituțiilor vizate pentru a se asigura că aceștia înțeleg contextul reformelor, modul de implementare și de comunicare a acestora.

*Instituții implementatoare.* Instituţiile implementatoare reprezintă unitatea de implementare a SRR. Strategia de comunicare va avea rolul de a promova rezultatele SRR, iar instituţiile de implementare reprezintă forța motrice a acesteia. Respectiv, după cum am argumentat şi la început, realizând doar acţiuni de promovare, sau „creând ambalajul”, fără a avea „produsul de vânzare” se va ajunge la frustrări din partea consumatorilor, risipirea resurselor, discreditarea imaginii instituţiilor implementatoare. În diagrama analizei părţilor interesate, unele instituţii, precum Ministerul Economiei, Cancelaria de Stat şi Centrul de Guvernare Electronică sunt în cadranul III, iar altele – precum Serviciul Vamal, Serviciul Fiscal şi Ministerul Construcţiilor – sunt în cadranul IV. Respectiv tactica de abordare în comunicarea cu instituţiile de implementare va fi prin fortificarea comunicării interne.

*Donatorii:* Organizațiile internaționale și donatorii străini au făcut investiții semnificative în vederea sprijinirii Moldovei în crearea unor condiții propice pentru mediul de afaceri. Se anticipează ca astfel de asistență va fi acordată și în viitor, inclusiv prin acordare de sprijin direct la implementarea SRR. Donatorii sunt interesați ca investițiile făcute să ducă la realizarea obiectivului propus. Grupul de lucru pe comunicare va include reprezentanți ai donatorilor interesați.

Mesaje cheie

Așa cum s-a menționat mai sus, comunicarea despre procesul complex al reformei cadrului de reglementare într-un limbaj simplu și ușor accesibil va fi un element important pentru succesul comunicării activităților aferente SRR. Pentru a sprijini acest efort, au fost elaborate principalele mesaje generale. Aceste mesaje sunt formulate în așa fel încât să poată fi aplicate SRR, în ansamblu și vor fi inserate în toate activitățile de comunicare; mesajele suplimentare vor fi elaborate și ajustate pentru reforme luate în parte sau eforturi de promovare a activităților.

Următoarele sunt mesajele cheie formulate pentru promovarea SRR:

* Strategia reformei cadrului de reglementare a activităţii de întreprinzător a Guvernului Republicii Moldova va promova reforme favorabile mediului de afaceri care vor duce la o mai mare prosperitate în Moldova
* Un mediu de afaceri bun exclude corupţia şi birocraţia
* Reformele inteligente îmbunătăţesc calitatea serviciilor furnizate de guvern
* Politici, reglementări și servicii guvernamentale clare și consecvente vor reduce costul și riscurile desfășurării afacerilor în Moldova
* Principala sarcină a funcționarilor publici este de a lucra în serviciul cetățenilor moldoveni și mediului de afaceri
* Promovarea reformelor de încurajare a afacerilor va contribui la crearea unor condiții de concurență echitabilă pentru toate afacerile.

Cu timpul, implementatorii SRR vor încerca să formuleze un slogan care să unifice toate activitățile de comunicare ale SRR. Un astfel de slogan, precum și mesajele cheie de mai sus, înainte de a fi utilizate, trebuie să fie testate pe grupurile țintă.

Canale şi Instrumente de Comunicare

La implementarea strategiei SRR va fi folosită o combinație dintre comunicarea interpersonală și comunicarea mediată. În continuare se face o prezentare generală a instrumentelor primare de comunicare și a modului în care acestea vor fi utilizate. În primul rând sunt descrise forumurile de comunicare interpersonală, acestea fiind urmate de comunicarea mediată.

Comunicarea interpersonală.

*Grup de lucru.* Comunicarea interpersonală, atât în cadrul agențiilor guvernamentale cât și cea interministerială este esențială pentru activitățile de comunicare aferente SRR. Pentru o implementare eficientă a planului de activități pentru comunicarea SRR, se va crea un grup de lucru, format din comunicatorii agențiilor guvernamentale. Membri ai grupului de lucru vor fi angajații din sectorul comunicării (nu neapărat doar ofițerii de presă, dar și cei activ implicați în activități de comunicare, inclusiv angajații din departamentele comunicare strategică, resurse umane sau altele, după caz).

Grupul de lucru pe comunicare din cadrul SRR va avea sarcina de a implementa atât strategia generală de comunicare a SRR cât și a elabora și implementa planuri de comunicare pentru inițiative specifice de reforme, parte a SRR. Grupul de lucru, de asemenea, va asigura coordonarea interministerială în domeniul comunicării, inclusiv consecvența mesajelor. De asemenea, în vederea asigurării clarității standardelor de comunicare, grupul de lucru va elabora standarde de lucru comune pe comunicare pentru a fi utilizate în comunicarea aferentă SRR. În cele din urmă, grupul de lucru va deveni un element-cheie pentru activitățile de consolidare a capacităților, inclusiv instruiri și abordarea “învățarea prin practicare”, având drept scop dezvoltarea și implementarea planului de comunicare. Ședințele vor avea drept scop ridicarea nivelului de cunoștințe ale membrilor în domeniul aspectelor tehnice ale reformei, astfel încât toți membrii să înțeleagă care este obiectivul final al SRR sau a unei reforme luate în parte și modul în care instituția pe care o reprezintă poate veni cu un aport la aceste eforturi. Sesiunile de informare de asemenea vor avea loc la sfârșitul activităților de comunicare, având drept scop acumularea experienței dobândite.

*Formarea profesională și seminare.*

Instruirea și motivarea grupurilor țintă să adopte noi reforme va fi un element esențial pentru succesul SRR. Grupul de lucru pe comunicare a SRR va aplica pe larg formarea profesională și seminarele care vor viza grupurile țintă, scopul fiind îmbunătățirea performanțelor atât a sectorului public cât și a celui privat. De exemplu, înainte de a lansa noi servicii sau procese, vor fi ținute programe de formare pentru funcționarii publici. Scopul acestor programe de formare este de a asigura înțelegerea și comunicarea eficientă de către funcționarii publici a reformelor promovate. Seminarele gratuite vor fi organizate pentru agenții economici pentru a li se explica beneficiile generate de noile reforme, precum și de exemplu, despre modul de utilizare a noilor servicii electronice. În campaniile de informare organizate pentru angajații guvernului și agenții economici, accentul se va pune pe diseminarea informației grupurilor aflate în afara Chișinăului. Când va fi posibili, angajații din oficiile teritoriale vor îndeplini funcția de formatori sau prezentatori, pentru a spori vizibilitatea și rolul lider a agențiilor de stat în comunitate. Mai mult ca atât, formarea și seminarele vor servi drept forumuri pentru acumularea de feedback de la ambele grupuri țintă ale SRR privind eficacitatea comunicării, nemijlocit reformele și noile servicii, etc.

*Mecanisme și platforme ale dialogului public-privat.* Mecanisme ale dialogului public-privat există practic în toate instituțiile implementatoare ale SRR. Mai mult ca atât, există mai multe forumuri ale DPP finanțate de către organizații nonguvernamentale, cum ar fi, de exemplu, Agenda Națională de Business (a se vedea textul din caseta de mai jos) . Aceste forumuri au un grad diferit de implicare, credibilitate și sprijin din partea comunității de afaceri din Republica Moldova. Comunitatea donatorilor, de asemenea, lucrează prin intermediul acestor forumuri, și se pare că multe din reformele incluse în SRR vor fi dezvoltate prin intermediul acestor forumuri. În acest context, ele reprezintă un canal de comunicare important și echipa comunicatorilor SRR va lucra prin intermediul acestor forumuri pentru a asigura că rezultatele lor sunt promovate spre grupurile țintă cheie. Pe lângă Ministerul Economiei funcționează mai multe organe consultative, cum ar fi, de ex., Consiliu Consultativ, din care fac parte asociații de business, comitete pe produs în cadrul negocierilor Acordului de creare a Zonei de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător, Grupul de lucru al Comisiei de stat pentru reglementarea activității de întreprinzător care se întrunește săptămânal. Pe lângă Ministerul Finanțelor funcționează un Consiliu Consultativ. Serviciul fiscal are un Consiliu de Conformare, iar Serviciul vamal – un Consiliu Consultativ. Pe lângă aceasta, SRR îndeamnă la dezvoltarea și promovarea regulilor obligatorii de consultanță pentru a face auzită vocea sectorului privat în procesul de luare de decizii. Echipa comunicatorilor SRR va promova aceste reguli obligatorii, acestea fiind prezentate participanților la şedinţele de DPP, conducerii din instituțiile guvernamentale și comunității de afaceri.

**Forumurile de dialog public privat din Republica Moldova**

**Serviciul Vamal**: Comitetul Consultativ Național și comitetele regionale

**Ministerul Finanțelor**: Consiliul Consultativ

**Serviciul Fiscal de Stat**: Consiliul Consultativ și Consiliul de Conformare Fiscală

**Ministerul Economiei**: Comitetul Consultativ, Grupul Național de Lucru pentru Reglementarea Activității de Întreprinzător, comitetele sectoriale în cadrul negocierilor Acordului de creare a Zonei de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător

**Neguvernamental**: Agenda Națională de Business, Consiliul Național al ONG, Consiliul Național pentru Participare

*Rețeaua instituțiilor de dezvoltare.* Rețeaua instituțiilor de dezvoltare din regiunile țării cuprinde Organizația pentru Dezvoltare Businessului Mic și Mijlociu (ODIMM) și filialele acesteia, Incubatoarele de afaceri înființate și gestionate de ODIMM, Agențiile de Dezvoltare Regională, MIEPO, Camera de Comerț și Industrie, etc. Intenția Ministerului Economiei este de a uni toate aceste instituții într-o platformă comună de dialog, care să permită coordonarea și planificarea activităților, dar și utilizarea lor pentru multiplicarea mesajelor transmise. Pentru că foarte puțini dintre agenții economici din Republica Moldova, (cca 9%), sunt membri ai unor asociații de business care să-i informeze privind subiectele specifice, inclusiv cu caracter de reglementare, vor fi utilizate capacitățile instituțiilor de dezvoltare pentru a fi organizate seminare cu agenții economici din teritoriu

*Forumuri de dialog internaţional.* În scopul comunicării cu publicul internațional, echipa SRR va lua legătură cu Economic Diplomatic Club, care a fost creat pentru facilitarea dialogului cu consilierii economici din cadrul ambasadelor și reprezentanțelor diplomatice acreditate la Chișinău. Acest club este prezidat de către ministrul economiei, iar MIEPO este secretarul organizației. De asemenea, pentru a promova reformele în exteriorul ţării, o legătură va fi asigurată şi cu Biroul Relaţiei cu Diaspora şi integrarea comunicării în evenimentele, mesajele trimise în afara Moldovei.

**Comunicarea mediată**

*Paginile web.* SRR prevede dezvoltarea a cel puțin trei portaluri noi– G2B, B2G și RIA, care vor fi folosite în calitate de mecanism de asigurare a transparenței instituțiilor implementatoare ale SRR, vor servi drept o platformă pentru consultații cu asociațiile de business a politicilor, precum și vor deveni un instrument de promovare a anumitor informații și cunoștințe în rândul antreprenorilor. Respectiv, SRR propune ca platforma G2B – cu recomandări pentru sectorul privat faţă de reglementarea activității de întreprinzător și cu resurse puse la dispoziția agenților economici să fie administrată de Ministerul Economiei şi Centrul de Guvernare Electronică ; platforma B2G, care va fi un mecanism de rating pentru agențiile guvernamentale şi feedback din partea sectorului privat pentru guvern – să fie administrată la fel de către Ministerul Economiei, Centrul de Guvernare Electronică și Cancelaria de Stat, şi; şi portalul RIA va promova Grupul de lucru pentru reglementarea activităţii de întreprinzător și posibilitățile de contribuire la elaborarea proiectelor de legi și va fi administrat de Ministerul Economiei. Cu toate acestea, dezvoltarea a trei portaluri noi este un obiectiv ambiţios şi ar putea prezenta o provocare pentru implementatorii acestei strategii. Este important de a nu dezvolta site-uri a căror funcții se suprapun sau care concurează cu portalurile guvernamentale deja existente. În plus, pentru a fi privită ca o sursă imparţială şi onestă de informaţii, portalul B2G ar trebui externalizat unui ONG sau think tank şi evitată realizarea şi administrarea lui de către Guvern. Similar este şi cazul portalului RIA – întrucât Grupul Naţional de Lucru pentru Reglementarea Activităţii de Întreprinzător este confundat cu funcţia Ministerului Economiei, orice site dezvoltat pentru acest Grup de Lucru ar trebui să fie administrat de secretariatul RIA şi nu de Ministerul Economiei.

*Reţelele intranet*. Pe lângă site-urile externe, multe instituții guvernamentale au și rețele de intranet. Grație faptului că prezenta strategie pune un accent sporit pe comunicarea cu funcționarii publici, vor fi utilizate intranetul sau alte instrumente interne de comunicare (cum ar fi baza de date de e-mailuri) pentru a ajunge la publicul țintă.

*Social Media*. Importanţa reţelei de socializare Facebook în Moldova nu trebuie desconsiderată—este una dintre sursele principale de socializare pentru tineri, dar şi pentru adulţi, care utilizează reţeaua şi în scop profesional. De fapt, multe companii din Moldova și-au creat pagini de Facebook renunţând la paginile web. Comunicatorii strategiei vor crea o pagină de Facebook care va promova iniţiativele de reformă într-un mod cât mai accesibil. Echipa va educa fani ai Facebook-ului, astfel obținând un auditoriu receptiv printre care să promoveze noi informații, istorii de succes, articole sau evenimente. Pe lângă aceasta, prin intermediul grupului de lucru, instituțiile implementatoare vor fi sprijinite în îmbunătățirea paginilor lor de Facebook, inclusiv cum să răspundă la comentarii și mesaje.

Comunicatorii SRR, de asemenea, vor folosi canalul YouTube pentru a difuza materiale video, cum ar fi sesiunile de formare, interviurile cu formatorii de opinie și experți sau oficialii guvernamentali, sau spoturi video elaborate pentru promovarea SRR.

În cele din urmă, echipa comunicatorilor SRR va adopta noi mijloace de comunicare socială (social media), cum ar fi Twitter, deoarece acestea ajung la un număr impunător de utilizatori din Moldova.

*Mas media.* Mas media rămâne a fi cea mai uzuală sursă de informare pentru publicul general, deși Internetul, o ajunge după popularitate, fiind sursa de informare pentru o bună parte de cetățeni, care sunt mai bine informați și activi, din punct de vedere economici. Deși mas media este un instrument important, una din provocările implementării acestei strategii va fi depășirea, de către instituțiile guvernamentale, a stereotipului că mass media este principalul mijloc de comunicare, precum și impregnarea ideii de folosire a comunicării strategice pentru a viza direct grupurile țintă bine definite. Cu toate acestea, mas media va fi utilizată pentru a menține problema reformei economice ca principal subiect al dezbaterilor, precum și pentru a promova anumite evenimente, cum ar fi lansarea ghișeului unic sau a unui nou serviciu public, etc., și pentru a exercita presiune asupra autorităților pentru a urma agenda reformei. La implementarea acestei strategii, vor fi utilizate următoarele tipuri de mas media.

* *Presa specializată* (cum ar fi publicații profesionale) vizează sectoare și/sau profesii specifice. Presa specializată nu numai că este importantă pentru a ajunge la publicul țintă; aceasta poate fi folosită pentru distribuirea unor informații mai tehnice, și poate fi utilizată în calitate de instrucțiuni de utilizare a anumitor servicii, etc. (a se vedea Anexa).
* *Internetul.* Internetul reprezintă sursa de informare principală a persoanelor cunoscătoare i iniţiate în domeniul reformelor şi în domeniul economiei. Pentru a creşte cantitatea informaţiilor calitative despre reforme, a discuţiilor, analizelor şi a transparenţei în acţiunile Guvernului, SRR propune un proiect special pe internet care să urmărească implementarea reformelor. Aici vor fi explicate fiecare reformă în parte şi se vor face analize, interviuri, reportaje pe marginea progresului înregistrat în implementarea reformelor specificate în SRR şi în Foaia de Parcurs.
* *Presa și mass-media locală*. Presa și mas media locală au o acoperire limitată, dar este populară printre localnicii unui anumit raion. Mai mult ca atât, deoarece circulația acestora este limitată, plasarea publicității în aceste mijloace media este relativ ieftină. Presa și posturile de televiziune locale sunt unite în două rețele care facilitează schimbul de subiecte între ele și mediază plasarea publicității în întreaga rețea. Este vorba despre Asociația presei independente care gestionează rețeaua de publicații locale și AICI TV care gestionează plasarea publicității la posturile locale de televiziune. Acest lucru permite rețelelor să facă schimb de știri între localități, precum și să faciliteze plasarea anunțurilor în întreaga rețea.

Pentru a spori interesul mas media în reforma cadrului de reglementare și a încerca să mărească gradul de acoperire a problematicii aferente SRR, se vor organiza o serie de ateliere de lucru de formare pentru jurnaliști. (A se vedea Anexa X, în care este prezentată lista publicațiilor cu caracter general și cele specializate, precum și auditoriul/circulația lor).

*Materiale video.* Dacă sunt de calitate, materiale video pot fi o modalitate eficientă de comunicare cu un grup țintă mare. Din aceste considerente, echipa comunicatorilor SRR vor folosi materiale video pentru a capta și distribui programe de formare, în special în afara orașului, și să creeze programe de genul “cum să..” care să însoțească evenimentele de lansare a noilor servicii electronice și care să poată fi folosite pentru completarea și în unele cazuri, pentru înlocuirea programelor de informare regionale. Materialele video vor fi plasate pe canalurile guvernamentale corespunzătoare de pe YouTube, precum și portalul G2B.

Tacticile comunicării

*Rețeaua instituțiilor de dezvoltare*

Rețeaua instituțiilor de dezvoltare din regiunile țării cuprinde Organizația pentru Dezvoltare Businessului Mic și Mijlociu (ODIMM) și filialele acesteia, Incubatoarele de afaceri înființate și gestionate de ODIMM, Agențiile de Dezvoltare Regională, MIEPO, Camera de Comerț și Industrie, etc. Intenția Ministerului Economiei este de a uni toate aceste instituții într-o platformă comună de dialog, care să permită coordonarea și planificarea activităților, dar și utilizarea lor pentru multiplicarea mesajelor transmise. Pentru că foarte puțini dintre agenții economici din Republica Moldova sunt membri ai unor asociații de business care să-i informeze privind subiectele specifice, inclusiv cu caracter de reglementare (cca 9%), vor fi utilizate capacitățile instituțiilor de dezvoltare pentru a fi organizate seminare cu agenții economici din teritoriu.

*Întrebările frecvente* sunt un instrument care dacă este dezvoltat, menținut şi promovat poate reduce mult din efortul echipei de comunicare de a clarifica nuanțele reformei prin email, telefon sau corespondenţă scrisă. Acest instrument trebuie să existe pe paginile web ale fiecărei instituţii implicate în SRR, iar fiecare reformă (pe lângă alte activități de promovare) să conțină o listă de întrebări cu răspunsuri clare, maxim detaliate despre fiecare aspect ce se răsfrânge asupra mediului privat.

*Istorii de succes*. Cel mai eficient mod de a prezenta impactul unei reforme este de a evidenţia factorul uman al acesteia. Reformele se referă în primul rând la oameni şi in să simplifice unele procese, să lichideze anumite obstacole, să susțină unele categorii de oameni. Toate acestea pentru a susţine activitatea de afaceri, iar istoriile umane sunt cele care sensibilizează cel mai mult Sub umbrela campaniei SRR vor fi create istorii de succes în diferite domenii şi în diferite formate (scris, audio, video).

*Elemente vizuale pentru editarea informației – informaţii grafice și materiale printate*

* Materiale printate – postere, broșuri, foi volante, FAQ, Cum să – vor fi utilizate pentru trimiterea informației explicative, proceduri, etc., publicului țintă. Acestea pot fi distribuite la sediul instituțiilor de dezvoltare, precum și din oficiile autorităților publice locale, în timpul ședințelor, seminarelor, altor evenimente, care implică participarea publicului țintă.

* informații grafice vor fi utilizate pentru a prezenta, într-o formă atractivă, informații statistice, în formă de grafice. Informațiile grafice vor fi utilizate atât pentru materiale printate cât și vor fi plasate pe site-uri și vor fi puse la dispoziția mas media pentru diseminare.

1. Strategic Communications for Business Environment Reform: A Guide to Stakeholder Engagement and Reform Promotion [Comunicarea strategică pentru Reforma Cadrului de Reglementare a Activității de Întreprinzător: Ghid privind angajarea părților implicate și promovarea reformei], IFC, octombrie 2007. [↑](#footnote-ref-1)
2. În ceea ce privește retrospectiva reformei cadrului de reglementare în Moldova, aceasta, în mare parte a fost preluată din “A Quest for Competitiveness: A Review of Moldova’s Regulatory Reform Experience,” scrisă de Development Alternatives Inc. și Business Research Company, publicată de Banca Mondială în octombrie 2012 [↑](#footnote-ref-2)
3. Magenta Consulting,. „Studiul cantitativ pentru Programul Comerț, Investiții și Reglementarea Activității de Întreprinzător”, martie 2013. [↑](#footnote-ref-3)
4. Magenta Consulting,. „Studiul cantitativ pentru Programul Comerț, Investiții și Reglementarea Activității de Întreprinzător”, martie 2013. [↑](#footnote-ref-4)