

**PROCURATURA
REPUBLICII MOLDOVA**



**STRATEGIA
de comunicare externă a sistemului Procuraturii
Republicii Moldova**

2020

SUMAR

CAPITOLUL I. CONSIDERENTE INTRODUCTIVE	4
Secțiunea 1. Metodologia.....	6
Secțiunea 2. Descrierea situației curente.....	7
Secțiunea 3. Dispoziții legale care fundamentează Strategia.....	9
Secțiunea 4. Misiunea, sarcinile și structura sistemului Procuraturii	14
Secțiunea 5. Provocări și riscuri de comunicare	15
Secțiunea 6. Priorități	16
Secțiunea 7. Rezultatele scontate	17
CAPITOLUL II. ABORDARE STRATEGICĂ.....	18
Secțiunea 1. Scop	19
Secțiunea 2. Funcții.....	19
Secțiunea 3. Misiune	20
Secțiunea 4. Viziune	20
Secțiunea 5. Analiza SWOT	20
Secțiunea 6. Obiective.....	22
CAPITOLUL III. PRINCIPII DE COMUNICARE	24
Secțiunea 1. Transparență	24
Secțiunea 2. Profesionalism	24
Secțiunea 3. Accesibilitate	25
Secțiunea 4. Corectitudine	25
Secțiunea 5. Credibilitate	25
Secțiunea 6. Claritate	26
Secțiunea 7. Imparțialitate.....	26
Secțiunea 8. Eficiență.....	26
Secțiunea 9. Promptitudine	26
Secțiunea 10. Previzibilitate.....	26
Secțiunea 11. Continuitate	26
Secțiunea 12. Accesul la informațiile de interes public și exercitarea libertății de exprimare	26
Secțiunea 13. Principiul încrederii reciproce	27

Secțiunea 14. Principiul respectului pentru demnitatea umană și drepturile fundamentale ...	27
Secțiunea 15. Principiul proporționalității	27
CAPITOLUL IV. MATRICEA DE COMUNICARE	29
Secțiunea 1. GRUPURI-ȚINTĂ	29
Secțiunea 2. Instrumente și canale de comunicare.....	32
Secțiunea 3. Metode de comunicare	40
Secțiunea 4. Reguli speciale de comunicare aplicabile în procesul penal	40
Secțiunea 5. Mesaje și arii tematice	42
CAPITOLUL V. ACTIVITĂȚI DE IMPLEMENTARE A OBIECTIVELOR STRATEGIEI	45
Secțiunea 1. Politica de imagine	45
Secțiunea 2. Activități de comunicare.....	46
Secțiunea 3. Etapele comunicării	48
Secțiunea 4. Tactici pentru comunicarea de criză.....	49
CAPITOLUL VI. MONITORIZARE ȘI EVALUARE	50
Secțiunea 1. Monitorizarea implementării Strategiei de comunicare	51
Secțiunea 2. Evaluarea activității de comunicare.....	52
Secțiunea 3. Auditul de imagine	54
CAPITOLUL VII. CONCLUZII	55
GLOSAR DE ACRONIME	57
Anexa nr. 1	
Anexa nr. 2	
Anexa nr. 3	

CAPITOLUL I. CONSIDERENTE INTRODUCTIVE

Un sistem al Procuraturii caracterizat de integritate, transparență și responsabilitate este una din condițiile prealabile pentru o bună funcționare a statului de drept.

Pentru a menține statul de drept, Procuratura în calitate de instituție publică autonomă în cadrul autorității judecătorești trebuie să depună toate eforturile pentru a asigura în activitatea sa menținerea unui sistem deschis și transparent. În mod cert, un sistem al Procuraturii deschis și transparent este o condiție prealabilă de promovare a încrederii publicului în actul de justiție, care reprezintă baza legitimității autorității judecătorești.

Astfel, în scopul promovării încrederii societății în Procuratură, potrivit Planului de Dezvoltare Strategică a Procuraturii pentru anii 2016-2020 (*în continuare PDS*), elaborat în perioada 2016-2017 de către Procuratura Generală și Consiliul Superior al Procurorilor, unul dintre obiectivele strategice ale acestui document de politici l-a constituit elaborarea Strategiei de comunicare a Procuraturii.

Prin urmare, potrivit Obiectivului G. din PDS intitulat: *„Promovarea încrederii societății în Procuratură prin consolidarea standardelor de etică, implementarea măsurilor interne eficiente pentru prevenirea și combaterea corupției și printr-o mai mare deschidere și transparență față de societate și mass-media”* a fost prevăzută necesitatea elaborării unei strategii de comunicare multi-media comprehensivă.

Scopul elaborării Strategiei de comunicare externă a sistemului Procuraturii (*în continuare Strategia*) este de a:

- îmbunătăți vizibilitatea Procuraturii;
- schimba atitudinea față de Procuratură prin asigurarea faptului că informația corectă cu privire la activitățile și realizările Procuraturii este diseminată, în mod constant, mass-mediei și publicului;
- crește nivelul de conștientizare a publicului despre activitatea Procuraturii;
- obține susținere din partea publicului, a factorilor de decizie și a societății civile pentru rolul Procuraturii în aplicarea efectivă a legii;
- elaborează și aplica o strategie de comunicare pentru *„gestionarea situațiilor de criză”*, care va ajuta Procuratura Generală în comunicarea cu publicul în privința unor situații controversate și complexe;

- dezvolta campanii de conștientizare de către public a eticii și conduitei profesionale a procurorilor, unele mecanisme eficiente pentru a implica în mod constant societatea civilă în monitorizarea modului în care Procuratura respectă standardele de etică și de luptă cu corupția, precum și măsuri efective care să permită identificarea comportamentului corupt și lipsit de etică.

Strategia este documentul de bază pentru planificarea strategică a activităților Procuraturii pentru anii 2020-2025, în domeniul comunicării externe.

Prezenta Strategie se bazează pe documentele, politicile și practicile de comunicare ale sistemului Procuraturii având scopul de a adopta standarde europene înalte de comunicare la toate nivelurile și pentru a-și coordona activitățile în vederea restabilirii încrederii publice, promovând statul de drept și sentimentul de dreptate al cetățenilor din Republica Moldova.

Procesul de restabilire a încrederii publicului se referă la schimbarea modelului de comunicare a sistemului Procuraturii.

Crearea unei strategii de comunicare oferă o platformă strategică unică și un mecanism de implementare a unei politici de comunicare eficiente care să asigure transparență maximă în activitatea sistemului Procuraturii, constituind începutul unui proces pe termen lung.

Prin urmare, Strategia include descrierea situației actuale; provocări și riscuri de comunicare; obiectivele prioritare ale Procuraturii; activități specifice care reflectă prioritățile pe termen mediu; principiile de comunicare; grupuri-țintă; instrumente și canale de comunicare; metode de comunicare; mesaje și arii tematice; activități de implementare a obiectivelor strategice; precum și procesul de monitorizare și evaluare a activității de comunicare etc.

Acest document de politici în domeniul comunicării al Procuraturii a fost elaborat în baza următoarelor documente de bază ce reglementează activitatea sistemului Procuraturii:

- Constituția Republicii Moldova (art. 124 și art.125: despre rolul Procuraturii și statutul Consiliului Superior al Procurorilor);

- Legea nr.3 din 25 februarie 2016 cu privire la Procuratură (structura sistemului Procuraturii, funcții, statutul procurorului etc.);

- Legea nr. 159 din 7 iulie 2016 cu privire la procuraturile specializate (particularitățile organizării și funcționării procuraturilor specializate);

- Codul de procedură penală al Republicii Moldova (reglementări privind competențele procesuale).

În contextul actual, Strategia răspunde necesităților sistemului Procuraturii Republicii Moldova și intervine cu reglementarea detaliată a aspectelor de

comunicare care trebuie să contribuie la dezvoltarea și consolidarea capacităților sistemului Procuraturii în interacțiunea sa cu actorii din autoritățile publice, societatea civilă, mediul academic etc., cu scopul de a induce încredere și claritate în percepția publicului larg.

Prezenta Strategie este un document intern, elaborat pentru o mai bună funcționare a comunicării în sistemul Procuraturii și nu va fi supus consultărilor publice pentru că nu se răsfrânge asupra părților terțe. Subdiviziunile responsabile de relația cu mass-media și/sau relații publice vor elabora, în baza acestei Strategii, planuri de acțiuni, pentru fiecare an în parte.

Secțiunea 1. Metodologia

Metodologia dezvoltării Strategiei se bazează pe:

- Definirea principiilor transparenței, responsabilității și deschiderii față de cetățeni și societatea civilă ca bază pentru eforturile de creștere a încrederii în sistemul Procuraturii;
- Preluarea și implementarea celor mai bune practici europene în domeniul comunicării;
- Conformarea realităților societății informaționale și a rolului noilor instituții mass-media și social media. Strategia se bazează pe o revizuire aprofundată a stării, practicilor, structurilor și resurselor pentru comunicarea sistemului Procuraturii. Au fost analizate problemele din comunicarea publică a Procuraturii, care conduc la o încredere publică diminuată critic, precum și politicile, strategiile și modelele de comunicare existente în țară. Analiza se bazează atât pe date sociologice, cât și pe un studiu calitativ al stării comunicării cu audiențe interne etc. O componentă importantă a metodologiei este studiul și respectarea celor mai bune practici europene în construirea comunicării sistemului Procuraturii. Strategia ține cont de rezultatul discuțiilor, observațiilor critice și al sugestiilor formulate pe parcursul elaborării de către reprezentanții structurilor responsabile din cadrul Procuraturii Generale.

Principalele metode utilizate pentru dezvoltarea prezentei Strategii includ:

- Analiza documentelor și practicilor, inclusiv a bunelor practici europene: acte normative, documente de politici și rapoarte de activitate a sistemului Procuraturii;

- Organizarea discuțiilor cu reprezentanții Procuraturii Generale care au atribuții relevante procesului comunicării.

Secțiunea 2. Descrierea situației curente

Strategia este documentul care trasează obiectivele, principiile, instrumentele, canalele și modul de comunicare și, de asemenea, indică grupurile-țintă și participanții la comunicare, responsabilii de implementarea prevederilor acestora, orientate spre crearea unei imagini credibile a sistemului Procuraturii. La fel, Strategia descrie cum trebuie atinse obiectivele de comunicare.

Scopul Strategiei este adaptarea comunicării sistemului Procuraturii la noile realități, care să încurajeze deschiderea și transparența prin folosirea tuturor instrumentelor și canalelor de comunicare, inclusiv noile tehnologii și comunicarea online.

Strategia urmărește să asigure o comunicare publică predictibilă, transparentă, accesibilă, coerentă și unitară a sistemului Procuraturii, care să facă posibil accesul publicului prin intermediul presei la informațiile de interes public.

Necesitatea Strategiei este determinată de deficitul de încredere a cetățenilor în instituțiile publice din Republica Moldova, în mod special, în instituțiile participante la înfăptuirea justiției¹ din Republica Moldova, între care și Procuratura Republicii Moldova (*figura 1*). Încrederea în instituția Procuraturii este puternic influențată de reacțiile mass-media și a publicului general, în deosebi, la cazurile de rezonanță gestionate de aceasta. Lipsa culturii juridice temeinice, necunoașterea specificului funcționării sistemului Procuraturii și suspiciunile privind pretinse ilegalități și nereguli, alimentate de varii dezbateri în spațiul public care nu tot timpul sunt profesionale, afectează sau chiar lipsesc de credibilitate sistemul Procuraturii, din această perspectivă, este necesară deschiderea și comunicarea eficientă cu publicul larg, explicarea de o manieră inteligibilă și accesibilă a esenței acțiunilor întreprinse și a deciziilor adoptate.

¹ Potrivit Barometrului Opiniei Publice (BOP), elaborat bianual de către Institutul de Politici Publice, încrederea în procuratură, de rând cu alte instituții din sectorul justiției, este deficitară. Analiza evoluției încrederii în Procuratură captată de BOP arată un trend fluctuant: în **aprilie 2017** (atunci când a fost inclusă întrebarea în sondaj pentru prima dată) **31% respondenți ai BOP aveau încredere în Procuratură**, dar în **noiembrie 2017** ponderea acestora practic se înjumătățește și ajunge la un grad de încredere de **doar 15%**. Datele ultimului BOP disponibil (**decembrie 2019**), arată că încrederea în Procuratură a crescut până la 26%, dar, oricum, nu a atins cota de încredere din aprilie 2017. <http://ipp.md/wp-content/uploads/2019/12/BOP-FINAL-decembrie-2019.pdf> (pag.78)

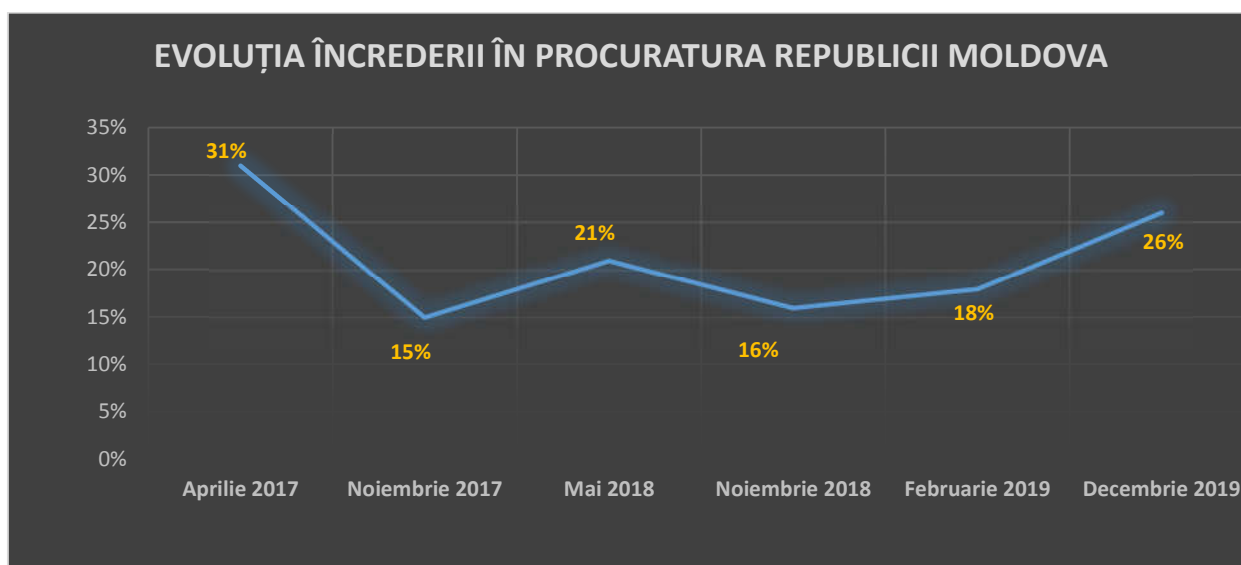


Figura 1

De asemenea, necesitatea Strategiei este dictată de importanța promovării reformelor desfășurate în sistemul Procuraturii, dar și adaptării la noile tendințe de comunicare apărute în prima jumătate a anului 2020, când urmare a efectelor pandemiei COVID-19, la nivel global, s-a produs o resetare a proceselor, canalelor și instrumentelor de comunicare. Totodată, în ultimii ani, dimensiunea mediatică din Republica Moldova a suportat schimbări radicale: a crescut numărul instituțiilor mass-media, a sporit popularitatea site-urilor informative, s-a majorat semnificativ fluxul informațiilor pe rețelele de socializare. Ca rezultat, această evoluție necesită remodelarea procedurilor și tacticilor de comunicare.

În același timp, sistemul Procuraturii Republicii Moldova - care ocupă o poziție constituțională distinctă și de valoare în sistemul autorității judecătorești și are un rol important în crearea și consolidarea statului de drept, asigurarea supremației legii, înfăptuirea justiției și protecția drepturilor și libertăților fundamentale ale omului - a trecut prin multiple modificări legislative și restructurări instituționale în cascadă. Ultima reformă a Procuraturii a fost inițiată în anul 2014, odată cu adoptarea Legii nr.122 din 3 iulie 2014 pentru aprobarea Concepției de reformă a Procuraturii, succedată de adoptarea noii Legi cu privire la Procuratură nr. 3 din 25 februarie 2016, Legea cu privire la procuraturile specializate nr. 159 din 7 iulie 2016 și amendamentele corespundente la Codul de procedură penală și legislația conexasă.

Secțiunea 3. Dispoziții legale care fundamentează Strategia

La elaborarea Strategiei s-a ținut cont de dispozițiile din legislația națională și instrumentele juridice internaționale care reglementează domenii precum:

- informațiile de interes public;
- protecția datelor cu caracter personal;
- dreptul la respectarea vieții private și de familie;
- dreptul la imagine;
- imparțialitatea actului de justiție;
- caracterul nepublic al urmăririi penale și prezumția de nevinovăție.

Sistemul Procuraturii la implementarea Strategiei urmează să se ghideze de **cadrul normativ național**, ce reglementează domeniul de informare a publicului:

- [Constituția Republicii Moldova](#), prevede la art. 34 că „*dreptul persoanei de a avea acces la orice informație de interes public nu poate fi îngrădit, iar autoritățile publice, potrivit competențelor ce le revin, sunt obligate să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra treburilor publice și asupra problemelor de interes personal*”;

- [Legea cu privire la Procuratură nr. 3/2016](#), garantează accesul societății și al mijloacelor de informare în masă la informațiile despre această instituție, cu excepțiile prevăzute de lege și cu asigurarea respectării regimului datelor cu caracter personal;

- [Legea cu privire la procuraturile specializate nr.159/2016](#), prevede la art.4 alin.(7) că pentru asigurarea comunicării interne și externe a procuraturii specializate, precum și pentru gestionarea eficientă a relațiilor sale cu publicul și cu reprezentanții mass-media, în cadrul procuraturii specializate funcționează o unitate de informare și comunicare cu mass-media. Totodată, este prevăzut că procuraturile specializate dețin și pagină web oficială;

- [Codul de procedură penală al Republicii Moldova](#), prevede la art.212 alin.(1) că materialele urmăririi penale nu pot fi date publicității decât cu autorizația persoanei care efectuează urmărirea penală și numai în măsura în care ea consideră că aceasta este posibil, cu respectarea prezumției de nevinovăție, și ca să nu fie afectate interesele altor persoane și ale desfășurării urmăririi penale în condițiile Legii nr.133 din 8 iulie 2011 privind protecția datelor cu caracter personal;

- [Legea privind accesul la informație nr.982/2000](#), oferă cetățeanului instrumentele juridice necesare pentru exercitarea dreptului de acces la informație;

- [Legea privind transparența în procesul decizional nr.239/2008](#), stabilește normele aplicabile pentru asigurarea transparenței în procesul decizional din cadrul autorităților publice și definește termenul de „transparență”. Potrivit art.15 *„Autoritățile publice vor asigura accesul la deciziile adoptate prin publicarea acestora în modul stabilit de lege, prin plasarea acestora pe pagina web oficială, prin afișare la sediul lor într-un spațiu accesibil publicului și/sau prin difuzare în mass-media centrală sau locală, după caz, precum și prin alte modalități stabilite de lege”*.

- [Legea privind libertatea de exprimare nr.64/2010](#) statuează la art. 6, libertatea publicului de a fi informat: *„orice persoană are libertatea de a primi informații de interes public prin intermediul mass-mediei. Apărarea onoarei, demnității sau reputației profesionale nu poate prevala asupra libertății publicului de a primi informații de interes public”*.

Prezenta Strategie urmărește, de asemenea, principiile care se desprind din **instrumentele juridice internaționale** în domeniile menționate, precum:

- [Art.6 paragraf 1 și 2, art.8 și art.10 din Convenția pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale](#). Art.10 din CEDO prevede: *„Orice persoană are dreptul la libertate de exprimare. Acest drept include libertatea de opinie și libertatea de a primi sau a comunica informații ori idei fără amestecul autorităților publice și fără a ține seama de frontiere...”*;

- [Avizul nr.7 al Consiliului Consultativ al Procurorilor Europeni](#) privind managementul resurselor de care dispun parchetele, adoptat la a 7-a ședință plenară (26-27 noiembrie 2012, Strasbourg).

Avizul în cauză sprijină nevoia parchetelor de a avea propriile site-uri web și de a dispune de spații adecvate unde să poată primi publicul, pentru menținerea nivelului necesar în ceea ce privește transparența și gradul de conștientizare din partea publicului, precum și de a sprijini și facilita accesul la justiție, fiind prevăzute următoarele recomandări: *„Pentru a explica utilizarea mijloacelor necesare activităților lor, parchetele trebuie să mențină un nivel adecvat al transparenței și al gradului de conștientizare din partea publicului în privința activității proprii, inclusiv prin intermediul propriilor site-uri web și publicarea rapoartelor anuale. Trebuie menținută, de asemenea, imaginea de imparțialitate”*.

- [Avizul nr.8 al Consiliului Consultativ al Procurorilor Europeni](#) cu privire la relația dintre procurori și mass-media din 09.10.2013, care urmărește să pună în aplicare recomandări pentru a facilita accesul mass-mediei la informațiile corespunzătoare și pentru a promova o comunicare adecvată între procurori și

mass-media într-o manieră compatibilă cu legislația lor națională și cu obligațiile internaționale ale statelor membre, după cum urmează:

„ i. *Statele membre sau serviciile de urmărire penală ar trebui să stabilească o **politică de comunicare** care să vizeze asigurarea accesului mass-mediei la informațiile adecvate necesare informării publicului cu privire la activitatea serviciilor de urmărire penală. **Instrucțiunile privind relațiile cu mass-media** ar putea fi, de asemenea, incluse în codurile etice ale procurorilor. Este de competența serviciului de urmărire penală din fiecare stat membru să analizeze în ce măsură și cum se comunică cel mai bine cu mass-media, pe baza situației, legislației și tradițiilor sale.*

ii. *Comunicațiile dintre procurori și mass-media ar trebui să **respecte următoarele principii**: libertatea de exprimare și presa, obligația de confidențialitate, dreptul la informație, principiul transparenței, dreptul la viața privată și demnitatea, precum și confidențialitatea investigațiilor, prezumția de nevinovăție, egalitatea armelor, dreptul la apărare și la un proces echitabil.*

iii. *Relațiile procurorilor cu toate mass-media ar trebui construite pe baza **respectului reciproc**, a încrederii, a responsabilității, a egalității de tratament și a respectării hotărârilor judecătorești.*

iv. *În relațiile cu presa, serviciile de urmărire penală ar trebui să ia în considerare adoptarea unei **abordări reactive**, care să răspundă solicitărilor mass-mediei și o **abordare pro activă**, luând o inițiativă de informare a mass-media cu privire la un eveniment judiciar.*

v. *Ar putea fi luată în considerare încredințarea relațiilor cu mass-media ale procurorilor purtătorilor de cuvânt sau procurorilor specializați în relații publice.*

vi. *Se recomandă ca **procurorii să urmărească**, dacă este posibil și / sau practic, să se asigure că persoanele afectate de deciziile lor în materie penală sunt informate cu privire la aceste decizii înainte de orice comunicare a acestei decizii către mass-media.*

vii. *În cazul în care procurorii au relații directe cu mass-media, pentru a asigura o informare adecvată, ar trebui să se prevadă **instruirea în domeniul comunicării**, după caz. Această formare poate fi în comună și/sau poate fi facilitată de către experți și jurnaliști.*

viii. *Comunicările emise de serviciul de urmărire penală în ansamblu pot **evita riscul** ca activitățile să fie prezentate în mod personalizat și pot reduce riscurile criticilor personale.*

ix. În plus, la mijloacele legale care sunt la dispoziția procurorilor, orice **reacție la informații incorecte** sau campanii de presă îndreptate împotriva procurorilor ar trebui, de preferință, să vină de la **conducătorul sau purtătorul de cuvânt al procuraturii** și, în majoritatea cazurilor, de la Procurorul General sau de la cea mai înaltă autoritate a instituției sau cea mai înaltă autoritate de stat.

x. Se recomandă **utilizarea noilor tehnologii informaționale**, inclusiv site-urile web ale serviciilor de urmărire penală și birouri, pentru a informa în timp util publicul cu privire la activitățile procurorilor.

xi. Procurorii pot, dacă este cazul, **să colaboreze** cu poliția și cu alte autorități relevante, să ia în considerare informațiile care trebuie comunicate mass-mediei și să le disemineze”.

- [Carta de la Roma \(Avizul nr. 9 \(2014\) al Consiliului Consultativ al Procurorilor Europeni](#), privind normele și principiile europene referitoare la procurori din 17 decembrie 2014, urmărește să pună în aplicare recomandări ce se referă la rolul transparenței în activitatea Procuraturii, principiile ce guvernează comunicarea dintre procurori și mass-media. În context, avizul conține următoarele standarde, după cum urmează:

„VII. Într-o democrație modernă, **transparența** în acțiunile procurorilor este esențială;

IX. Procurorii se bucură de dreptul la libera exprimare și de asociere. În comunicarea dintre procurori și mass-media ar trebui respectate următoarele **principii**: prezumția de nevinovăție, dreptul la viața privată și la demnitate, dreptul la informare și libertatea presei, dreptul la un proces echitabil, dreptul la apărare, principiul cu privire la integritatea, eficacitatea și confidențialitatea investigațiilor, precum și principiul transparenței.

De asemenea, în pct.5.5 din acest aviz sunt expuse standarde cu referire la relațiile dintre procurori și mass-media, precum și promovarea încrederii publice în Procuratură, după cum urmează:

„109. Procurorii sunt încurajați să informeze **periodic** publicul, prin intermediul mass-media, cu privire la activitățile lor și la rezultatele acestora. Acțiunile lor ar trebui să urmărească promovarea și menținerea **transparenței și încrederii** publice în Ministerul Public.

110. În comunicările lor, procurorii trebuie să demonstreze că sunt **imparțiali**, astfel încât să nu influențeze în vreun fel nepotrivit judecătorii sau să le aducă critici personale.

111. Atunci când un procuror este atacat în mod individual pe nedrept în mass-media, el are **dreptul de a cere** ca informațiile contestate să fie corectate sau să utilizeze alte modalități de remediere prevăzute de legislația națională. Cu toate acestea, în astfel de cazuri, sau atunci când au fost publicate informații false despre faptele sau persoanele implicate în dosarul pe care îl instrumentează, ar fi preferabil ca reacția să vină de la șeful parchetului sau de la purtătorul de cuvânt al parchetului, iar în cazuri severe, de la Procurorul General sau cea mai înaltă autoritate în urmărirea penală sau de la cea mai înaltă autoritate a Statului. Un astfel de răspuns oficial va limita necesitatea ca procurorul în cauză să își exercite dreptul la replică garantat fiecărei persoane, precum și riscul de „personalizare” excesivă a conflictului”.

- [Recomandarea \(2002\)2 a Comitetului Miniștrilor al Consiliului Europei](#) privind accesul la documente;
- [Recomandarea \(2003\)13 a Comitetului Miniștrilor al Consiliului Europei](#) privind furnizarea de informații prin intermediul mass-media cu privire la procesele penale;
- [Recomandarea \(2000\) 19 a Comitetului Miniștrilor al Consiliului Europei](#) către statele membre privind rolul urmăririi penale în sistemul de justiție penală.

La realizarea prezentei Strategii s-a ținut cont, de altfel, și de dispozițiile **actelor normative instituționale** precum:

- Regulamentul Procuraturii, cu modificările ulterioare, aprobat prin Ordinul Procurorului General nr.24/28 din 24.09.2016, publicat în Monitorul Oficial nr.369-378/1798 din 28.10.2016;
- Regulamentul Procuraturii de circumscripție, aprobat prin Ordinul Procurorului General nr.25/28 din 04.10.2016;
- Regulamentul Procuraturii Unității Teritoriale Autonome Găgăuzia (Găgăuz-Yeri), aprobat prin Ordinul Procurorului General nr.46/28 din 30.11.2016;
- Regulamentul Procuraturii municipiului Chișinău, aprobat prin Ordinul Procurorului General nr.74/26 din 31.07.2020;
- Regulamentul de activitate al Procuraturii pentru Combaterea Criminalității Organizate și Cauze Speciale, aprobat prin Ordinul Procurorului General nr.7/28 din 17.02.2017;
- Regulamentul de activitate al Procuraturii Anticorupție, aprobat prin Ordinul Procurorului General nr.8/28 din 17.02.2017;

- Regulamentul privind organizarea activității funcționarilor publici și a personalului tehnic în cadrul Procuraturii;
- Regulamentul cu privire la ocuparea funcției publice în Procuratură;
- Regulamentul privind pagina oficială a Procuraturii Republicii Moldova www.procuratura.md.

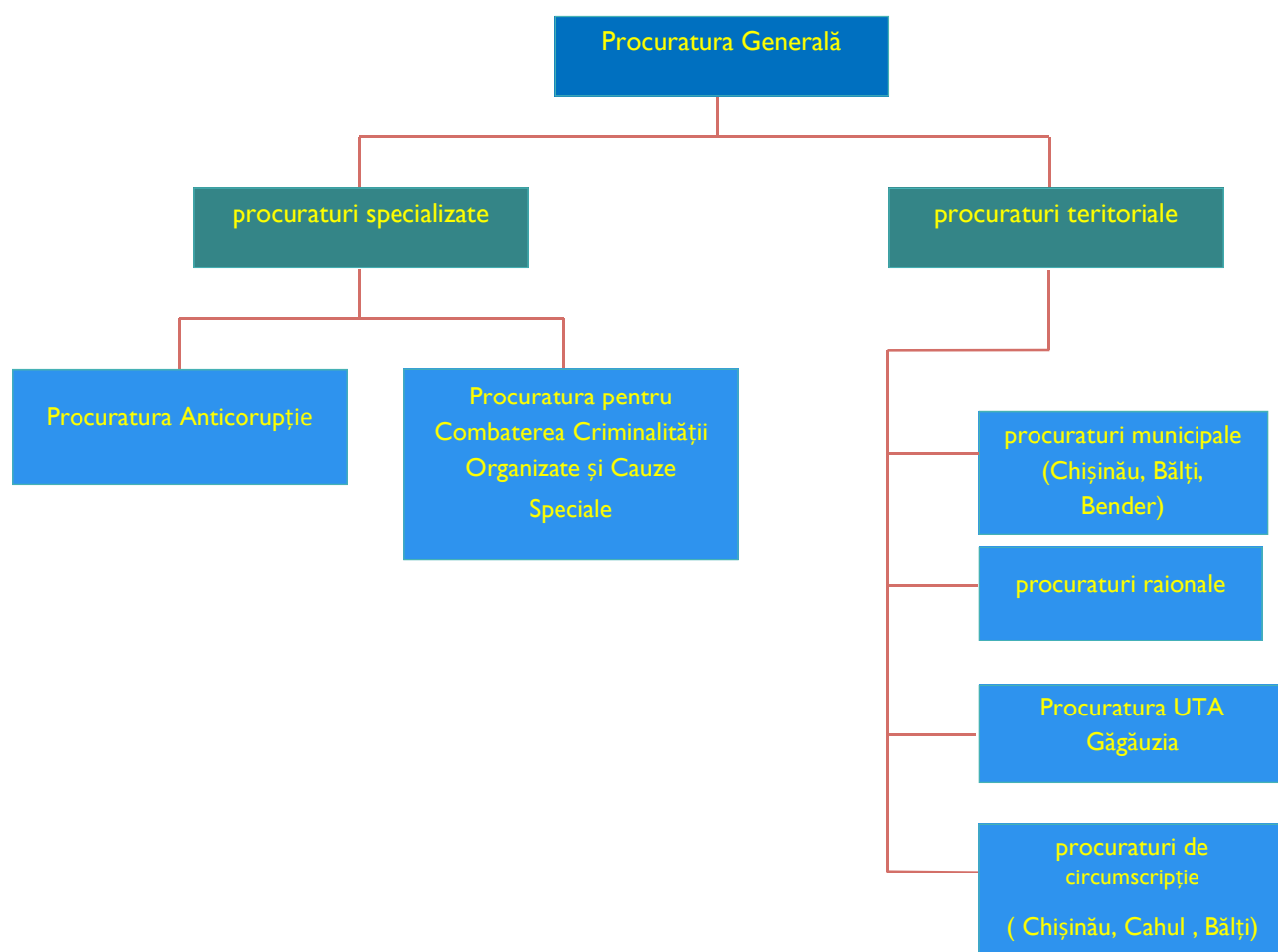
Secțiunea 4. Misiunea, sarcinile și structura sistemului Procuraturii

Procuratura este o instituție publică autonomă în cadrul autorității judecătorești care, în procedurile penale și în alte proceduri prevăzute de lege, contribuie la respectarea ordinii de drept, efectuarea justiției, apărarea drepturilor și intereselor legitime ale persoanei și ale societății.

Procuratura este un sistem unic, care include: a) Procuratura Generală; b) Procuraturile specializate; c) Procuraturile teritoriale.

Procuratura Generală (PG) este condusă de Procurorul General, care conduce, controlează, organizează și coordonează activitatea procuraturilor specializate și procuraturilor teritoriale.

Structura sistemului Procuraturii Republicii Moldova



Secțiunea 5. Provocări și riscuri de comunicare

Analiza SWOT a Procuraturii Generale, ca parte a PDS a reliefat că unul dintre punctele slabe este „*percepția eronată a rolului Procuraturii de către societate în raport cu alte instituții ale statului de asigurare a ordinii publice, apărare a drepturilor și libertăților cetățenilor, dar și de reprezentare a intereselor statului și combatere a corupției*”.

O provocare centrală în comunicarea externă a sistemului Procuraturii o constituie necesitatea respectării unui echilibru între interesul public, dreptul la informare, pe de o parte și pe de altă parte, respectarea principiilor fundamentale ale unui proces echitabil: prezumția de nevinovăție, dreptul la viața privată și la demnitate, dreptul la apărare, principiul cu privire la integritatea, eficacitatea și confidențialitatea datelor urmăririi penale.

Se constată că procuraturile specializate nu dispun de un cadru normativ privind modul de organizare a activității de informare publică și nu au pagini web oficiale. De asemenea, cadrul normativ al procuraturilor teritoriale nu conține reglementări privind asigurarea transparenței. Se mai constată lipsa de conlucrare dintre Serviciul relații cu publicul al procuraturilor specializate cu Secția relații publice din cadrul Aparatului Procuraturii Generale, precum și modalitatea interacțiunii acestora.

În plus, se constată disfuncționalități grave în activitatea Secției relații publice din cadrul Aparatului Procuraturii Generale (subdiviziunea nu are manager, iar coordonarea activității în domeniul comunicării cu mass-media este efectuată de un procuror din altă subdiviziune). O asemenea situație generează lipsa unei evaluări reale a performanțelor personalului din Secției relații publice din cadrul Aparatului Procuraturii Generale.

Totodată, noile tendințe de comunicare reliefează rolul tot mai important al specialiștilor în comunicare în instituțiile publice. În acest sens, se impune o atenție sporită din partea managerilor de top ai sistemului Procuraturii în dezvoltarea/modernizarea subdiviziunii responsabile de relația cu mass-media

și/sau relația cu publicul și extinderea personalului responsabil de comunicare. Ordinul Procurorului General nr. 681-p din 15.06.2017 cu privire la structura internă, reședințele și statul de personal al Procuraturii indică un număr de 3 angajați în cadrul Secției relații publice din cadrul Aparatului Procuraturii: 1 șef și 2 specialiști principali.

Procuratura Generală ar urma să revadă posibilitățile de instituire a încă cel puțin trei unități de personal pentru a îmbunătăți vizibilitatea instituției în vederea consolidării încrederii cetățenilor în sistemul Procuraturii: promovarea imaginii instituției și a sistemului Procuraturii, per ansamblu, prin comunicarea multimedia/digitală și organizarea evenimentelor de tip online, inclusiv transmiterea mesajelor pe rețelele de socializare și educarea juridică a societății. Recomandarea privind consolidarea și modernizarea echipei de comunicare se referă și la procuraturile specializate și cele teritoriale, ținându-se cont și de prevederile Codului administrativ art. 66, alin. (1) că „*Autoritățile publice sunt obligate să instituie o subdiviziune sau să desemneze o persoană responsabilă de relațiile cu publicul care informează direct publicul și mass-media...*”, dar în mod special de necesitatea instituțională de a asigura continuitatea activității. În acest sens, se constată a fi insuficientă o unitate de informare și comunicare cu mass-media, precum prevede [Legea cu privire la procuraturile specializate](#), art.4 alin.(7), fiind iminentă aici instituirea a cel puțin două unități, cu scopul de a asigura continuitatea activităților de comunicare.

Secțiunea 6. Priorități

Stabilirea priorităților pentru prezenta Strategie este conectată cu obiectivele PDS a Procuraturii pentru anii 2016-2020, care a reținut necesitatea de elaborare a unei strategii de comunicare multimedia comprehensivă, *cu scopul* de a:

- îmbunătăți vizibilitatea Procuraturii;
- schimba atitudinea față de Procuratură prin asigurarea faptului că informația corectă cu privire la activitățile și realizările Procuraturii este diseminată, în mod constant, mass-mediei și publicului;
- crește nivelul de conștientizare a publicului despre activitatea Procuraturii;
- obține susținere din partea publicului, a factorilor de decizie și a societății civile pentru rolul Procuraturii în aplicarea efectivă a legii;

- elaborează și aplică o strategie de comunicare pentru „*gestionarea situațiilor de criză*”, care va ajuta Procuratura Generală în comunicarea cu publicul în privința unor situații controversate și complexe.

De asemenea, a fost considerată necesară *dezvoltarea*:

- campaniilor de conștientizare de către public a eticii și conduitei profesionale a procurorilor;
- mecanismelor eficiente pentru a implica în mod constant societatea civilă în monitorizarea modului în care sistemul Procuraturii respectă standardele de etică și de prevenire a corupției;
- măsurilor efective care să permită identificarea comportamentului corupt și lipsit de etică.

La fel, se vor întreprinde măsuri sporite pentru a institui un management eficient al Secției relații publice din cadrul Aparatului Procuraturii Generale și a aborda problemele din domeniul relațiilor publice ale Procuraturii în viitoarele documente de politici de dezvoltare strategică a instituției. Angajații subdiviziunilor responsabile de relațiile cu mass-media și/sau relații publice vor beneficia de instruire continuă, la fel, procurorii vor fi instruiți periodic cum să dezvolte o comunicare eficientă cu mass-media. În acest sens, sistemul Procuraturii va utiliza o abordare media reactivă, pro-activă și de prevenire, va evita discriminarea sau relațiile privilegiate cu instituții mass-media și va dezvolta o cultură a respectului reciproc în relația cu publicul.

Astfel, în comunicarea externă, procurorii vor respecta întotdeauna: dreptul la informare, libertate de exprimare, dreptul la un proces echitabil, prezumția de nevinovăție, drepturile apărării, drepturi de confidențialitate și demnitate, protecția persoanelor vulnerabile (minori, victime etc.), protecția și integritatea investigațiilor, securitatea persoanelor, principiul proporționalității, confidențialitatea și secretul investigațiilor.

Secțiunea 7. Rezultatele scontate

Prezenta Strategie își propune să obțină următoarele *rezultate principale*:

- dezvoltarea unui sistem complet și comprehensiv de comunicare între sistemul Procuraturii prin utilizarea tehnologiilor informaționale, care să permită funcționarea unui sistem de înregistrare unificat pentru acesta, instituirea unor mecanisme de coordonare eficiente pentru comunicarea cu audiența externă,

ținând cont de raza (circumscripția) de activitate, activitățile și rolul fiecărei instituții a sistemului Procuraturii;

- consolidarea mecanismelor de cooperare cu autoritățile legislativă și executivă în conformitate cu principiul independenței sistemului Procuraturii și depășirea posibilităților și preocupărilor de ingerință politică în activitatea sistemului Procuraturii; crearea și menținerea unor mecanisme eficiente de implicare a sistemului Procuraturii în procesul de elaborare a politicilor în domeniul justiției, cu accent special pe domeniul politicii penale a statului;

- îmbunătățirea calității instrumentelor de comunicare, inclusiv a modalităților de prezentare în mass-media a activităților sistemului Procuraturii, pentru a crește încrederea publicului; crearea capacităților tehnologice și a programului pentru producția proprie și distribuția conținutului multimedia prin intermediul noilor instrumente de comunicare, astfel încât să fie dezvoltată o alternativă pentru actualul model de comunicare a Procuraturii cu mass-media;

- crearea de canale de comunicare interactive și eficiente cu reprezentanții comunităților profesionale, inclusiv organizațiile juridice și profesionale specializate (avocați, experți judiciari) care implică schimburi bilaterale și implicare activă atât în discuții, cât și în adoptarea și formularea de politici în domeniul politicii penale a statului;

- elaborarea mecanismelor de interacțiune cu societatea civilă și mediul academic și oferirea accesului și informațiilor necesare pentru a spori încrederea;

- îmbunătățirea, în raport cu cetățenii și publicul larg, a responsabilității și transparenței pentru a crește încrederea și simțul justiției în rândul cetățenilor, precum și înțelegerea rolului Procuraturii ca garant și apărător al drepturilor, libertăților și intereselor legitime ale persoanei.

CAPITOLUL II. ABORDARE STRATEGICĂ

Procuratura tinde să prevină perceperea eronată a mesajelor sale de către public, difuzând mesaje și informații și desfășurând campanii de comunicare (*informare, sensibilizare, schimbare de comportament, schimbare de atitudine*) ca suport de răspuns la așteptările societății privind înfăptuirea justiției, apărarea drepturilor, libertăților și intereselor legitime ale persoanei, societății și statului prin intermediul procedurilor penale și ale altor proceduri prevăzute de lege.

Persoana care comunică în numele Procuraturii își asumă rolul de a apropia instituția de scopul, misiunea, viziunea și obiectivele strategice ale comunicării.

Secțiunea 1. Scop

Scopul Strategiei este desfășurarea unei comunicări eficiente, transparente și explicite, care contribuie esențial la crearea sentimentului de încredere a publicului în sistemul Procuraturii, exprimând misiunea și valorile instituției într-o manieră accesibilă publicului, prin folosirea tuturor instrumentelor și canalelor de comunicare, în concordanță cu obiectivele de dezvoltare strategică a Procuraturii, documentele de politici naționale în curs de implementare, precum și provocările generate de dinamica evenimentelor în diverse domenii.

Strategia are drept scop să instituie o comunicare:	
Deschisă	Procuratura creează o cultură de comunicare accesibilă.
Consecventă	Procuratura transmite în mod stabil mesaje către public și pune respectarea drepturilor omului în centrul comunicării.
Pro-activă	Procuratura se implică pro-activ în comunicarea activității, priorităților și obiectivelor sale, ascultând păreri și idei externe și răspunzând nevoilor grupurilor-țintă într-o manieră pozitivă.
Responsabilă	Procuratura își construiește o voce puternică și o identitate credibilă.
Imparțială	Procuratura tratează echidistant reprezentanții mass-media și alți lideri de opinie și răspunde prompt și în mod imparțial la toate solicitările de informație cu asigurarea respectării regimului datelor cu caracter personal.

În acest context, Strategia urmărește să asigure o transparență deplină în activitatea sistemului Procuraturii, să sporească nivelul de încredere a cetățenilor în sistemul Procuraturii, să amelioreze calitatea discursului procurorilor în spațiul public și să consolideze reputația procurorului în baza principiilor legalității, imparțialității, rezonabilității, integrității și independenței procesuale.

Scopul final al Strategiei este de a îmbunătăți, dezvolta și uniformiza mesajele și canalele de comunicare a sistemului Procuraturii către public, în contextul respectării ordinii de drept, efectuării justiției, apărării drepturilor și intereselor legitime ale persoanei și societății.

Secțiunea 2. Funcții

Prezenta Strategia are funcția de a **informa**, distribuind mesaje/informații către public prin canalele și instrumentele descrise în continuare în acest

S	W	O	T
---	---	---	---

document. De asemenea, Strategia urmărește să desfășoare o comunicare **explicativă** – de a detalia informația astfel încât aceasta să fie clară pentru publicul larg. O altă funcție este de a **educa**, prin organizarea de evenimente pentru elevi și studenți, întâlniri cu publicul, ateliere de lucru, inclusiv în format online, cu scopul de a îmbunătăți vizibilitatea sistemului Procuraturii și a consolida încrederea publicului.

Secțiunea 3. Misiune

Misiunea Strategiei constă în realizarea viziunii prin perfecționarea cadrului general de comunicare al sistemului Procuraturii, care să asigure consecvență, transparență și eficiență în comunicarea externă.

Secțiunea 4. Viziune

Comunicarea este parte integrantă în procesul decizional strategic al sistemului Procuraturii, care valorifică și diversifică instrumentele și canalele de comunicare pentru realizarea **viziunii**:

*„Cetățenii au încredere în sistemul Procuraturii și angajații acestuia
și sunt convinși că dacă vor ajunge într-un proces penal
vor fi tratați cu respect și profesionalism.”*

Secțiunea 5. Analiza SWOT

Analiza SWOT(*Strengths/Weaknesses/Opportunities/Threats*) este realizată pentru a identifica avantajele, dezavantajele, oportunitățile și amenințările care vizează funcționalitatea sistemului Procuraturii din punctul de vedere al comunicării externe.

Această sintetizare are menirea de a minimaliza impactul dezavantajelor și amenințărilor, optând pe utilizarea la maximum a oportunităților identificate.

PUNCTE FORTE	PUNCTE SLABE	OPORTUNITĂȚI	RISURI/AMENINȚĂRI
Unicitate – Procuratura este o instituție distinctă în sistemul justiției din Republica Moldova. Transparență - publicarea curentă și continuă a informațiilor aferente activității sistemului Procuraturii. Promptitudine - reacții prompte în cazul dezbaterilor generate de opinia publică. Personal calificat – cei mai buni specialiști în domeniul justiției, angajați ai sistemului Procuraturii, pot crea o imagine pozitivă. Deschiderea către public – managementul de top al sistemului Procuraturii sprijină consolidarea capacităților de comunicare externă a Procuraturii.	Insuficiența personalului calificat și lipsa managementului în comunicare. Necorespunderea paginii web a Procuraturii Generale noilor tendințe de comunicare. Lipsa manualului de identitate vizuală (Brand book). Lipsa cadrului normativ al procuraturilor specializate privind modul de organizare a activității de informare publică. Lipsa paginilor web ale procuraturilor specializate. Lipsa reglementărilor privind asigurarea transparenței în procuraturile teritoriale. Interpretarea eronată și distorsionată a mesajelor și declarațiilor reprezentanților sistemului Procuraturii. Lipsa procedurilor de sincronizare a mesajelor din cauza lipsei de conlucrare dintre Serviciul relații cu publicul/mass-media a procuraturilor specializate cu Secția relații publice a Aparatului Procuraturii Generale. Lipsa comunicării de campanie (caracterul fragmentar) și lipsa de focusare (caracterul general). Restrângeri bugetare. Limitele legale în ceea ce privește accesul la informațiile privind activitatea de urmărire penală a sistemului Procuraturii.	Interesul instituțiilor mass-media pentru activitatea sistemului Procuraturii. Posibilitatea atragerii asistenței externe (consultanță) pentru îndeplinirea eficientă a atribuțiilor de comunicare (aportul/suportul parteneriatelor de dezvoltare). Implementarea soluțiilor informatice integrate ce poate contribui la crearea unei baze unice pentru solicitările de informație și sistematizarea mesajelor instituției. Experiență internațională – datorită caracterului unicitar, Procuratura stabilește parteneriate cu instituțiile similare din alte state, unde comunicatorii pot beneficia de instruire/perfecționare.	Atacuri media. Factorul politic. Perceperea unor instituții ale statului ca fiind subordonare politic. Atacuri informatice. Scurgeri de informații având în vedere fluxul documentelor stabilit între sistemul Procuraturii și instituțiile/autoritățile publice cărora li se solicită/transmit informații. Normele etice sunt greu compatibile cu unele dintre cerințele comunicărilor media moderne. Percepțiile eronate ale publicului privind activitatea sistemului Procuraturii. Gradul scăzut de încredere a cetățenilor în sistemul de justiție din Republica Moldova. Necesitatea sporită de a comunica pentru a asigura încrederea publicului în sistemul Procuraturii poate pune în pericol alte principii procedurale și etice care decurg din dreptul la un proces echitabil. Înrăutățirea reputației profesionale din cauza deficiențelor la interpretarea legislației în vigoare, aplicarea eronată și neuniformă de către organele de urmărire penală și procurori a prevederilor legale.

Secțiunea 6. Obiective

Strategia de comunicare susține sistemul Procuraturii în dezvoltarea sa strategică de a-și consolida poziția de instituție independentă și transparentă în cadrul autorității judecătorești prin obținerea unei transparențe depline, apropierea de cetățeni și consolidarea încrederii publicului în sistemul Procuraturii și acțiuni continue pentru îmbunătățirea calității prezentării publice și a reputației procurorilor.

În acest context, Strategia stabilește următoarele **obiective generale**:

- Sporirea gradului de încredere în sistemul Procuraturii prin asigurarea transparenței.
- Consolidarea capacității de comunicare digitală și îmbunătățirea vizibilității sistemului Procuraturii.
- Crearea unui spațiu informațional permanent pentru educația juridică a societății cu scopul de a îmbunătăți imaginea sistemului Procuraturii și reputația procurorilor.

și **obiective specifice**:

- Creșterea transparenței și credibilității activității Procuraturii și procurorilor.
- Asigurarea unui proces eficient de colaborare a sistemului Procuraturii cu organizațiile și reprezentanții societății civile și mass-media.
- Îmbunătățirea calității comunicării sistemului Procuraturii prin crearea/consolidarea funcțiilor de comunicatori în cadrul procuraturilor, inclusiv ale procuraturilor specializate și crearea platformei comunicării intra-instituționale a sistemului Procuraturii (Procuratura Generală, procuraturile specializate și procuraturile teritoriale);
- Informarea promptă și pro-activă a publicului larg privind dosarele de rezonanță aflate în gestiunea sistemului Procuraturii, în special, a procuraturilor specializate (PCCOCS și PA), cu respectarea rigorilor prezumției nevinovăției și secretului urmăririi penale.
- Dezvoltarea unui cadru de comunicare eficientă a sistemului Procuraturii cu autoritățile publice, organele administrației publice și organele de drept.

- Asigurarea unui proces eficient de colaborare a sistemului Procuraturii cu organizațiile și reprezentanții societății civile și mass-media.
- Diversificarea și modernizarea canalelor și instrumentelor de comunicare.
- Crearea unei identități vizuale unitare și distincte a sistemului Procuraturii.
- Promovarea acțiunilor sistemului Procuraturii pentru a crește nivelul de educație juridică a societății.
- Menținerea fluxului de informații pentru a dezvolta o perspectivă unitară a acțiunilor de promovare a drepturilor omului.
- Furnizarea informațiilor calitative și accesibile privind politica penală a statului.

Pentru realizarea acestor obiective orientate spre asigurarea transparenței depline în funcționarea sistemului Procuraturii și consolidarea încrederii cetățenilor în sistemul Procuraturii vor fi implementate multiple activități în cadrul sistemului Procuraturii; în cadrul instanțelor de judecată; în relația cu alte instituții publice; în relația cu publicul general, cu organizațiile și reprezentanții societății civile; în relația cu mass-media. (*A se vedea Anexa nr. I*)

Activitățile întreprinse vor asigura:

- *Transparența constantă*: prezentarea către public a rezultatelor operaționale obținute și a activităților întreprinse;
- *Transparența planificată*: familiarizarea publicului larg (trimestrial/semestrial/anual) cu activitățile planificate ale Procuraturii; organizarea evenimentelor publice cu o periodicitate bine definită și cu reguli clare referitoare la sesiunile cu participarea publicului; publicarea materialelor informative aferente funcționării sistemului Procuraturii, precum și note explicative, infografice, secvențe video de educație juridică a cetățenilor etc.; publicarea rapoartelor privind activitatea și bugetul procuraturilor; promovarea Ghidului cetățeanului care vizează sensibilizarea cu privire la normele etice și de disciplină ale procurorilor etc.

Atât în situațiile planificate, cât și în cazurile imprevizibile, subdiviziunea responsabilă de relația cu mass-media și/sau relația cu publicul va aborda o comunicare ghidată de principiile expuse în Strategie.

CAPITOLUL III. PRINCIPII DE COMUNICARE

Strategia definește un set de principii orientate să crească eficiența comunicării în contextul consolidării imaginii publice față de statutul procurorului, în mod individual, și în sistemul Procuraturii din Republica Moldova, per ansamblu. Reprezentanții subdiviziunii responsabile de relațiile cu mass-media și/sau relații publice în cadrul Procuraturii au sarcina de a gestiona fluxul informațional în interesul instituției din care fac parte, urmărind să încadreze comunicarea în următoarele principii:

Secțiunea 1. Transparență

Transparența reprezintă o *garanție* a unui *proces echitabil*. Transparența este asigurată de accesul la informația necesară pentru o bună înțelegere a speței și actului de justiție în general. În mod practic, acest principiu înseamnă a le facilita un acces cât mai mare jurnaliștilor și celor care mediază informația. Limitele accesului trebuie să fie rezonabile și întemeiate. Totodată, principiul transparenței recomandă o *comunicare pro-activă* între ambele părți, sistemul Procuraturii și mass-media.

De asemenea, sistemul Procuraturii menține o colaborare transparentă cu reprezentanți ai diverselor instituții sau organizații.

Efectul comunicării prin intermediul acestora se resimte la nivelul publicului larg, comunității academice și de experți, societății civile etc. Transparența este vitală pentru funcționarea eficientă a sistemului Procuraturii, deoarece împuternicește procurorii cu încredere și respect pentru public și promovează, în același timp, o imagine pozitivă. Încrederea publicului depinde și de înțelegerea activității desfășurate de către procurori. Această înțelegere este și o condiție pentru accesul cetățenilor la informațiile aferente activității sistemului Procuraturii. Procuratura transmite informațiile publice prin mijloace electronice concomitent cu cele tradiționale. Astfel, informațiile sunt comunicate prin intermediul paginii web oficiale, proiectele de acte normative elaborate, pentru a introduce elementul de participare a publicului la procesul de reglementare și de înțelegere mai bună a activității sistemului Procuraturii etc.

Secțiunea 2. Profesionalism

Sistemul Procuraturii asigură informarea activă, corectă și la timp a cetățenilor asupra chestiunilor de interes public. În acest context, sistemul

Procuraturii își dezvoltă capacitățile de a furniza informații obiective, complete și corecte despre activitățile desfășurate și de a răspunde în timp adecvat la semnalele venite atât din mediul intern, cât și cel extern. Este iminentă înțelegerea rolului Procuraturii într-o societate democratică, în special înțelegerea de către public a faptului că procurorul aplică legea în mod echitabil și egal, fiind respectat principiul prezumției nevinovăției, fără a ține cont de posibile presiuni sociale sau politice. Caracterul actual al informațiilor este determinant în menținerea relațiilor cu mass-media și ca suport de imagine. Astfel, comunicatele Procuraturii sunt puse la dispoziția mass-media cât mai curând după aprobarea acestora pentru a se asigura diseminarea în timp util către grupurile-țintă. Informația se anunță publicului, mai întâi, prin intermediul paginii web oficiale a Procuraturii și apoi prin intermediul altor canale de comunicare. În cadrul discursurilor și dezbaterilor publice, poziția oficială este exprimată „cu o singură voce”.

Secțiunea 3. Accesibilitate

Informația este ușor accesibilă datorită utilizării canalelor de comunicare multiple, adecvate și moderne și orientării conținutului către diverse grupuri-țintă. Pagina web oficială joacă în acest sens un rol esențial. Sistemul Procuraturii tratează cu respect și imparțial instituțiile mass-media, societatea civilă, precum și alți formatori de opinie, punând la dispoziția acestora informații actualizate. Informația este redată într-un limbaj simplu, concis și clar.

Secțiunea 4. Corectitudine

Procuratura publică informații corecte și complete, care asigură respectarea drepturilor și libertăților fundamentale ale omului.

Secțiunea 5. Credibilitate

Procuratura desfășoară o comunicare corectă și constantă cu mass-media, societatea civilă, publicul profesionist etc. care, în consecință, va dezvolta o imagine credibilă și solidă a sistemului Procuraturii Republicii Moldova. Aplicarea principiului credibilității în activitățile procurorilor este un mijloc de asigurare a încrederii publice în buna funcționare a justiției.

Secțiunea 6. Claritate

Atingerea scopurilor de comunicare implică necesitatea caracterului inteligibil al mesajelor transmise. Specificul activității sistemului Procuraturii este redat într-un limbaj corespunzător grupurilor-țintă cărora este adresat mesajul.

Secțiunea 7. Imparțialitate

Procuratura manifestă imparțialitate în procesul de comunicare externă. Informațiile diseminate sunt veridice, corecte și prezentate în mod imparțial și cu bună-credință.

Secțiunea 8. Eficiență

Comunicarea externă se desfășoară în așa mod încât resursele umane și financiare vor fi utilizate optim în vederea atingerii impactului preconizat.

Secțiunea 9. Promptitudine

Procuratura reacționează prompt și transmite imediat informațiile către public, cu scopul de a preveni răspândirea zvonurilor.

Secțiunea 10. Previzibilitate

Procuratura desfășoară o comunicare previzibilă prin publicarea unor calendare/anunțuri corespunzătoare. Previzibilitatea comunicării determină formatorii de opinie să procedeze la o reflectare obiectivă a informației și, ca rezultat, va fi prevenită transmiterea informațiilor/mesajelor incorecte către publicul larg.

Secțiunea 11. Continuitate

Procuratura desfășoară o comunicare sistematică atât pe plan intern, cât și extern. Fiecare mesaj tinde să se plezească pe informația precedentă, astfel încât să fie asigurată continuitatea comunicării și o previzibilitate a acțiunilor sistemului Procuraturii. Comunicarea sistematică contribuie la promovarea respectului față de Procuratură și la consolidarea reputației procurorilor.

Secțiunea 12. Accesul la informațiile de interes public și exercitarea libertății de exprimare

Rolul comunicării publice în cadrul sistemului Procuraturii este reprezentat de *informarea corectă a cetățenilor* cu privire la cazurile de *interes public*,

stabilirea dreptății și restabilirea ordinii de drept. În acest scop, *partenerii* sistemului Procuraturii sunt mass-media, prin jurnaliști, și toți cei care vor să aibă acces la informație în virtutea dreptului oferit de art.34 din Constituția Republicii Moldova. Cu cât informația emisă de Procuratură este mai răspândită, cu atât în dezbateră publică aceasta servește mai bine intereselor generale ale vieții democratice.

Secțiunea 13. Principiul încrederii reciproce

Încrederea este dinamică în relațiile dintre comunicatorul Procuraturii și jurnaliști, un proces continuu care trebuie inițiat, menținut, uneori restabilit și certificat. Încrederea în sistemul Procuraturii și mass-media necesită *predictibilitate, transparență și posibilitatea de a corecta*. Încrederea personală presupune un transfer de putere și responsabilizare, precum și se bazează pe *onestitate, bună reputație și reciprocitate*.

Secțiunea 14. Principiul respectului pentru demnitatea umană și drepturile fundamentale

Transparența, ca valoare a actului de justiție, trebuie pusă în raport cu *protejarea drepturilor fundamentale* ce conferă conținut respectului datorat persoanei umane. Aceste drepturi privesc viața privată și de familie, reputația etc. și sunt completate de o datorie față de orice justițiabil: recunoașterea și respectarea prezumției de nevinovăție în cauzele penale. Restrângerea accesului la informație poate fi întemeiată pe obligațiile corelative drepturilor fundamentale.

Secțiunea 15. Principiul proporționalității

Drepturile și interesele legitime pot limita accesul la anumite informații factice sau privind persoane din spețe. Acest corectiv la principiul transparenței nu înseamnă anularea dreptului la informare, necesar exercitării libertății de exprimare, ci este doar o limitare justificată a acestuia. Întrebările jurnaliștilor, cele îndreptățite de interesul public, nu pot rămâne fără răspuns.

Comunicarea și informarea asupra anchetelor și dosarelor pe rol se află întotdeauna sub două constrângeri:

- o constrângere pozitivă, reprezentată de principiul transparenței;
- o constrângere negativă, provenită din datoria de a păstra secretul (motivată de respectarea altor drepturi sau de secretul oficial) asupra anumitor aspecte ale anchetei sau cazului.

CAPITOLUL IV. MATRICEA DE COMUNICARE

Matricea de comunicare include grupurile-țintă, instrumentele, canalele, metodele de publicul, care necesită eforturi de planificare, coordonare, raportare, distribuire a sarcinilor, arhivare și dezvoltare a calității și evaluării muncii efectuate, astfel încât procesele de lucru și de comunicare să fie îmbunătățite continuu și să fie asigurată continuitatea comunicării și previzibilitatea acțiunilor de comunicare a sistemului Procuraturii.

Pentru a informa eficient și în timp real publicul vor fi utilizate noile tehnologii informa

Secțiunea 1. GRUPURI-ȚINTĂ

Sistemul Procuraturii adresează mesaje către anumite grupuri-țintă și, în acest sens, stabilește categoriile acestora astfel încât mesajul să ajungă la destinație și să fie perceput corect.

Punctul 1. Publicul larg

Publicul larg reprezintă segmente ale populației de diverse categorii de vârste, experiențe profesionale și grade de inițiere în tema juridică. Comunicarea informațiilor/deciziilor către acest grup-țintă extins are un impact sesizabil de sporire a credibilității cetățenilor în sistemul Procuraturii.

Punctul 2. Publicul profesionist

Unul din grupurile-țintă a comunicării externe a sistemului Procuraturii, conform competențelor stabilite de lege, îl reprezintă publicul profesionist, după cum urmează:

Ofițerii de urmărire penală. Procuratura conduce urmărirea penală și reprezintă învinuirea în instanțele de judecată pe cauzele penale inițiate și gestionate de organele de urmărire penală ale Ministerului Afacerilor Interne, Centrului Național Anticorupție, Serviciului Vamal. În scopul diseminării unor informații obiective care respectă exigențele procesului echitabil, este importantă menținerea unei comunicări deschise, eficiente și corecte dintre procurori și ofițerii de urmărire penală, inclusiv a serviciilor de comunicare dintre ambele instituții. Comunicarea nu trebuie să fie una competitivă, dar de cooperare. În comunicarea procuraturilor și organelor de urmărire penală se va ține cont de faptul că ambii actori urmăresc aceleași obiective: investigarea eficientă și operativă a infracțiunilor și sancționarea persoanelor culpabile.

Avocații. Prin esența activității lor, avocații sunt adversarii procesuali ai procurorilor: ei apără și reprezintă interesele clienților lor la toate etapele procesului penal (de la statutul de bănuț până la statutul de inculpat și chiar condamnat), în timp ce procurorii întocmesc rechizitoriile și reprezintă învinuirea față de clienții lor în instanță. În pofida faptului că procurorii și avocații sunt adversari în procesele penale, este important ca acțiunile de comunicare ale procurorilor cu exponenții breslei avocaților să se realizeze nu doar de o manieră reactivă, dar și pro-activă, cu respectarea principiilor fundamentale ale unui proces echitabil, imparțial și eficient.

Judecătorii. În comunicarea cu judecătorii se vor urmări rigori similare aplicabile comunicării cu organele de urmărire penală și avocații.

Exponenții puterii executive și legislative. Membrii Guvernului și Parlamentului sunt actorii care, alături de Procuratură, elaborează, promovează și adoptă politica penală a statului, dar și cei care asigură buna activitate (organizatorică, financiară) a Procuraturii. În condițiile în care, potrivit prevederilor Legii Fundamentale, Procuratura este parte a autorității judecătorești, este important ca în comunicarea cu exponenții puterilor executivă și legislativă să fie asigurat un echilibru adecvat și o colaborare care să respecte rigorile statului de drept, separația puterilor. Totodată se va urmări cu strictețe excluderea interferențelor și orice imixțiuni neavenite/abuzive ale politicului în activitatea sistemului Procuraturii.

Punctul 3. Mass-media

Instituțiile mass-media constituie un grup-țintă cu titlul de formator de opinie. Destinatarul final al comunicării înțelege și interpretează mesajele sistemului Procuraturii în modul reflectat de mass-media, care acționează în calitate de intermediar. De aici derivă caracterul important al relației stabilite cu instituțiile respective.

Punctul 4. Societatea civilă

Societatea civilă, ca grup-țintă, este reprezentată de organizații necomerciale cu specializare în domeniul justiției, protecției și promovării drepturilor omului, combaterii corupției etc., capacitățile instituționale și de expertiză ale cărora pot contribui la consolidarea imaginii și încrederii în sistemul Procuraturii. Societatea civilă poate oferi valoare adăugată activității Procuraturii, suport consistent în promovarea unei imagini pozitive și credibile. Din acest grup țintă mai fac parte experții independenți, formatorii de opinie naționali și locali

etc. Pentru a valorifica potențialul comunicării cu societatea civilă este importantă crearea unor platforme de comunicare permanente (ședințe de dezbateri, forumuri și platforme online etc.), care să ofere oportunitatea comunicării și dezbaterii în regim operativ a problemelor stringente, în special, pe partea ce ține de politica penală a statului implementată de Procuratură și problemele sistemice din activitatea Procuraturii.

Punctul 5. Mediul academic

Mediul academic este reprezentat de academicieni, doctori în știință și profesori de la Academia de Științe, Institutul Național al Justiției, instituțiile de învățământ, cadrele didactice etc. Mediul academic poate contribui în mare măsură la formarea imaginii Procuraturii și diseminarea mesajelor-cheie. Acest grup-țintă trebuie motivat să se implice activ în campania de comunicare a sistemului Procuraturii prin crearea și menținerea unor platforme profesionale de discuții, unde vocea lor să se facă auzită.

Punctul 6. Instituțiile de analiză și cercetare

La difuzarea informației către grupul-țintă respectiv se iau în considerare cunoștințele profesionale ale acestuia în sfera juridică. Acest fapt determină sistemul Procuraturii să adopte o modalitate de reflectare mai aprofundată a datelor ce permite înțelegerea acestora la nivel de specialiști. Ca urmare, analizele emise în domeniul juridic condiționează formarea de opinie corespunzătoare în rândul reprezentanților mass-media, care este prezentată, în ultimă instanță, publicului larg. Una dintre instituțiile încadrate în acest grup-țintă este Instituția Publică Institutul de Cercetări Juridice, Politice și Sociologice din cadrul Academiei de Științe a Moldovei, care realizează cercetări fundamentale și aplicative în domeniul științelor juridice, evaluează reformele, elaborează avize la proiectele de acte normative etc.

Punctul 7. Autoritățile publice

Comunicarea către acest grup-țintă contribuie la argumentarea deciziilor și politicilor guvernamentale și la menținerea unui climat transparent și echitabil. Comunicarea respectivă are loc atât direct, cât și prin intermediul diverselor forumuri, proiecte naționale și al altor posibilități de dialog, în principal, cu reprezentanții ministerelor, agențiilor, serviciilor și birourilor de stat. În context, este utilă informația „*Exponenții puterii executive și legislative*” expusă la pct. 2.

Punctul 8. Structurile internaționale și instituțiile altor state

Acest grup-țintă se referă la organizațiile internaționale în cadrul cărora Procuratura Generală este membru: Asociația Internațională a Procurorilor; Eurojust; SEEPAG – Grupul Consultativ al Procurorilor din Sud-Estul Europei; GRECO; Moneyval etc., precum și parteneriatele sistemului Procuraturii cu Uniunea Europeană, Consiliul Europei, precum și cu echipele proiectelor de asistență, în cazul continuării derulării acestora: Proiectul comun al CoE și UE „*Combaterea corupției prin aplicarea legii și prevenire*” (CLEP); Proiectul CoE „*Promovarea unui sistem de justiție penală bazat pe respectarea drepturilor omului în Republica Moldova*”; Proiectul UE „*Suport pentru prevenirea și combaterea eficientă a corupției în sectorul justiției*”; Proiectul finanțat de Guvernul SUA, „*Programul Reprezentanța Asociației Barourilor Americane Inițiativa pentru Supremația Legii în Republica Moldova*”; Proiectul Raport public privind activitatea Procuraturii pentru anul 2018 OIM, finanțat de Guvernul SUA „*Consolidarea Răspunsului Guvernului la Fenomenul Traficului de Ființe Umane și Îmbunătățirea Protecției Victimelor Traficului și Martorilor În Republica Moldova*”.

De asemenea, este vizată cooperarea PNUD (Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare), USAID, Ministerul Public al României, DNA România, misiunile diplomatice pe teritoriul Republicii Moldova, OSCE, Fundația Germană pentru Cooperare Juridică Internațională (IRZ), EUBAM, Consiliul Coordonator al Procurorilor Generali ai statelor CSI, Consiliului Consultativ al Procurorilor Europeni (CCPE).

Secțiunea 2. Instrumente și canale de comunicare

Strategia stabilește instrumentele și canalele de comunicare ținând cont de structura grupurilor-țintă identificate. Strategia are în vedere faptul că același mesaj transmis prin mai multe canale de comunicare devine mai eficient. Dublarea funcțiilor respective indică relevanța acestora, dar nu diminuează importanța altor canale, oportune în condiții concrete, pentru scopuri și grupuri-țintă concrete.

Punctul 1. Pagina web a Procuraturii Generale

În procesul de comunicare, pagina web oficială joacă un rol atât de instrument, cât și de canal de comunicare. Calitatea de instrument este determinată de reflectarea operativă, ușor accesibilă și transparentă a mesajului Procuraturii.

Calitatea de canal de comunicare este implicită, exprimând o cale de informare orientată preponderent spre grupuri-țintă specifice, dar și spre publicul larg.

Scopul paginii web oficiale este sporirea nivelului de transparență și asigurării accesului la informațiile de interes public.

La momentul elaborării Strategiei, s-a făcut o analiză a corespunderii paginii web a Procuraturii Generale <http://www.procuratura.md/> în raport cu noile tendințe de comunicare. Astfel, s-a constatat că pagina web are o interfață învechită, o viteză redusă la accesare ceea ce face dificilă navigarea, iar utilizatorii sunt forțați la deschiderea paginii să asculte imnul Procuraturii, ceea ce induce o rată sporită de respingere. Informația nu este actualizată și este greu de găsit, pagina web nu conține un modul de evaluare a percepției publicului asupra încrederii în sistemul Procuraturii etc.

Astfel, se recomandă elaborarea unui design modern al paginii web a Procuraturii Generale, cu rubrici și module informative, cu un conținut vizual ilustrat (infografice, video, galerii foto, materiale interactive de educație juridică etc.), adaptat și pentru dispozitivele mobile, precum și elaborarea Regulamentului privind conținutul informațional al paginii web a Procuraturii Generale prin care să fie desemnată persoana responsabilă de actualizarea informațiilor, furnizorii de informație și administratorul tehnic.

Totodată, s-a constatat că procuraturile specializate și cele teritoriale nu dispun de pagini web, ceea ce reduce accesul populației la informație. Se recomandă crearea unor pagini web separate pentru procuraturile specializate și/sau microsite-uri incorporate în pagina web oficială a Procuraturii Generale, în funcție de mijloacele financiare și capacitățile umane disponibile. Odată cu modernizarea paginii web oficiale a Procuraturii Generale va fi elaborat și Manualul de identitate vizuală (Brandbook), care va constitui suportul de identitate vizuală pentru sistemul Procuraturii Republicii Moldova. Momentan există doar [Decizia](#) Comisiei Naționale de Heraldică de pe lângă Președintele Republicii Moldova nr. 396-IV.01 din 30 septembrie 2015 cu privire la includerea unor simboluri corporative ale Procuraturii în Armorialul General al Republicii Moldova, care nu oferă spectrul necesar pentru a conferi o identitate vizuală deplină sistemului Procuraturii.

Pentru diseminarea informațiilor oficiale, la necesitate, Procuratura Generală poate crea microsite-uri cu destinație tematică aferentă obiectivelor sale strategice. De asemenea, un bun canal de comunicare pot servi site-urile altor

instituții naționale, ale organizațiilor neguvernamentale și ale instituțiilor de analiză și cercetare, precum și ale instituțiilor de învățământ cu profil juridic.

Punctul 2. Publicațiile Procuraturii Generale

Procuratura va depune eforturi sporite pentru publicarea trimestrială/semestrială a Revistei Procuraturii Republicii Moldova, care reprezintă platforma de comunicare între reprezentanții mai multor profesii din domeniul justiției și este editată cu respectarea prevederilor Legii nr. 139 din 02.07.2010 privind dreptul de autor și drepturile conexe. Publicația este considerată instrumentul de informare care oferă un volum consistent de studii, analize, cercetări, opinii, comentarii, sinteze acoperind toate domeniile de activitate și materiile de drept și reprezintă una dintre sursele credibile de documentare pentru consumatorul de informație juridică.

Totodată, rapoartele privind activitatea Procuraturii reflectă întreg spectrul de activități desfășurate în decursul unui an (anul precedent) de către Procuratură în calitate de instituție publică autonomă în cadrul autorității judecătorești. Raportul este prezentat Parlamentului Republicii Moldova și publicat pe pagina web oficială a Procuraturii Generale. Pentru o mai bună înțelegere a raportului, se recomandă sintetizarea informației într-o prezentare în format PPT sau infografice/videoinfografice și difuzarea unui comunicat de presă în ziua comunicării raportului. Aceasta va facilita înțelegerea de către public a activităților desfășurate de sistemul Procuraturii și va elimina gradul de confuzie sau interpretare eronată a informațiilor expuse în raport, sau preluarea parțială a unor informații în detrimentul mesajelor prioritare pentru Procuratură.

Aceste și alte publicații au rolul de a cultiva consumatorul de informație o viziune mai clară și mai extinsă asupra activităților sistemului Procuraturii.

Punctul 3. Aparițiile publice și în mass-media ale reprezentanților sistemului Procuraturii

Aparițiile publice și în mass-media ale reprezentanților sistemului Procuraturii conferă comunicării un grad mai înalt de credibilitate și percepere prin transmiterea și receptarea mesajului, la nivel de persoană. Aparițiile publice, de regulă, se referă la participarea reprezentanților sistemului Procuraturii la seminare, conferințe științifice, prelegeri în instituțiile de învățământ, iar aparițiile în mass-media la acest capitol vizează declarațiile, interviurile, articolele, comentariile, briefing-urile și conferințele de presă. Procuratura ia în considerare

faptul că pe teritoriul Republicii Moldova există două surse majore de informare în care populația are cea mai mare încredere: televiziunea (49.4%) și internetul (33.8%) ([datele Barometrului Opiniei Publice 2019](#)). Totodată, pentru a eficientiza comunicarea externă, sistemul Procuraturii va organiza și participa la evenimente prin aplicații web care oferă gratuit unelte pentru videoconferințe, webinare (seminare virtuale) la care au acces toți participanții prin intermediul platformelor de comunicare online: Zoom, Skype, Microsoft Teams, Google Drive, Slack, E-Works, Hangouts meet etc.

Punctul 4. Comunicatele de presă

Comunicatul de presă reprezintă instrumentul de comunicare aplicat cel mai frecvent. Acesta comportă, de obicei, un caracter informativ-explicativ fiind cel mai eficient instrument de comunicare, deoarece ajunge în timp real la un număr impunător de consumatori de informație, fiind distribuit către toate instituțiile mass-media. Comunicatul de presă are mai multe avantaje: uniformizarea mesajului diseminat, tratamentul echitabil și egal al instituțiilor mass-media, penetrarea imediată a pieței consumului de informație prin acoperirea majorității spațiului informațional.

Punctul 5. Conferințele sau briefingurile de presă

Conferința sau briefingul de presă se organizează în două moduri:

- cu o tematică și periodicitate stabilite;
- după necesitate.

Conferința sau briefingul de presă permit transmiterea optimă a mesajului Procuraturii ca urmare a funcționării tuturor canalelor de transmisiune mass-media, cu diverse elemente caracteristice de accesibilitate. Datele statistice cu privire la activitatea Procuraturii în domeniul comunicării cu mass-media arată o diminuare a numărului de conferințe și briefinguri de presă, de exemplu, cu 50% în 2018 (figura 2):



Figura 2

Procuratura tinde să mențină constant sau în creștere utilizarea acestui instrument de comunicare. În acest sens, la necesitate, vor fi utilizate și platformele de comunicare online, precum Zoom, Skype for business sau altele.

Punctul 6. Conferințe și seminare

Conferințele și seminarele desfășurate de către sistemul Procuraturii sunt adresate preponderent factorilor din domeniul juridic și comunității academice, de asemenea, instituțiilor mass-media. Evenimentele reprezintă un reper important pentru un schimb de experiență și idei. Astfel, se realizează o comunicare-conlucrare mai productivă cu diverse instituții de profil juridic de la noi și de peste hotare ce conduce la atingerea obiectivelor de activitate a sistemului Procuraturii. Sunt încurajate și participările online utilizând noile aplicații Zoom, Skype, Microsoft Teams, Google Drive, Slack, E-Works, Hangouts meet etc..

Punctul 7. Evenimentele oficiale

(Ziua ușilor deschise, Stand-uri informative, evenimente organizate de Parlament precum expozițiile tematiche, evenimentul „Orășelul Integrității” organizat de CNA ș.a.*(pot fi organizate și în format online)*)

Evenimentele sunt destinate, de regulă, comunității academice și publicului larg, cu participarea reprezentanților mass-media. Opțiunea pentru aspecte inedite de organizare conferă evenimentelor în cauză atractivitate și, ca rezultat, o receptivitate sporită față de mesajul sistemului Procuraturii, inclusiv pe segmentul unui public mai puțin inițiat în subiectul juridic.

Punctul 8. Chestionarele online

Chestionarele online reprezintă liste de întrebări afișate pe pagina web oficială cu scopul de a obține, pe baza răspunsurilor primite, informații utile pentru evaluarea percepției publicului asupra încrederii în sistemul Procuraturii și îmbunătățirea calității activității acestuia. În acest sens, pe pagina web a Procuraturii Generale poate fi dezvoltată o platformă de dezbateri a subiectelor de interes public și de apreciere a percepției cetățenilor asupra gradului de eficiență a Procuraturii.

Punctul 9. Întrunirile

Procuratura Generală, procuraturile specializate și teritoriale organizează, la necesitate, întruniri cu reprezentanții diverselor grupuri-țintă. Comunicarea interactivă din cadrul acestora reprezintă un aspect important de optimizare a proceselor ce țin de realizarea scopurilor propuse și permit o conexiune inversă imediată. Întrunirile pot fi formale (deschise) și neformale (închise). Se recomandă organizarea periodică a întrunirilor neformale cu reprezentanții mass-media (editori, manageri) și ai societății civile (experți independenți), iar la necesitate cu bloggieri și influenceri, care este posibilă și la distanță, prin aplicațiile Zoom, Skype etc..

Punctul 10. Platformele de comunicare online

La nivel mondial se înregistrează o tranziție de la comunicarea tradițională la cea digitală. Astfel, impactul evoluției explozive a accesului la Internet, a mobilității accesului și a tehnologiilor implicate, precum și consecințele generate de COVID-19 au determinat și facilitat dezvoltarea rapidă de noi canale și sub-canale de comunicare capabile să răspundă cerințelor actuale de informare și să virtualizeze eficient activitățile și relațiile interinstituționale.

În Republica Moldova aproximativ 52% din populație utilizează internetul în fiecare zi, 66% utilizează Facebook și doar 12% din populație nu utilizează rețele de socializare ([date ale Institutului de Politici Publice](#)). Astfel, sistemul Procuraturii poate utiliza rețelele de socializare pentru a transmite direct mesajele importante către public. Crearea propriilor canale de comunicare a devenit accesibilă tuturor și oferă posibilitatea de a reacționa imediat, printr-o gamă completă de produse multimedia (infografice, foto, video). Prezența pe mijloacele de socializare este o reflecție a unui proces de comunicare activ și transparent.

Sistemul Procuraturii urmărește să-și extindă aria de acoperire a mesajelor adresate publicului larg prin intermediul rețelelor de socializare. Asupra acestui fapt se insistă prin prezența comunicațională aproape zilnică și utilizarea unui stil, de multe ori, adaptat la specificul canalului respectiv. Astfel, sistemul Procuraturii va realiza o mai bună transparență a activităților, o relație interactivă cu cetățenii, o mai mare asumare a responsabilităților pentru politicile și serviciile furnizate, astfel căpătând mai multă încredere în rândul populației. Utilizarea mijloacelor de socializare va ține cont și de aspectele de securitate și confidențialitate.

Conținutul de pe conturile de socializare plasat în numele Procuraturii și distribuit prin canalele oficiale de socializare va fi considerat drept informație cu caracter oficial. Ținând cont de aceasta, se impune asigurarea corectitudinii conținutului pentru a păstra integritatea datelor. Mai mult, limbajul utilizat va

corespunde întocmai limbajului comunicărilor oficiale. Prin urmare, unitățile din cadrul Procuraturii vor desemna părți responsabile de crearea și aprobarea informațiilor plasate pe conturile de socializare bazându-se pe setul minim de cerințe enumerate mai jos.

Angajații care folosesc platformele de comunicare online pentru a se exprima din numele Procuraturii vor ține cont că afirmațiile sunt făcute din numele instituției. De aceea, postările sau comentariile vor fi echilibrate.

Astfel, pentru comunicarea asertivă și eficientă în mediul online și transmiterea textelor concise și clare cu menținerea unui nivel înalt de profesionalism, se recomandă utilizarea instrumentelor moderne de comunicare precum: rețelele de socializare care includ instrumente de publicare – [Wikipedia](#); rețelele sociale generale - [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#), care reprezintă o sursă bună de informare în timp real; [LinkedIn](#) - rețea de socializare care are sarcina de a construi o legătură dintre profesioniști și instituții, în același timp, aici mai sunt prezentate informații utile legate de locurile de muncă și oportunitățile de angajare; [Youtube](#) pentru videoclipuri și [Flickr](#) pentru fotografii. Rețelele de socializare pot ajunge la un public foarte larg și asigură diseminarea gratuită, rapidă și facilă a informațiilor către public.

Totodată, urmare situației generate de pandemia COVID-19, sunt pe larg utilizate noile aplicații web pentru videoconferințe, webinare (seminare virtuale) prin intermediul platformelor de comunicare online Zoom, Skype for business, Microsoft Teams, Google Drive, Slack, E-Works, Hangouts meet etc..

Astfel, sunt puse la dispoziție soluții eficiente pentru diminuarea riscurilor și efectelor negative generate de contextul actual: de la soluții securizate de colaborare și de lucru la distanță, până la soluții de printare securizată din dispozitivele mobile, cu un contact fizic minim și soluții inteligente de analiză și video management.

Pentru sporirea vizibilității sistemului Procuraturii, se recomandă crearea și administrarea de către Procuratura Generală a profilului de educație juridică pe Facebook, Twitter, Instagram, unde vor fi promovate note, infografice/videoinfografice explicative și alte mesaje menite să promoveze activități ale sistemului Procuraturii. Dacă se va decide și crearea unui profil instituțional, pentru a preveni eventuale riscuri de imagine, se recomandă angajarea unui specialist în comunicarea social media și elaborarea unei Strategii de comunicare a sistemului Procuraturii pe rețelele de socializare. Integrarea paginii web oficiale cu rețelele sociale va avea un impact benefic - amplificarea mesajelor și feedback-ul imediat de la public.

Punctul 11. Mijloacele electronice

Utilizarea mijloacelor electronice (poșta electronică, SMS, chat-ul) în comunicarea sistemului Procuraturii vizează transmiterea mesajelor către mass-media și alte grupuri-țintă, precum și posibilitatea cetățenilor de a se adresa în regim online sau prin intermediul poștei electronice. Adresările respective pot include solicitări de informații la subiecte conexe activității sistemului Procuraturii, propuneri și obiecții pe marginea proiectelor actelor normative, a modificărilor la legislație, a altor informații plasate pe pagina-web oficială a Procuraturii Generale, precum și sesizări privind eventualele acte de corupție și alte încălcări a legislației.

Punctul 12. Convorbirile telefonice

Convorbirile telefonice reprezintă unul din aspectele de comunicare directă a sistemului Procuraturii cu publicul, la care acesta poate recurge pentru a-și exprima opiniile sau a solicita răspunsuri referitoare la evenimentele în derulare, precum și pentru a înainta anumite reclamații.

În acest context, Procuratura Generală pune la dispoziția publicului numere de telefon la care sunt colectate informații:

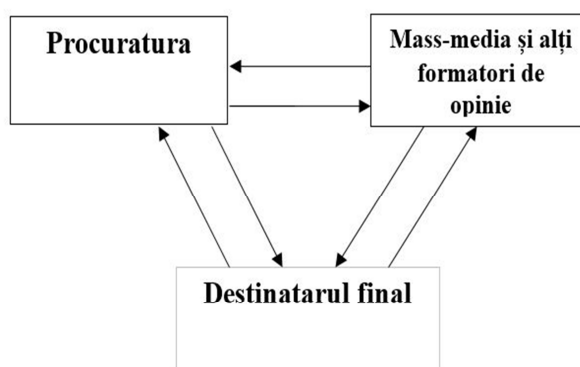
- comiterea de către angajații Procuraturii a faptelor de comportament corupțional sau a abaterilor disciplinare;
- pentru a semnala fapte de tortură, tratamente sau pedepse inumane ori degradante (este publicată lista telefoanelor de încredere în procuraturile teritoriale și specializate ale procurorilor responsabili de examinarea sesizărilor despre tortură și rele tratamente);
- pentru recepționarea informațiilor și sesizărilor despre comiterea infracțiunilor informatice și celor în domeniul telecomunicațiilor;
- pentru a semnala fapte de trafic de ființe umane precum și crime conexe - Linia Verde Antitrafic;
- pentru oferirea informațiilor de ordin public, în limita competenței, despre activitatea Procuraturii.

Disponibilitatea sistemului Procuraturii de a răspunde necesităților informaționale ale publicului aferente domeniilor sale de competență se înscrie în șirul de factori contributivi la imaginea acesteia în materie de credibilitate și transparență.

Secțiunea 3. Metode de comunicare

Sistemul Procuraturii promovează o politică de comunicare **pro-activă**, prin care să diminueze eventualitatea situațiilor de intervenție comunicațională corectivă. Promovarea activă a Procuraturii și a cauzelor gestionate finalizate cu accent pe respectarea drepturilor omului și prevenirea corupției contribuie la cunoașterea și înțelegerea de către public a competențelor, activităților și procedurilor sistemului Procuraturii.

Comunicarea **reactivă** o parte din informațiile difuzate sunt pregătite la solicitarea reprezentanților mass-media în scopul satisfacerii nevoilor de informare a publicului și în conformitate cu obiectivele sale de comunicare. La fel, se reacționează la publicațiile eronate, în funcție de caz, prin intermediul comunicatelor de presă ori explicațiilor telefonice.



Sistemul Procuraturii desfășoară comunicarea către public, în funcție de reperele de generare a informației. Reperele externe reprezintă, de regulă, solicitările mass-media, publicarea eronată de către aceasta a informației referitoare la domeniile de activitate a sistemului Procuraturii, care necesită o reacție explicativă.

În scopul evitării erorilor, Procuratura va elabora și implementa un Registru electronic al solicitărilor de informație de la mass-media, cu accesul șefilor subdiviziunilor, astfel încât răspunsurile la întrebările similare să aibă un conținut unitar.

Secțiunea 4. Reguli speciale de comunicare aplicabile în procesul penal

Reguli speciale de comunicare aplicabile în faza de urmărire penală

Procuratura asigură informarea corectă și promptă a reprezentanților mass-media despre activitatea desfășurată în condițiile Legii cu privire la procuratură. Comunicarea cu mass-media se desfășoară cu respectarea limitelor prevăzute de lege, în special pe partea ce ține de protecția datelor cu caracter personal, a vieții private și de familie, respectarea prezumției nevinovăției și evitarea perturbării

sau periclitării bunei desfășurări a urmăririi penale și punerii în pericol a victimei, martorilor sau a membrilor familiilor acestora. Comunicarea se va realiza astfel încât să nu aducă atingeri valorilor ocrotite de lege și să fie asigurat un raport rezonabil de proporționalitate între limitarea accesului la informațiile publice și protecția valorilor sociale ocrotite. Procuratura va indica de fiecare dată motivele pentru care o informație nu este comunicată. Dosarele aflate pe rolul sistemului Procuraturii nu pot fi studiate de reprezentanții mass-media, iar accesul la informațiile de interes public privind stadiul unui dosar în examinare se realizează prin emiterea de comunicate sau comunicarea informațiilor în baza cererilor de acces la informații de interes public.

Reguli speciale de comunicare aplicabile în procedurile desfășurate în fața judecătorului de instrucție

Comunicarea în timpul procedurilor desfășurate în fața judecătorului de instrucție se desfășoară fără asigurarea caracterului public a ședințelor. Dosarele aflate pe rolul judecătorului de instrucție nu pot fi studiate de reprezentanții mass-media. La cerere sau din oficiu pot fi comunicate informații privind componența de infracțiune imputată învinuitului pe dosar și descrierea sumară a faptei săvârșite, precum și privitor la încheierea adoptată de judecătorul de instrucție, fiind asigurată protecția datelor cu caracter personal și eliminarea textelor care se referă la conținutul unor probe, dacă prezentarea sau analiza acestora ar putea încălca dreptul la viața privată sau ar periclita judecarea cauzei pe fond. Orice refuz de prezentare a informației trebuie să fie motivat temeinic.

Reguli speciale de comunicare aplicabile în procedurile desfășurate la faza de judecată a procesului penal

Caracterul public al ședințelor de judecată este stabilit de Codul de procedură penală. Totodată, potrivit drepturilor și libertăților fundamentale garantate de Constituția Republicii Moldova și tratatele internaționale la care Republica Moldova este parte, orice persoană are dreptul la respectarea vieții private și de familie. Acest drept trebuie coroborat cu libertatea de exprimare. Decizia privind caracterul public al ședinței, participarea publicului, inclusiv a mass-media revine instanței de judecată care trebuie să pună în echilibru ambele drepturi și să motiveze decizia adoptată. La această fază, sarcina comunicării pe dosar este apanajul instanței de judecată.

Reguli speciale de comunicare aplicabile în procedurile disciplinare care vizează procurorii, normele de conduită a procurorilor și alte proceduri desfășurate de către Inspecția procurorilor

Comunicarea informațiilor privind procedurile disciplinare în privința procurorilor nu trebuie să creeze aparența de afectare a independenței justiției. Prezentarea din oficiu a informațiilor de către Inspecția procurorilor se poate realiza doar la momentul sesizării Colegiului de disciplină și etică a procurorilor. Aspectele comunicate pot viza doar faptul inițierii procedurii disciplinare, temeiul legal și prezentarea concisă a faptei comise, cu precizarea faptului că procedura este doar inițiată, iar culpabilitatea persoanei încă urmează a fi demonstrată. Copiile deciziilor de sancționare disciplinară pot fi transmise mass-media cu condiția depersonalizării lor și după ce decizia de sancționare este definitivă.

Secțiunea 5. Mesaje și arii tematice

Art. 124 al Constituției Republicii Moldova prevede că „*Procuratura este o instituție publică autonomă în cadrul autorității judecătorești, ce contribuie la:*

- înfăptuirea justiției;
- apărarea drepturilor, libertăților și intereselor legitime ale persoanei, societății și statului prin intermediul procedurilor penale și al altor proceduri prevăzute de lege.

Astfel, în comunicarea externă, este promovat mesajul general că:

„Procuratura este o instituție independentă, transparentă și eficientă în cadrul autorității judecătorești, care contribuie la respectarea ordinii de drept, apărarea drepturilor, libertăților și intereselor legitime ale persoanei și ale societății”.

În condițiile unei game largi de competențe a sistemului Procuraturii (art. 5 din Legea cu privire la Procuratură, care detaliază domeniile și funcțiile de bază ale Procuraturii), ținând cont de magnitudinea interesului public percepțiile și necesitățile de informare promptă și obiectivă a publicului larg, este necesară concentrarea activităților de comunicare a sistemului Procuraturii pe următoarele arii tematice:

- conducerea și exercitarea urmăririi penale pe cauzele penale de rezonanță, cu respectarea rigorilor prezumției nevinovăției și secretului urmăririi penale;
- reprezentarea învinuirii în instanțele de judecată cu accent pe dosarele de rezonanță și cu respectarea prezumției nevinovăției;
- controlul activității organelor de urmărire penală, inclusiv pe partea de înregistrare a sesizărilor despre săvârșirea sau pregătirea de săvârșirea unor infracțiuni;
- controlul legislației privind activitatea specială de investigații, în special pe partea ce ține de măsurile speciale cu caracter intruziv (interceptări a comunicațiilor);
- cooperarea internațională și asistența juridică internațională, cu accent pe cauzele de rezonanță sporită: cereri de extrădare, comisii rogatorii;
- participarea la elaborarea și implementarea unitară a politicii penale a statului;
- examinarea cererilor și petițiilor.

În baza ariilor tematice, sunt elaborate mesaje în corespundere cu misiunea și viziunea de comunicare a sistemului Procuraturii care au menirea să contribuie la asigurarea încrederii societății în actul de justiție prin promovarea imaginii unei sistem independent, profesionist și responsabil.

Mesajele sunt diseminate după regula „*o instituție, o voce*”, pe un ton neutru, amiabil și convingător, fiind orientate să comunice că sistemul Procuraturii:

- respectă interesele generale ale societății;
- acționează prompt la întrebările privind starea legalității și ordinii de drept în stat;
- publică imediat și explică deciziile luate și/sau alte informații din activitatea sistemului Procuraturii etc.;
- abordează cu responsabilitate subiectele privind activitatea de apărare a drepturilor constituționale ale cetățenilor, combaterea corupției, traficului de ființe umane, delicvenței juvenile etc.;
- implică societatea civilă și organele de ocrotire a normelor de drept în procesul de dezbateri aferente subiectelor de ordin conceptual;
- manifestă o atitudine echidistantă față de mass-media;
- contribuie la creșterea nivelului de educație juridică a societății.

Educația juridică reprezintă o componentă importantă a comunicării sistemului Procuraturii, în scopul creșterii culturii juridice la diferite niveluri ale societății prin organizarea evenimentelor destinate preponderent copiilor și tinerilor și elaborarea și publicarea pe pagina web a Procuraturii a materialelor instructive la subiectul juridic.

Pentru un bun impact al comunicării, sistemul Procuraturii va accentua următoarele *mesaje*:

Mesajele-cheie utilizate în comunicarea externă	
Procuratura este o instituție independentă care activează în interesul cetățenilor și a statului, în scopul respectării drepturilor omului.	Procuratura Generală este implicată activ în reformarea justiției și întreprinde toate măsurile pentru a asigura efectuarea unei justiții independente și eficiente în Republica Moldova.
Procuratura se aliniază celor mai bune practici internaționale de apărare a drepturilor omului și de prevenire a corupției.	Procuratura Generală nu admite imixtiuni în activitatea sa, fiind o instituție independentă care acționează doar în interesul public.
Procuratura optează pentru cele mai înalte standarde de integritate și imparțialitate.	Procurorii asigură calitate și echitate în procesul de urmărire penală și în fața instanțelor de judecată.
Procuratura se implică activ în prevenirea actelor de corupție, de tortură și abuzul de putere față de cetățeni.	Procuratura Anticorupție este partenerul de încredere al societății în lupta cu corupția.
Procuratura funcționează în condiții de maximă eficiență, flexibilitate și transparență.	Procuratura pentru Combaterea Criminalității Organizate și Cauze Speciale dă dovadă de independență, integritate și imparțialitate în cauzele pe care le gestionează.
Procurorii acționează în interesul public și dau dovadă de integritate profesională la cel mai înalt nivel.	Procuratura pentru Combaterea Criminalității Organizate și Cauze Speciale utilizează cele mai eficiente mijloace de anchetare și colectare a probelor în dosarele de tortură și alte tratamente inumane.
Angajații Procuraturii sunt buni specialiști, fiind într-un proces de perfecționare continuă.	Procuraturile teritoriale: „Procuratura ajută cetățenii să le fie respectate drepturile și libertățile fundamentale.”
Procuratura depune eforturi sporite pentru a crește nivelul de educație juridică a	Procuraturile teritoriale: „Procurorii iau decizii imparțiale și tratează echitabil părțile în cauzele

societății.	pe care le gestionează.”
-------------	--------------------------

Fiecare mesaj comunicat este consistent și focusat pe rezultat. Având în vedere sensibilitatea multor subiecte specifice din activitatea Procuraturii, limbajul este tratat cu o atenție deosebită și cu precizie juridică. În același timp, pentru a evita confuziile și/sau interpretările eronate, mesajele sunt clare și concise. Acestea au un stil și o imagine distincte, fiind ușor identificate, având ca suport un Manual de identitate vizuală (Brandbook), care se recomandă a fi elaborat odată cu modernizarea paginii web oficiale a Procuraturii Generale.

Pentru transmiterea mesajelor sunt utilizate instrumentele și canalele de comunicare descrise în Strategie. Pentru îmbunătățirea mesajelor sunt desfășurate sondaje privind percepția publicului referitoare la încrederea în sistemul Procuraturii, sunt colectate date privind reacția publicului (feedback-ul), este monitorizată mass-media și realizată evaluarea de impact etc. (*A se vedea Capitolul VI. Monitorizare și evaluare.*)

CAPITOLUL V. ACTIVITĂȚI DE IMPLEMENTARE A OBIECTIVELOR STRATEGIEI

Activitățile de implementare pentru realizarea obiectivelor de comunicare asigură promovarea și menținerea transparenței și încrederii publice în sistemul Procuraturii.

Secțiunea 1. Politica de imagine

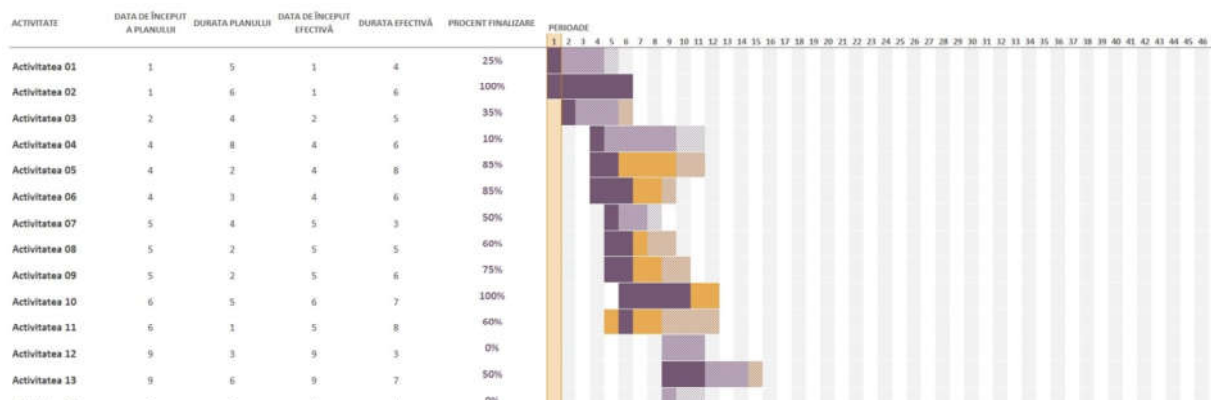
În scopul prevenirii crizelor de imagine, sistemul Procuraturii formează și menține un climat favorabil în relațiile cu publicul, mass-media, societatea civilă, precum și cu celelalte grupuri-țintă. La fel, pentru a preveni interpretările eronate sau falsurile despre activitatea Procuraturii, este realizată în mod continuu monitorizarea știrilor/articolelor în mass-media și a postărilor/comentariilor pe rețelele de socializare. De asemenea, sistemul Procuraturii reacționează într-o manieră pozitivă la aplanarea conflictelor înainte ca acestea să degereze în situații grave.

În procesul de furnizare a informațiilor, ținând cont că acestea vor circula rapid prin diverse canale de comunicare și va fi dificilă corectarea în timp real a erorilor, sistemul Procuraturii va urmări respectarea principiilor: prezumția de nevinovăție, precizia informațiilor, difuzarea informațiilor periodice în timpul procedurilor penale, protecția vieții private în cadrul procedurilor penale în

desfășurare, prevenirea influenței prejudiciabile (abținerea de la furnizarea publică de informații care prezintă un risc de prejudiciu substanțial pentru corectitudinea procedurii, protecția martorilor) etc.

Secțiunea 2. Activități de comunicare

Planificarea activităților de comunicare este un instrument de responsabilizare și coordonare a acțiunilor preconizate. Planul de comunicare conține denumirea, codul sau numărul acțiunii preconizate, descrierea acesteia, responsabilii, termenul-limită de executare, bugetul etc. Planul poate fi creat, de exemplu, cu ajutorul [diagramei Gantt](#) (poate fi realizat și în Microsoft Word, Excel, Access sau alt program de editare textuală cu suport pentru tabele).



A se vedea în continuare exemplul unui plan de comunicare pentru actualizarea paginii web oficiale a Procuraturii Generale, realizat în diagrama Gantt:

Actualizarea paginii web oficiale a Procuraturii Generale

Un site modern, accesibil și util

Evidențierea perioadei:

ACTIVITATE	RESPONSABIL	DURATA PLANULUI	DATA DE ÎNCEPUT EFECTIVĂ	DURATA EFECTIVĂ	PROCENT FINALIZARE
Elaborarea specificațiilor tehnice ale paginii web	Relații publice/IT/Achiziții	01.09.2020 - 15.09.2020	01.09.2020	14 zile lucrătoare	100%
Publicarea anunțului pentru licitația publică	Achiziții/Administratorul site-ului	30 zile lucrătoare	15.09.2020	cel mult 40 de zile	100%
Crearea paginii web	IT/Relații publice	90 zile	01.11.2020	90 zile	100%
Încărcarea informațiilor vechi pe site	Administratorul conținutului informațional	60 zile	02.01.2021	60 zile	100%
Lansarea paginii web	Relații publice/IT	testare 30 zile	01.02.2021	3 zile	100%
Publicarea comunicatelor/publicațiilor noi	Administratorul conținutului informațional	constant			100%

Pentru ca mesajul să genereze eficiență maximă, în conformitate cu obiectivele propuse, înaintea fiecărui eveniment și/sau campanie de informare sau promovare, se va realiza *planificarea media*:

- descrierea evenimentului/campaniei (context, scop, termene, buget);
- identificarea grupului/grupurilor-țintă, instrumentele și canalelor de comunicare;
- identificarea riscurilor de imagine;
- elaborarea mesajelor-cheie (în cazul conferințelor de presă sau a audierilor publice (ex. ședințele în plenul Parlamentului cu participarea Procurorului General), subdiviziunea/persoană cu atribuții de comunicare și/sau relații cu mass-media elaborează o listă cu eventuale întrebări și răspunsuri);
- alocarea bugetului;
- monitorizarea și evaluarea.

Pentru îmbunătățirea planificării media, în perspectivă, este evaluat impactul conform descrierii din capitolul „Monitorizare și evaluare” a Strategiei.

Strategia stă la baza elaborării planurilor de acțiuni de comunicare a sistemului Procuraturii. Subdiviziunea responsabilă de comunicare și/sau relații cu mass-media sau publicul va colecta în trimestrul IV, de la toate subdiviziunile, datele/informațiile cu privire la activitățile/inițiativele planificate pentru anul următor și le va include în planul de acțiuni, care va permite coordonarea și buna pregătire a comunicării. Planul va fi elaborat și coordonat cel târziu până pe data de 15 decembrie a anului în curs:

Nr.	Obiectiv: Sporirea vizibilității sistemului Procuraturii C prin creșterea nivelului de educație juridică în societate						
	Activitate	Descriere	Grupul-țintă	Instrumente și canale de difuzare	Mesaje	Responsabil	Cost estimativ
1.	Acorduri de parteneriat cu instituțiile de învățământ (Eveniment public)	Procuratura Generală va lansa semnarea acordurilor de parteneriat cu instituțiile de învățământ superior cu profil juridic și va implica studenții în activitățile de educație juridică a societății. Evenimentele vor avea loc în sediul Procuraturii.	Studenți, mediul academic, publicul profesionist, publicul larg	Comunicat de presă pe paginile web ale semnatarilor/ difuzat presei. Interviu/știri la TV/radio, portaluri de știri, Galerie foto pe pagina web a Procuraturii Generale	Procuratura Generală sprijină tinerii în cariera profesională și contribuie la educarea juridică a societății.	<i>Secția relații publice</i>	<i>Nu sunt</i>

Termenele de implementare a Planului de acțiuni pot fi redactate conform modelului (Excel):

	IAN	FEB	MAR	APR	MAI	IUN	IUL	AUG	SEPT	OCT	NOIEM	DEC
Acorduri de parteneriat Acorduri de parteneriat cu institutiile de învățământ												
Videoinforgrafice despre activitatea PG												
Ziua Europei												
Concurs de educație juridică												
Târgul de cariere												

Se recomandă utilizarea formularului din Anexa nr. 2.

Planul anual definește activitățile, grupurile-țintă, canalele de comunicare, mesajele-cheie, calendarul și persoanele responsabile pentru punerea în aplicare a acestuia. Scopul Planului anual este operaționalizarea și îmbunătățirea comunicării sistemului Procuraturii cu toate grupurile-țintă. Planul anual este supus modificărilor și actualizărilor periodice în funcție de schimbările de mediu, resurse și priorități.

Documentul va fi elaborat și implementat pentru atingerea obiectivelor stabilite de Strategie și în tandem cu Planul de Dezvoltare Strategică a Procuraturii.

Secțiunea 3. Etapele comunicării

În procesul comunicării externe, sistemul Procuraturii utilizează un ansamblu de operații de transmitere și primire a mesajelor, care se realizează în mod unilateral și bilateral.

Etapele comunicării unilaterale:

- *codificarea mesajului*: selectarea informației care urmează a fi transmisă prin cuvinte, imagini etc.;
- *transmiterea mesajului*: difuzarea mesajului codificat de la emițător la receptor utilizând instrumentele și canalele de comunicare descrise în Strategie;
- *decodificarea*: înțelegerea mesajului de către receptor. În acest scop, organele Procuraturii transmit mesaje simple, succinte și complete.

Comunicarea bilaterală include cele trei etape, precum și feedback-ul care încheie procesul de comunicare și care oferă posibilitatea de a constata dacă mesajul a fost înțeles corect.

Secțiunea 4. Tactici pentru comunicarea de criză

Apariția imprevizibilă a unor situații sau probleme care pot periclita activitatea sistemului Procuraturii sau sănătatea angajaților, precum și cele cu impact negativ major asupra reputației Procuraturii, implică o comunicare de criză. Situațiile de criză pot diminua încrederea în procurori și în sistemul judiciar, creând suspiciune cu privire la existența unui abuz sau corupție. În acest context, rolul comunicării și informării publicului este vital. Informarea corectă susține credibilitatea Procuraturii.

În pofida creării unui nivel ridicat de incertitudine și amenințare, situația de criză necesită un răspuns prompt. Astfel, subdiviziunea responsabilă de relația cu mass-media și/sau publicul din cadrul Procuraturii, va intra în regim de comunicare de criză - va institui celula de criză, va desemna un purtător de cuvânt care va face declarații publice și va discuta cu reprezentanții mass-media. Pentru a rezolva cu succes criza este necesară o abordare planificată, astfel încât comunicarea să fie deschisă, onestă, specifică și pro-activă, cu efect preventiv pe viitor și atenuare a efectelor adverse momentan. Pentru a eficientiza comunicarea de criză, abordarea va fi:

- criza nu poate fi ascunsă, de aceea problema este comunicată înainte să devină cunoscută publicului dintr-o altă sursă;
- mesajele sunt clare și actualizate, iar jurnaliștii sunt tratați prietenos;
- nu sunt utilizate informații contradictorii, confuze, incomplete;
- nu este folosită expresia „*nu comentăm*” care este asociată cu lipsa de onestitate, transmite sentimentul că ceva este ascuns sau evitat să fie comunicat.

Strategia susține prioritatea PDS 2016-2020 de a „elabora și aplica o strategie de comunicare pentru *gestionarea situațiilor de criză*, care va ajuta Procuratura Generală în comunicarea cu publicul în privința unor situații controversate și

complexe”. Documentul urmează a fi elaborat în baza prezentei Strategii și va fi denumit Plan/Instrucțiune/Procedură privind comunicarea sistemului Procuraturii/Procuraturii Generale în situații de criză/exceptionale. Scopul documentului va fi:

- să amelioreze capacitatea sistemului Procuraturii de comunicare cu publicul și mass-media în situații de criză;
- să transmită mesajul unitar al instituției, cu scopul de a preveni difuzarea unor informații contradictorii și de a evita confuziile;
- să informeze corect și în timp real despre situația/problema existentă, consecințele și, în mod deosebit, despre măsurile întreprinse;
- să asigure fluxul intern de comunicare pentru a informa în mod constant și angajații în legătura cu evoluția situației.

Pentru a spori viteza de reacție și eficiența comunicării, se recomandă ca documentul să conțină proiecte de mesaje/comunicate de presă elaborate anticipat, care vor fi actualizate la necesitate.

Totodată, se recomandă ca Secția relații publice din cadrul Aparatului Procuraturii Generale să simuleze situații de criză pentru a stabili care este gradul de reacție a angajaților/managerilor la stres, timpul efectiv de elaborare și difuzare a mesajelor și resursele umane disponibile.

CAPITOLUL VI. MONITORIZARE ȘI EVALUARE

Procuratura Generală monitorizează implementarea Strategiei și evaluează rezultatele obținute pe parcurs, utilizând **indicatorul de performanță (KPI)** - o măsurare care evaluează performanța acțiunii și/sau a unui plan în desfășurare. Strategia stabilește că este esențial să fie măsurată actualitatea, bugetul, calitatea și eficacitatea acțiunii/planului pe parcurs – un proces vital pentru ajustarea/îmbunătățirea acțiunii/planului de comunicare și/sau actualizarea obiectivelor.

Procesul de monitorizare are ca obiectiv stabilirea cu exactitate a gradului de realizare a activităților de comunicare la diferite etape. Pentru estimarea eficienței Strategiei, este realizată evaluarea trimestrială și anuală prin intermediul subdiviziunilor Procuraturii responsabile de relația cu mass-media și/sau relații publice sau prin intermediul serviciilor externalizare de monitorizare și analiză a imaginii sistemului Procuraturii.

În funcție de rezultatul evaluării, unele aspecte ale Strategiei pot fi modificate sau completate pentru ajustarea la realitățile și schimbările din societate. În acest sens, sunt cercetate și colectate bunele practici în materie de comunicare ale altor instituții naționale și internaționale de profil.

Monitorizarea reprezintă colectarea sistematică de date referitoare la indicatorii specificați în continuare, realizată cu scopul de a informa persoanele interesate (conducerea Procuraturii și/sau alți reprezentanți ai sistemului Procuraturii) despre rezultatele obținute și gradul de atingere a obiectivelor dintr-un plan sau acțiune în desfășurare.

Evaluarea reprezintă estimarea sistematică și obiectivă a unui plan/acțiuni/măsură în desfășurare sau deja desfășurate cu scopul de a determina relevanța și gradul de îndeplinire a obiectivelor propuse, astfel încât să fie clar cât de bine au funcționat planul/acțiunea/măsura etc.

Secțiunea 1. Monitorizarea implementării Strategiei de comunicare

Procesul de monitorizare are ca obiectiv stabilirea cu exactitate a gradului de realizare a activităților de comunicare la diferite etape. Monitorizarea este realizată în scopul evitării interpretărilor eronate referitoare la activitatea sistemului Procuraturii și a declarațiilor reprezentanților acestuia. Monitorizarea se face în mod continuu și se soldează:

- *News Digest* - un raport realizat de 1-3 ori pe zi (dimineața sau dimineața și seara, dimineața, la amiază și seara), care conține rubrici tematice și face trimitere către sursă: link-uri la toate știrile și articolele apărute în spațiul mediatic sau rețelele de socializare care vizează, în principal, activitatea organelor Procuraturii, dar și cele mai importante evenimente ale zilei, activitatea tuturor instituțiilor și organizațiilor din domeniul justiției, precum și informațiile relevante din presa internațională.

- *Warning Report* - un raport realizat ad-hoc, odată cu apariția unor știri sau articole cu referire la activitatea sistemului Procuraturii și care ar putea afecta negativ imaginea acestuia.

- *Subject Report* - un raport tematic ce face referire la un eveniment concret (seminar, conferință de presă etc.) sau declarații ce vizează activitatea sistemului Procuraturii, fie ale reprezentanților acestora, fie ale altor reprezentanți, cu scopul de a monitoriza modul de diseminare a informației și percepere a mesajului.

Informația din rapoartele respective este sintetizată într-un Raport privind analiza de imagine a Procuraturii Generale, elaborat trimestrial și anual.

Secțiunea 2. Evaluarea activității de comunicare

În procesul de evaluare sunt stabilite calitatea și eficiența activităților desfășurate și măsurate rezultatele comunicării. În baza rezultatelor obținute se va decide dacă o anumită activitate va continua, se va renunța sau aceasta va suporta schimbări (procesul de îmbunătățire). În acest scop, sunt setați indicatori de performanță (KPI) clari, care vor fi coordonați cu persoanele implicate în acțiunile/planurile de comunicare. Pentru a stabili relevanța unui KPI sunt utilizate criteriile SMARTER (specific, măsurabil, accesibil, relevant, plasat în timp, de evaluare, de reevaluare). Astfel, un KPI este:

- specific acțiunii, alineat la scopurile și obiectivele strategice ale Procuraturii;
- realist – indicatorul este atins cu resursele disponibile și în intervalul de timp stabilit;
- eficient – asigură un echilibru între cost și rezultat;
- bine definit – asigură colectarea și compararea corectă a informațiilor;
- tangibil – arată exact unde se propune a se ajunge;
- adaptabil la schimbare – încurajează Procuratura să dezvolte procese și metode noi de comunicare și/sau sisteme alternative în domeniu (procesul de îmbunătățire).

La evaluarea implementării Strategiei se ia în considerare evoluția **indicatorilor de performanță cantitativi**, care implică efortul echipei de comunicare, adică arată acțiunile (indicatorul de tipul „ce facem”):

- numărul de produse mediatice (articole, știri, comunicate, emisiuni radio și TV etc.);
- numărul de abonați la aplicația „Newsletter-ul” aferentă paginii-web a Procuraturii;
- numărul de vizualizări, interacțiuni și impacturi cu postările pe rețele de socializare;
- numărul de utilizatori ai paginii web a Procuraturii;
- numărul de vizitatori noi ai paginii web a Procuraturii;
- numărul de afișări de pagină;

- numărul tehnologiilor de pe care este accesat site-ul (*computere sau dispozitive mobile (dacă majoritatea accesează pe telefonul mobil, pagina web va fi optimizată)*);

- numărul din sursele de trafic: **traficul direct** (*internauții caută www.procuratura.md direct în bara de adrese*); **traficul organic** (*utilizatorii accesează pagina web a Procuraturii din motoarele de căutare Google, Yahoo etc.*); **referral traffic** (*utilizatorii accesează pagina web a Procuraturii prin intermediul link-urilor amplasate pe alte site-uri*); **paid search** (*pagina web a Procuraturii este accesată din anunțurile prin Google Ads*); **rețelele de socializare** (*pe pagina web a Procuraturii se ajunge din postările sau comentariile pe Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube etc.*).

și indicatorilor de performanță calitativi (indicatorul care indică rezultatele „cât de bine am făcut” și impactul (percepția publicului, încrederea):

- atitudinea exprimată **ton neutru** (*jurnalistul prezintă Procuratura sau reprezentantul în contextul evenimentului într-un mod obiectiv*), **favorabil** (*jurnalistul își exprimă aprecierea față de Procuratură/reprezentant, iar evenimentul în sine este favorabil pentru imaginea Procuraturii*) și **defavorabil** (*jurnalistul își exprimă dezacordul față de activitatea Procuraturii sau a reprezentantului acesteia*).

- durata medie a vizitei paginii web a Procuraturii;
- rata de respingere a paginii web a Procuraturii (sesiune cu ieșire imediată, fără accesarea altor rubrici/module/informații);
- interesul publicului pentru informația afișată pe pagina web a Procuraturii (topul celor zece subiecte reflectate pe pagina web, după numărul de vizualizări/accesări);
- datele studiilor de caz, focus-grupuri, interviuri, chestionare și analiza documentelor scrise.

Tonul jurnalistic este completat de un coeficient de favorabilitate, o măsură rezultantă care ține cont de volumul mediatizării și de calitatea acesteia. Coeficientul de favorabilitate este calculat adunând aparițiile neutre și cele favorabile și scăzând din acestea aparițiile defavorabile.

Calitatea materialelor este măsurată și prin coeficientul de tendențiozitate (CoT). Acesta este o rezultantă calculată scăzând numărul materialelor defavorabile din numărul celor favorabile fără să se țină cont de cantitatea mediatizării obiective (neutre).

Analiza calitativă include și sursele mediatizării (internă/externă), precum și o distribuție a aparițiilor de presă în funcție de acest parametru.

Analiza cuprinde „atribute” sau sintagme-cheie care definesc imaginea media a procurorului. Acestea se regăsesc ca atare în text (fiind modul în care jurnaliștii sau alți actori caracterizează subiectul analizei).

Calitatea imaginii publice și domeniile de îmbunătățire sunt măsurate și prin sondaje tematice generale, în grupurile-țintă. Evaluarea se va face inclusiv prin colectarea datelor din sistemul Google Analytics (numărul de accesări, de vizitatori și utilizatori), iar pentru a urmări mai bine desfășurarea campaniilor, se va utiliza Google Analytics URL Builder.

Evaluarea va fi inclusă în Raportul anual privind analiza de imagine a Procuraturii Generale.

Secțiunea 3. Auditul de imagine

Auditul de imagine este cel mai complex instrument de evaluare a eficienței comunicării, deoarece reprezintă analiza tuturor punctelor de contact ((punctele de interacțiune directă dintre Procuratură și audiențele sale (grupurile-țintă)) și care duce la îmbunătățirea imaginii sistemului Procuraturii. Punctele de contact reprezintă spațiile fizice și online în care oamenii interacționează cu Procuratura.

Analiza de imagine permite crearea unei imagini clare a felului în care instituția comunică. La realizarea auditului de imagine se vor utiliza următoarele criterii de evaluare:

- audiența (grupurile-țintă) care intră în contact cu Procuratura;
- descrierea experienței grupurilor-țintă în comunicarea cu Procuratura;
- evaluarea impactului acestei experiențe asupra imaginii Procuraturii;
- descrierea practicilor și procedurilor persoanelor care gestionează punctul de contact;
- evaluarea impactului acestor practici asupra imaginii Procuraturii.

În acest scop vor fi parcurse următoarele etape:

1. Se identifică audiențele importante pentru Procuratură (din grupurile-țintă)	
2. Se organizează discuții sau chestionare cu:	
<i>Audiența (grupurile-țintă)</i>	<i>Angajații responsabili de gestionarea punctelor de contact(din cadrul Procuraturii)</i>
Scopul discuțiilor sau chestionarelor este de a stabili:	
<i>Ce puncte de contact au utilizat</i>	<i>Care sunt procedurile și</i>

	<i>comportamentele în punctele de contact</i>
<i>Ce i-a motivat</i>	<i>Cât de bine înțeleg așteptările și necesitățile audiențelor</i>
<i>Care au fost așteptările</i>	<i>Ce propuneri de îmbunătățire au</i>
<i>Cum apreciază comportamentul angajaților</i>	
<i>Cum apreciază informația primită</i>	
<i>Care este gradul lor de satisfacție în urma comunicării cu Procuratura?</i>	
<i>Ce propuneri au de îmbunătățire?</i>	
3. Se realizează analiza care va stabili:	
<i>Importanța punctului de contact (cine îi utilizează și care a fost gradul de satisfacție)</i>	
<i>Impactul (cum a influențat punctul de contact imaginea Procuraturii și care sunt diferențele dintre așteptările audienței și ale angajaților punctului de contact)</i>	
<i>Metode de îmbunătățire a performanței punctului de contact.</i>	

CAPITOLUL VII. CONCLUZII

Comunicarea eficientă și transparentă este esențială pentru sistemul Procuraturii în contextul implementării noilor tendințe de comunicare, impuse la nivel global, orientate spre utilizarea tot mai frecventă a instrumentelor și canalelor digitale care accelerează penetrarea și circulația mesajelor pe piața consumului de informație.

În acest context, sistemul Procuraturii optează pentru preluarea și punerea în aplicare a celor mai bune practici internaționale de comunicare externă menite să sporească gradul de încredere în sistemul Procuraturii prin asigurarea transparenței, consolidarea capacității de comunicare digitală și îmbunătățirea vizibilității sistemului Procuraturii, precum și crearea unui spațiu informațional permanent pentru educația juridică a societății cu scopul de a îmbunătăți imaginea sistemului Procuraturii și reputația procurorilor. Strategia constată că activitățile de educație juridică a societății pot induce pe termen lung încredere și claritate în percepția publicului larg.

Principalul mecanism de implementare a Strategiei este Planul de acțiuni, care va fi elaborat, coordonat și aprobat în trimestrul IV al anului în curs pentru

anul următor (exemplu: în trimestrul IV al anului 2020 se va elabora, coordona și aproba planul pentru anul 2021 ș.a.m.d.). În scopul implementării unei strategii moderne de comunicare, în corespundere cu necesitățile și tendințele de comunicare digitală, se consideră oportună modernizarea/reorganizarea Secției relații publice din cadrul Aparatului Procuraturii Generale, inclusiv prin atragerea personalului calificat, între care, în mod special: designer grafică (1); fotograf/operator video (1), specialist în comunicarea social media (1), inclusiv cu atribuții privind evaluarea și monitorizarea implementării Strategiei. La fel, se recomandă instituirea funcției de purtător de cuvânt, care se va subordona Procurorului General, și care va deține și postul de procuror-șef al subdiviziunii modernizate/reorganizate. Crearea funcției de purtător de cuvânt va contribui la diminuarea presiunilor asupra instituției prin disocierea de factorul politic, va spori interacțiunea cu mass-media și publicul larg și va asigura pe deplin organizarea și coordonarea activităților de comunicare externă a Procuraturii Generale.

În același timp, în scopul îmbunătățirii calității comunicării externe, pe lângă atragerea personalului calificat se va opta pe motivarea financiară a echipei de comunicare a Procuraturii.

Strategia constituie și un imbold la nivel instituțional pentru resetarea procedurilor interne de comunicare, astfel încât să fie asigurată îmbunătățirea continuă a proceselor de comunicare în scopul ajustării Strategiei la realitățile și schimbările din societate. În acest sens, Strategia va fi supusă evaluării în conformitate cu prevederile din Capitolul VI. „Monitorizare și Evaluare”.

Pentru implementarea Strategiei va fi prevăzut un buget anual, care va fi stabilit în funcție de necesitățile aferente realizării Planului de acțiuni și care va proveni din mijloacele financiare ale Procuraturii sau/și contribuția partenerilor de dezvoltare ai Republicii Moldova și/sau parteneriatele stabilite la nivel interinstituțional și/sau din proiectele comune cu organizațiile neguvernamentale, mediul academic etc.

GLOSAR DE ACRONIME

Nr.	Acronim	Denumirea completă
1.	PG	Procuratura Generală
2.	PCCOCS	Procuratura pentru Combaterea Criminalității Organizate și Cauze Speciale
3.	PA	Procuratura Anticorupție
4.	PDS	Planul de Dezvoltare Strategică a Procuraturii
5.	BOP	Barometrul Opiniei Publice
6.	CNA	Centrul Național Anticorupție
7.	CCPE	Consiliul Consultativ al Procurorilor Europeni
8.	CEDO	Convenția pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale
9.	SEEPAG	Grupul Consultativ al Procurorilor din Sud-Estul Europei
10.	UE	Uniunea Europeană
11.	CoE	Consiliul Europei
12.	Moneyval	Comitetul de experți pentru evaluarea măsurilor de combatere a spălării banilor și finanțarea terorismului (din cadrul CoE)
13.	CLEP	Proiectul CoE și UE „Combaterea corupției prin aplicarea legii și prevenire”
14.	PNUD	Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare
15.	USAID	Agenția pentru Dezvoltare Internațională a SUA
16.	OSCE	Organizația pentru Securitate și Cooperare în Europa
17.	DNA	Direcția Națională Anticorupție (România)
18.	IRZ	Fundația Germană pentru Cooperare Juridică Internațională
19.	EUBAM	Misiunea UE de Asistență la Frontieră în Moldova și Ucraina
20.	CSI	Comunitatea Statelor Independente

Activități orientate spre atingerea obiectivelor Strategiei de comunicare externă a Sistemului Procuraturii

Obiectiv general 1: Sporirea gradului de încredere în sistemul Procuraturii prin asigurarea transparenței			
Obiectiv specific 1.1. Creșterea transparenței și credibilității activității Procuraturii și procurorilor			
Grupul-țintă	Publicul larg	Publicul profesionist	Mediul academic
Mesajul general	Procuratura este o instituție independentă și eficientă în cadrul autorității judecătorești și contribuie la respectarea ordinii de drept, apărarea drepturilor și intereselor legitime ale persoanei și ale societății.		
Mesajul-cheie	1. Procuratura este o instituție independentă care activează în interesul cetățenilor și a statului, în scopul respectării drepturilor omului. 2. Procurorii acționează în interesul public și dau dovadă de integritate profesională la cel mai înalt nivel. 3. Procuratura se aliniază celor mai bune practici internaționale de apărare a drepturilor omului și de prevenire a corupției. 4. Procuratura Anticorupție este partenerul de încredere al societății în lupta cu corupția. 5. Procuratura pentru Combaterea Criminalității Organizate și Cauze Speciale dă dovadă de independență, integritate și imparțialitate în cauzele pe care le gestionează. 6. Procurorii iau decizii imparțiale și tratează la egal părțile în cauzele pe care le gestionează.	1. Procuratura optează pentru cele mai înalte standarde de integritate și imparțialitate. 2. Angajații Procuraturii sunt buni specialiști, fiind într-un proces de perfecționare continuă. 3. Procuratura nu admite imixtiuni în activitatea sa, fiind o instituție independentă care acționează doar în interesul public.	Procuratura este o instituție transparentă și deschisă spre cooperare.
Canale și instrumente	Mass-media; pagina-web; rețele de socializare; evenimentul; conferința de presă; comunicatul de presă; interviul; telefonul; comunicarea electronică; publicațiile.	Evenimentul, mass-media, comunicatul de presă, interviul, telefonul, publicațiile, pagina-web, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.).	Evenimentul, comunicatul de presă, telefonul, publicațiile, pagina-web, mass-media, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.).

Acțiuni	1. Campanie de informare (denumirea va fi stabilită în funcție de context. Exemplu la zi: „Pentru o justiție sănătoasă”) - elaborarea și distribuirea produselor multimedia: infografice, videoinfografice, secvențe video explicative, jocuri interactive etc. Materialele vor fi distribuite pe platformele online de știri, rețelele de socializare și Google Ads, precum și pe paginile web ale Procuraturii, instituțiilor și organizațiilor cu profil juridic. <i>Termen de implementare 2021-2025</i> 2. Comunicate de presă despre cele mai relevante activități ale sistemului Procuraturii distribuite prin intermediul mass-media, rețelele de socializare, conferințe, seminare etc. <i>Termen: Permanent</i> 3. Familiarizarea publicului larg cu activitățile planificate ale Procuraturii prin organizarea conferințelor sau briefingur-ilor de presă. <i>Termen: Trimestrial/semestrial/anual</i> 4. Implicarea cetățenilor în procesul decizional – consultarea publică. Anunțurile se vor face prin comunicate de presă. <i>Termen : Permanent</i> 5. Interviuuri cu reprezentanți ai sistemului Procuraturii pentru a spune că Procuratura se implică activ în procesul de apărare a drepturilor omului și de prevenire a corupției etc. <i>Termen: Periodic</i> 6. Participarea la expoziții publice precum „Orășelul Integrității” organizat de CNA, expozițiile organizate de Parlament cu ocazia Zilei Democrației, expoziții tematice cu ocazia Zilei lucrătorului Procurorii (29 ianuarie), promovarea Ghidului cetățeanului care vizează sensibilizarea cu privire la normele etice și de disciplină ale procurorilor. <i>Termen: Periodic</i> 7. Ziua ușilor deschise (vizite pentru publicul larg cu prezentări despre rolul Procuraturii în sistemul justiției etc.) <i>Termen: cel puțin 2 ori pe an</i> 8. Chestionare privind percepția publicului – măsurarea nivelului de încredere a cetățenilor în sistemul Procuraturii. <i>Termen: La necesitate</i>	1. Organizarea întrunirilor formale și neformale pentru menținerea unei comunicări deschise, eficiente și corecte dintre procurori și ofițerii de urmărire penală, inclusiv a serviciilor de comunicare dintre ambele instituții. Întrunirile au scopul de a dezvolta o comunicare de cooperare și nu una competitivă. <i>Termen: La necesitate</i> 2. Organizarea unor evenimente comune: conferințe/seminare/webinare tematice, cursuri de instruire pentru jurnaliști. <i>Termen : La necesitate</i> 3. Proiecte comune de educație juridică a societății. <i>Termen: La necesitate</i>	1. Organizarea prelegerilor pentru elevi și studenți la diverse tematici. <i>Termen: La necesitate</i> 2. Organizarea conferințelor/seminarelor/webinarelor științifice în cadrul instituțiilor de învățământ. <i>Termen: La necesitate</i> 3. Publicarea interviurilor/articolelor în publicațiile instituțiilor de învățământ sau a altor publicații destinate tinerilor sau cu profil juridic. <i>Termen: Periodic</i> 4. Semnarea acordurilor de parteneriat cu instituțiile de învățământ de profil (se vor difuza comunicate de presă cu ocazia fiecărui acord semnat). <i>Termen: Pe parcursul anului 2021</i> 5. Organizarea de către Procuratură a concursurilor pentru elevi și studenți la tema drepturilor omului etc. (pentru fiecare concurs va fi elaborat un Regulament care va stabili criteriile și etapele de selecție.) <i>Termen: La necesitate</i>	
	Obiectiv specific 1.2. Asigurarea unui proces eficient de colaborare a sistemului Procuraturii cu organizațiile și reprezentanții societății civile și mass-media			
	Grupul-țintă	Mass-media	Societatea civilă	
	Mesaj general	Procurorii acționează în interesul public și dau dovadă de integritate profesională la cel mai înalt nivel.		
Mesajul - cheie	1. Procuratura este o instituție transparentă și manifestă o atitudine echidistantă față de mass-media.	1. Procuratura se implică pro-activ în comunicarea activității, priorităților și obiectivelor sale, ascultând păreri și idei externe și răspunzând nevoilor societății civile într-o manieră pozitivă.		

	2. Procuratura răspunde prompt și imparțial la toate solicitările de informație. 3. Procurorii dau dovadă de integritate profesională la cel mai înalt nivel. 4. Procuratura optează pentru cele mai înalte standarde de integritate și imparțialitate. 5. Angajații Procuraturii sunt buni specialiști, fiind într-un proces de perfecționare continuă. 6. Procuratura nu admite imixtiuni în activitatea sa, fiind o instituție independentă care acționează doar în interesul public.		2. Procuratura funcționează în condiții de maximă eficiență, flexibilitate și transparență. 3. Procuratura este implicată activ în reformarea justiției și întreprinde toate măsurile pentru a asigura efectuarea unei justiții independente și eficiente în Republica Moldova.	
Canale și instrumente	Pagina web, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (webinare, alte evenimente prin aplicațiile online etc.) comunicatul de presă; interviul; telefonul; publicațiile etc.		Evenimentul, comunicatul de presă, interviul, telefonul, publicațiile, pagina-web, mass-media, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.).	
Acțiuni	1. Conferințe/briefinguri de presă la subiectele de interes pentru Procuratură încadrate în mesajele și ariile tematice (<i>a se vedea capitolul IV. Matricea de comunicare</i>). <i>Termen: Periodic</i> 2. Întrevederi neformale a conducerii Procuraturii Generale și procuraturilor specializate cu jurnaliștii pentru o mai bună înțelegere a activităților, proiectelor și cauzelor de rezonanță gestionate de Procuratură. <i>Termen: Periodic</i> 3. Interviuri cu reprezentanți ai sistemului Procuraturii pentru promovarea activităților Procuraturii. <i>Termen: Periodic (Obligatoriu la final de an interviul de bilanț).</i> 5. Elaborarea și difuzarea unui Newsletter cu conținutul informațiilor publicate pe pagina web a Procuraturii Generale (după ce vor fi create paginile web ale procuraturilor specializate și acestea vor dezvolta acest produs) <i>Termen: Permanent</i>		1. Crearea unor platforme de comunicare permanente (ședințe de dezbateri, forumuri și platforme online etc.), care să ofere oportunitatea comunicării și dezbaterii operative și în regim operativ a problemelor stringente, în special, pe partea ce ține de politica penală a statului implementată de Procuratură și problemele sistemice din activitatea Procuraturii. <i>Termen: La necesitate</i> 2. Întrevederi neformale periodice cu formatorii de opinie (lideri ai ONG-urilor) pentru promovarea mesajelor Procuraturii și/sau a oferi claritate asupra cauzelor de rezonanță gestionate de Procuratură. <i>Termen: Periodic</i> 3. Proiecte comune de educație juridică pentru promovarea drepturilor omului. <i>Termen: La necesitate</i> 4. Implicarea societății civile în inițiative ale sistemului Procuraturii (colectarea de idei). <i>Termen: La necesitate</i> 5. Organizarea evenimentelor comune: conferințe/seminare tematice, concursuri pentru elevi și studenți (societatea civilă poate face parte din comisiile de selecție). <i>Termen: La necesitate</i>	
Obiectiv specific 1.3. Îmbunătățirea calității comunicării sistemului Procuraturii				
Grupul-țintă	Mass-media	Publicul profesionist	Societatea civilă	Mediul academic
Mesajul general	Procuratura se dezvoltă continuu pentru a funcționa în condiții de maximă eficiență, flexibilitate și transparență.			
Mesajul-cheie	Procuratura tratează cu respect și echidistant reprezentanții mass-media.	Angajații Procuraturii sunt buni specialiști, fiind într-un proces de perfecționare continuă.	Procuratura se implică pro-activ în comunicarea activității, priorităților și obiectivelor sale, ascultând păreri și idei externe și răspunzând nevoilor societății civile într-o manieră pozitivă.	Procuratura este o instituție transparentă și deschisă spre cooperare.

Canale și instrumente	Evenimentul, conferința de presă; comunicatul de presă, interviul, telefonul, publicațiile, pagina-web, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.)	Comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.), evenimentul (cursuri de instruire, ateliere de lucru).	Întrevederi neformale - comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.)	Evenimentul, comunicatul de presă, interviul, telefonul, publicațiile, pagina-web, mass-media, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente online etc.)
Acțiuni	Întrevederi neformale periodice cu jurnaliștii pentru dezvoltarea unor relații bazate pe încrederea reciprocă și menținerea unui dialog neutru și constant. <i>Termen: Periodic</i>	1. Consolidarea funcțiilor de comunicatori în cadrul sistemului Procuraturii, inclusiv procuraturilor specializate prin crearea/dezvoltarea/modernizarea/extinderea subdiviziunii care se ocupă de relația cu mass-media și/sau publicul. Angajarea de către Procuratura Generală a 2 specialiști în comunicarea digitală: designer grafică, animație video și fotograf/operator video - editare video/foto etc. și 1 specialist în comunicarea social-media. <i>Termen de implementare: ianuarie -decembrie 2021</i> 2. Dezvoltarea unei platforme de comunicare intra-instituționale a sistemului Procuraturii (Procuratura Generală, procuraturile specializate și procuraturile teritoriale etc) – exemplu: <i>Consiliul de comunicare al organelor Procuraturii</i> ; <i>Termen: Crearea platformei – trim. I-III, 2021</i> <i>Implementarea: Permanent.</i> 3. Organizarea, prin intermediul partenerilor de	1. Procuratura încurajează societatea civilă (prin organizarea întrunirilor neformale) să devină partener de încredere, cu care se va colabora constant, pentru a recepționa recomandări și opinii referitoare la reformele și inițiativele elaborate de organele Procuraturii, oferind, astfel, sprijinul său în realizarea reformelor lansate. <i>Termen: Periodic.</i> 2. Întrevederi neformale cu bloggieri și influenceri pentru o mai bună înțelegere a activităților, proiectelor și cauzelor de rezonanță gestionate de Procuratură. <i>Termen: La necesitate</i>	Organizarea în cadrul Acordurilor de parteneriat a conferințelor/seminarelor/webinarelor științifice, de preferat, la sediile instituțiilor de învățământ. <i>Termen: La necesitate</i>

		dezvoltare, a atelierelor de lucru/cursuri de instruire pentru managementul de top și mediu al sistemului Procuraturii cu privire la elementele de bază ale discursului public: dimensiunea discursului public, inclusiv răspunsurile acordate în cadrul interviurilor, disciplina mesajului în interacțiunea cu mass-media. În cadrul acestora se vor face prezentări despre: conceperea, structurarea și organizarea discursului public; utilizarea marcatorilor verbali în cadrul discursului public (cuvintele de legătură, pauzele discursive etc.); utilizarea mesajelor-cheie; utilizarea elementelor de retorică (cursivitate, ton, inflexiuni vocale etc.); gestionarea întrebărilor dificile – apelul la empatie și emoție; utilizarea elementelor non-verbale (postură, gestică, mimică, contact vizual cu interlocutorul). <i>Termen: La necesitate</i> 4. Simularea a 1-2 situații pentru comunicarea de criză (participanți – echipa de comunicare a Procuraturii cu implicarea conducerii). <i>Perioada de implementare:</i> - trim. III-IV 2021; - trim. III-IV 2022; - trim. III-IV 2023; - trim. III-IV 2024; - trim. III-IV 2025.	
--	--	--	--

Obiectiv specific 1.4. Informarea promptă și pro-activă a publicului larg privind dosarele de rezonanță aflate în gestiunea sistemului Procuraturii					
Grupul-țintă	Publicul larg	Mass-media	Societatea civilă	Publicul profesionist	Structurile internaționale
Mesajul general	Procuratura este o instituție independentă și eficientă în cadrul sistemului justiției și contribuie la respectarea ordinii de drept, apărarea drepturilor și intereselor legitime ale persoanei și ale societății.				
Mesajul-cheie	1. Procuratura este o instituție independentă care activează în interesul cetățenilor și a statului, în scopul respectării drepturilor omului. 2. Procuratura nu admite imixtiuni în activitatea sa, fiind o instituție independentă care acționează doar în interesul public. 3. Procuratura se aliniază celor mai bune practici internaționale de apărare a drepturilor omului și de prevenire a corupției etc.	Procuratura tratează echidistant reprezentanții mass-media și răspunde prompt și în mod imparțial la toate solicitările de informație.	Procurorii acționează doar în interesul public și dau dovadă de integritate profesională la cel mai înalt nivel.	Procuratura optează pentru cele mai înalte standarde de integritate și imparțialitate.	Procuratura întreprinde toate măsurile pentru a asigura efectuarea unei justiții independente și eficiente în Republica Moldova.
Canale și instrumente	Mass-media, evenimentul, conferința de presă; comunicatul de presă, interviul, telefonul, publicațiile, pagina-web, mass-media, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.)	Evenimentul, conferința de presă; comunicatul de presă, interviul, telefonul, publicațiile, pagina-web, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.)	Comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (discuții prin aplicațiile online Zoom, Skype etc.)	Comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), mass-media, evenimentul, comunicatul de presă, interviul, telefonul, publicațiile, pagina-web, rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.)	Comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), mass-media, evenimentul, comunicatul de presă, interviul, publicațiile, pagina-web, rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.)
Acțiuni	Utilizarea canalelor și instrumentelor de comunicare pentru a informa despre dosarele de rezonanță aflate în gestiunea Procuraturii, în special, a procuraturilor specializate (PCCOCS și PA), cu respectarea rigorilor prezumției nevinovăției și secretului urmăririi penale.	Organizarea conferințelor de presă pentru a comunica despre inițierea/rezultatul cauzei de rezonanță aflat în gestiunea procuraturii, în special, a procuraturilor specializate (PCCOCS și PA), cu respectarea rigorilor prezumției nevinovăției și secretului urmăririi penale. <i>Termen: Periodic</i>	Întrevederi neformale a conducerii Procuraturii Generale cu formatorii de opinie (lideri ai ONG-urilor) pentru promovarea mesajelor Procuraturii și/sau a oferi claritate asupra cauzelor de rezonanță gestionate de Procuratură. <i>Termen: La necesitate</i>	Organizarea întrunirilor pentru comunicatorii organelor Procuraturii, participanții la platforma de comunicare intra-instituțională a Procuraturii, cu scopul de a comunica despre dosarele de rezonanță aflate în gestiunea Procuraturii și elaborarea	1. Procuratura comunică direct cu partenerii externi pentru a disemina informația din prima sursă, a răspunde la întrebările acestora. <i>Termen: La necesitate</i> 2. Atragerea asistenței externe pentru instruirea angajaților sistemului Procuraturii privind comunicarea externă, în special comunicarea în situații de criză, comunicarea pe rețelele de socializare etc. <i>Termen: La necesitate</i>

	<i>Termen: Periodic</i> Important: înainte de a face publică informația, Procuratura va comunica părților vizate în cauzele de rezonanță despre ceea ce urmează a fi difuzat către mass-media și publicul larg.	Important: înainte de a face publică informația, Procuratura va comunica părților vizate în cauzele de rezonanță despre ceea ce urmează a fi difuzat către mass-media și publicul larg.		mesajelor-cheie pentru comunicarea externă. <i>Termen: La necesitate</i>	
Obiectiv specific 1.5. Dezvoltarea unui cadru de comunicare eficientă a sistemului Procuraturii cu autoritățile publice, organele administrației publice și organele de drept					
Grupul-țintă	Publicul profesionist (organele de drept)		Autoritățile publice		
Mesajul general	Procuratura menține o comunicare deschisă, eficientă și corectă cu actorii implicați în reformarea justiției.				
Mesajul-cheie	1. Procuratura este implicată activ în reformarea justiției și întreprinde toate măsurile pentru a asigura efectuarea unei justiții independente și eficiente în Republica Moldova. 2. Procuratura optează pentru cele mai înalte standarde de integritate și imparțialitate. 3. Procurorii asigură calitate și echitate în procesul de urmărire penală și în fața instanțelor de judecată. 4. Procuratura se implică activ în prevenirea actelor de corupție, de tortură și abuzul de putere față de cetățeni. 5. Angajații Procuraturii sunt buni specialiști, fiind într-un proces de perfecționare continuă.		1. Procuratura este implicată activ în reformarea justiției și întreprinde toate măsurile pentru a asigura efectuarea unei justiții independente și eficiente în Republica Moldova. 2. Procuratura nu admite imixtiuni în activitatea sa, fiind o instituție independentă care acționează doar în interesul public. 3. Procuratura este partenerul de încredere al societății în apărarea drepturilor și libertăților fundamentale ale omului și prevenirea corupției. 4. Procuratura se implică activ în prevenirea actelor de corupție, de tortură și abuzul de putere față de cetățeni. 5. Procuratura dă dovadă de independență, integritate și imparțialitate în cauzele pe care le gestionează. 6. Procuratura optează pentru cele mai înalte standarde de integritate și imparțialitate.		
Canale și instrumente	Comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.), mijloacele de comunicare electronică (email, SMS, chat), telefon.		Comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.), mijloacele de comunicare electronică (email), telefon etc.		
Acțiuni	1. Organizarea întrunirilor formale și neformale pentru menținerea unei comunicări deschise, eficiente și corecte dintre procurori și ofițerii de urmărire penală, inclusiv a serviciilor de comunicare dintre ambele instituții. Întrunirile au scopul de a dezvolta o comunicare de cooperare și nu una competitivă. <i>Termen: La necesitate</i> 2. Organizarea unor evenimente comune: conferințe/seminare/webinare tematice, cursuri de instruire pentru jurnaliști. <i>Termen: La necesitate</i> 3. Proiecte comune de educație juridică a societății. <i>Termen: La necesitate</i> 4. Publicarea pe pagina web a Procuraturii Generale a proiectelor/inițiativelor sale spre consultare publică. <i>Termen: La necesitate</i>		1. Participarea/crearea grupurilor de lucru interinstituționale pe domenii de interes național, membrii Guvernului și Parlamentului fiind actorii care, alături de Procuratură, elaborează, promovează și adoptă politica penală a statului, dar și cei care asigură buna activitate (organizatorică, financiară) a sistemului Procuraturii. <i>Termen: La necesitate</i> 2. Organizarea ședințelor interinstituționale sau alți actori ai statului pentru dezbaterile/discutarea unor subiecte de interes comun. <i>Termen: La necesitate</i> 3. Proiecte comune de educație juridică a societății. <i>Termen: La necesitate</i>		

Obiectiv general 2: Consolidarea capacității de comunicare digitală și îmbunătățirea vizibilității sistemului Procuraturii

Obiectiv specific 2.1. Diversificarea și modernizarea canalelor și instrumentelor de comunicare

Grupul-țintă	Publicul profesionist	Alte grupuri-țintă (toate grupurile-țintă indicate în capitolul IV. „Matricea de comunicare”, cu excepția publicului profesionist)
Mesajul general	Procuratura tinde să aplice metode și instrumente inovative de comunicare pentru a spori interesul publicului față de activitățile sale	
Mesajul-cheie	Procuratura răspunde pozitiv la necesitățile de informare a societății, publică imediat deciziile sale într-un mod atractiv și accesibil.	Procuratura este o instituție transparentă și manifestă o atitudine echidistantă față de grupurile-țintă cu care comunică. Procuratura se implică proactiv în comunicarea activității, priorităților și obiectivelor sale, ascultând păreri și idei externe și răspunzând nevoilor societății într-o manieră pozitivă. Procuratura optează pentru cele mai înalte standarde de integritate și imparțialitate. Angajații Procuraturii sunt buni specialiști, fiind într-un proces de perfecționare continuă. Procuratura este o instituție transparentă și deschisă spre cooperare. Procuratura depune eforturi sporite pentru a crește nivelul de educație juridică a societății.
Canale și instrumente	Pagina web a Procuraturii, mass-media, evenimentul, rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente online etc.)	Mass-media, evenimentul, conferința de presă, comunicatul de presă, interviul, publicațiile, pagina-web, mass-media, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente online etc.)
Acțiuni	1. Modernizarea paginii web a Procuraturii Generale, prin crearea unui design nou, interactiv, cu o interfață atractivă, prietenoasă, cu un nou conținut multimedia: infografice, module interactive etc. <i>Termen de implementare: ianuarie-decembrie 2021</i> 2. Elaborarea Regulamentului privind conținutul informațional al paginii web a Procuraturii Generale; <i>Termen: trim. IV 2020</i> 4. Crearea paginii web și elaborarea Manualului de identitate corporativă a Procuraturii Anticorupție. <i>Termen de implementare: ianuarie-decembrie 2021</i> 5. Crearea paginii web și elaborarea Manualului de identitate corporativă a PCCOCS) <i>Termen de implementare: ianuarie-decembrie 2021</i> 6. Crearea profilului de educație juridică administrat de Procuratura Generală pe Facebook, Twitter, Instagram și canalul Youtube. <i>Termen de implementare: trim IV 2020 – trim I 2021</i> 7. Atragerea asistenței externe pentru instruirile administratorilor conținutului informațional al paginilor web ale Procuraturii Generale și procuraturilor specializate. <i>Termen: trim I-III 2021</i> 8. Cursuri de instruire/ateliere de lucru pentru comunicatorii sistemului Procuraturii privind comunicarea digitală și	1. Elaborarea și difuzarea produselor multimedia (infografice, videoinfografice, secvențe video de cel mult 90 sec.) pentru a îmbunătăți vizibilitatea Procuraturii. Se vor promova subiecte despre rolul Procuraturii, activitățile acesteia, explicarea unor subiecte de interes public etc.) <i>Termen: Elaborarea produselor multimedia începând cu anul 2021</i> <i>Termen: Permanent (începând cu anul 2022)</i> 2. Difuzarea prezentărilor interactive pe pagina web a Procuraturii referitoare la Raportul de activitate, ilustrat în grafice și alte imagini; <i>Termen: Periodic</i> 3. Organizarea de webinare pentru elevi și studenți la diverse subiecte pentru a spori nivelul de cunoștințe juridice și, ca rezultat, promovarea imaginii Procuraturii sporind vizibilitatea acesteia. <i>Termen: La necesitate</i> 4. Webinare tematice pentru jurnaliști. <i>Termen: La necesitate</i> 5. Elaborarea și difuzarea unui Newsletter cu conținutul informațiilor publicate pe pagina web a Procuraturii Generale (după ce vor fi create paginile web ale procuraturilor specializate și acestea vor dezvolta acest produs). La Newsletter se vor abona toate grupurile-țintă stabilite în capitolul IV „Matricea de comunicare”). <i>Termen: Permanent</i>

	comunicarea pe rețelele de socializare. <i>Termen: La necesitate.</i> 9. Elaborarea/Gestionarea unei baze de date unice în Sistemul de gestiune electronică a documentelor interne (cu accesul subdiviziunilor Procuraturii) - Registrul electronic - al solicitărilor de informații ale mass-media și răspunsurile formulate la acestea cu scopul de a nu devia de la poziția oficială a Procuraturii la o anumită temă. <i>Termen de elaborare: trim.I-III 2021</i> <i>Termen de implementare: Permanent</i>				
Obiectiv specific 2.2. Crearea unei identități vizuale unitare și distincte a sistemului Procuraturii					
Grupul-țintă	Publicul profesionist (sistemul Procuraturii)		Alte grupuri-țintă <i>(toate grupurile-țintă indicate în capitolul IV. „Matricea de comunicare”, cu excepția publicului profesionist)</i>		
Mesaj	Procuratura are o identitate distinctă și activează în condiții de maximă eficiență, flexibilitate și transparență.				
Canale și instrumente	Pagina web oficială a Procuraturii Generale, paginile noi create ale procuraturilor specializate		Evenimente, pagini web, mass-media, comunicate de presă, publicațiile, rețele de socializare, comunicarea online (evenimente online etc.).		
Acțiuni	1. Elaborarea Manualului de identitate vizuală (brand-book) - ghid tehnic care prezintă standardele grafice și parametrii de utilizare ai logo-ului și elementelor vizuale - odată cu modernizarea/crearea paginilor web ale Procuraturii Generale și procuraturilor specializate. <i>Termen: 2021-2022</i> 2. Crearea materialelor promoționale/produselor de identitate corporativă în baza recomandărilor și modelelor expuse în Manualul de identitate corporativă/vizuală: <i>Termen: Începând cu trim. 3-4 2021, după ce Manualul respectiv va fi aprobat.</i>		Elementele de identitate vizuală vor fi expuse în cadrul evenimentelor organizate pentru grupurile-țintă respective sau cu participarea acestora. Astfel, Procuratura va obține treptat o identitate unitară în percepția publicului. <i>Termen: Permanent</i>		
Obiectiv general 3: Crearea unui spațiu informațional permanent pentru educația juridică a societății cu scopul de a îmbunătăți imaginea sistemului Procuraturii și reputația procurorilor					
Obiectiv specific 3.1. Promovarea acțiunilor sistemului Procuraturii pentru a crește nivelul de educație juridică a societății					
Grupul-țintă	Publicul larg	Mass-media	Societatea civilă	Publicul profesionist	Mediul academic Instituțiile de analiză și cercetare
Mesajul general	Procuratura depune eforturi sporite pentru a crește nivelul de educație juridică a societății				
Mesajul-cheie	1. Procurorii acționează în interesul public și dau dovadă de integritate	1. Procuratura este o instituție transparentă și manifestă o atitudine	Procuratura se implică pro-activ în comunicarea activității, priorităților și	Procuratura nu admite imixtiuni în activitatea sa, fiind o instituție	1. Procuratura este o instituție transparentă și deschisă spre cooperare.

	profesională la cel mai înalt nivel. 2. Procuratura este o instituție transparentă și deschisă spre cooperare. 3. Procuratura se aliniază celor mai bune practici internaționale de apărare a drepturilor omului și de prevenire a corupției. 4. Procuratura se implică pro-activ în comunicarea activității, priorităților și obiectivelor sale, ascultând păreri și idei externe și răspunzând nevoilor societății într-o manieră pozitivă. 5. Procuratura depune eforturi sporite pentru a crește nivelul de educație juridică a societății.	echidistantă față de mass-media. 2. Procuratura răspunde prompt și imparțial la toate solicitările de informație. 3. Procurorii dau dovadă de integritate profesională la cel mai înalt nivel.	obiectivelor sale, ascultând păreri și idei externe și răspunzând nevoilor societății într-o manieră pozitivă.	independentă care acționează doar în interesul public.	2. Procuratura este deschisă comunicării cu instituțiile de analiză și cercetare, oferind informații clare și concludente despre activitatea sa.
Canale și instrumente	Mass-media; pagina-web; rețele de socializare, evenimentul; conferința de presă; comunicatul de presă; interviul; telefonul; comunicarea electronică; publicațiile	Pagina-web, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (webinare, alte evenimente prin aplicațiile online etc.) comunicatul de presă; interviul; telefonul; comunicarea electronică; publicațiile.	Evenimentul, comunicatul de presă, interviul, telefonul, publicațiile, pagina-web, mass-media, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.).	Evenimentul, mass-media, comunicatul de presă, interviul, telefonul, publicațiile, pagina-web, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.).	Evenimentul, comunicatul de presă, telefonul, publicațiile, pagina-web, mass-media, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.).
Acțiuni	1. Crearea unei baze de date: infografice, videografice, aplicații digitale și/sau podcasturi, video/foto pentru a promova mesajele-cheie stabilite în Strategie. Materialele vor fi distribuite la nivel național, atât offline (instituții publice), cât și online (pagina web a procuraturii, rețelele de socializare etc.). Pentru popularizarea programului vor fi lansate bannere online	1. Organizarea conferințelor de presă cu scopul promovării campaniilor de informare etc. <i>Termen: Periodic</i> 2. Întâlniri cu jurnaliștii care scriu pe teme juridice cu scopul de a crește gradul de înțelegere a terminologiei juridice etc. <i>Termen: semestrial și/sau la necesitate</i> 3. Concursuri pentru jurnaliști (Cea mai amplă	1. Evenimente și/sau proiecte comune de educare juridică. <i>Termen: Periodic și/sau la necesitate</i> 2. Acorduri de parteneriat cu ONG-urile de profil, inclusiv acorduri de desfășurare a unor campanii de informare etc. <i>Termen: La necesitate</i> 3. Editarea unor broșuri tematice în format	1. Evenimente și/sau proiecte comune de educare juridică. <i>Termen: Periodic și/sau la necesitate</i> 2. Editarea unor broșuri tematice în format electronic și diseminate către publicul larg, mediul academic etc. <i>Termen: La necesitate.</i> 3. Organizarea campaniei de conștientizare de către	1. Acorduri de parteneriat cu instituțiile de învățământ cu profil juridic. <i>Termen: semnarea acordurilor în 2021</i> 2. Susținerea prelegerilor de către reprezentanții Procuraturii pentru elevi și studenți la diverse tematici. <i>Termen: Periodic.</i> 3. Organizarea conferințelor/seminarelor/webinarelor științifice în cadrul instituțiilor de învățământ. <i>Termen: La necesitate</i> 4. Publicarea interviurilor/articolelor în

	tematice, distribuite pe platformele online. <i>Termen de realizare: trim I-IV 2021</i> <i>Termen de implementare: începând cu trim.IV 2021, la necesitate vor fi actualizate și distribuite permanent</i> 2.. Editarea unor broșuri tematice în format electronic și diseminate către publicul larg, în special elevi de gimnaziu, liceu și colegiu, studenți, tineri antreprenori, tineri angajați în câmpul muncii etc. <i>Termen: La necesitate.</i> 3.Desfășurarea campaniilor de comunicare (informare/sensibilizare/de atitudine etc.) <i>Termen: La necesitate.</i> 4. Crearea spoturilor TV/radio cu impact social și distribuirea gratuită la TV. Pentru plasarea gratuită se va obține decizia CCA pentru distribuirea spotului social. <i>Termen: La necesitate</i> 5. Expoziții foto/digitale inclusiv în comun cu alte instituții/organizații pentru a promova drepturile omului. <i>Termen: cel puțin o dată pe an</i> 6. Organizarea campaniei de conștientizare de către public a eticii și conduitei profesionale a procurorilor <i>Termen: Periodic</i>	investigație jurnalistică, cel mai original articol de presă etc.) <i>Termen: Anual</i>	electronic și diseminate către publicul larg, în special elevi de gimnaziu, liceu și colegiu, studenți, tineri antreprenori, tineri angajați în câmpul muncii etc. <i>Termen: La necesitate</i>	public a eticii și conduitei profesionale a procurorilor <i>Termen: Periodic</i>	publicațiile instituțiilor de învățământ sau a altor publicații destinate tinerilor sau cu profil juridic. <i>Termen: Periodic.</i> 5.Organizarea de către Procuratură a concursurilor pentru elevi și studenți la tema drepturilor omului etc. (pentru fiecare concurs va fi elaborat un Regulament care va stabili criteriile și etapele de selecție.) <i>Termen: Periodic/La necesitate</i> 6. Realizarea unor cercetări comune cu instituții de analiză și cercetare. <i>Termen: La necesitate</i>
Obiectiv specific 3.2. Menținerea fluxului de informații pentru a dezvolta o perspectivă unitară a acțiunilor de promovare a drepturilor omului					

Grupul-țintă	Mass-media				
Mesaje	Procuratura publică imediat și explică deciziile luate și/sau alte informații din activitatea sistemului Procuraturii.				
Canale și instrumente	Pagina-web, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (webinare, alte evenimente prin aplicațiile online etc.) comunicatul de presă; interviul; telefonul; comunicarea electronică; publicațiile etc.				
Acțiuni	1. Crearea/dezvoltarea/actualizarea platformelor de comunicare online: pagina web a Procuraturii Generale, procuraturilor specializate, profil de educație juridică pe rețelele de socializare, profil pe canalul Youtube, crearea evenimentelor în pagina de profil de pe Facebook, crearea bannerelor tematice în format electronic, dezvoltarea canalului de comunicare prin chat cu jurnaliștii etc. Va fi desfășurat în 2 etape: realizare, implementare. Termen de realizare: pe parcursul anului 2021-2022 Termen de implementare: comunicare permanentă pe platformele menționate 2. Organizarea conferințelor/briefingurilor de presă la subiectele de interes pentru publicul larg care vor fi transmise în direct pe pagina web a Procuraturii etc. Se va asigura acuratețea informației diseminate către public prin intermediul instituțiilor mass-media. Termen: Periodic 3. Organizarea unor „turnee de informare” a reprezentanților mass-media cu scopul de a explica mesajul/informația Procuraturii. Termen: La necesitate 4. Se va menține dialogul constant prin mijloacele electronice de comunicare: adresa electronică, telefon etc. Termen: Permanent				
Obiectiv specific 3.3. Furnizarea informațiilor calitative și accesibile privind politica penală a statului					
Grupul-țintă	Publicul larg	Mass-media	Societatea civilă/mediul academic/Instituții de analiză și cercetare	Publicul profesionist	Structurile internaționale
Mesaje	Procuratura participă la elaborarea și implementarea unitară a politicii penale a statului, manifestând profesionalism și transparență în acest proces. Procuratura este deschisă comunicării, oferind informații clare și concludente despre activitatea sa.				
Canale și instrumente	Mass-media; pagina web; rețele de socializare, evenimentul; comunicatul de presă; interviul; telefonul; comunicarea electronică; publicațiile	Pagina-web, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (webinare, alte evenimente prin aplicațiile online etc.) comunicatul de presă; interviul; telefonul; comunicarea electronică; publicațiile.	Pagina-web, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.) comunicatul de presă; interviul; comunicarea electronică; publicațiile.	Comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (evenimente prin aplicațiile online etc.).	Evenimentul, comunicatul de presă, telefonul, publicațiile, pagina-web, mass-media, comunicarea electronică (adresa electronică, SMS, chat), rețele de socializare, comunicarea directă (întâlnirile fizice), comunicarea online (etc.)
Acțiuni	1. Publicarea pe pagina web	1. Organizarea	Dezvoltarea unor	Organizarea ședințelor	1. Procuratura comunică direct cu partenerii

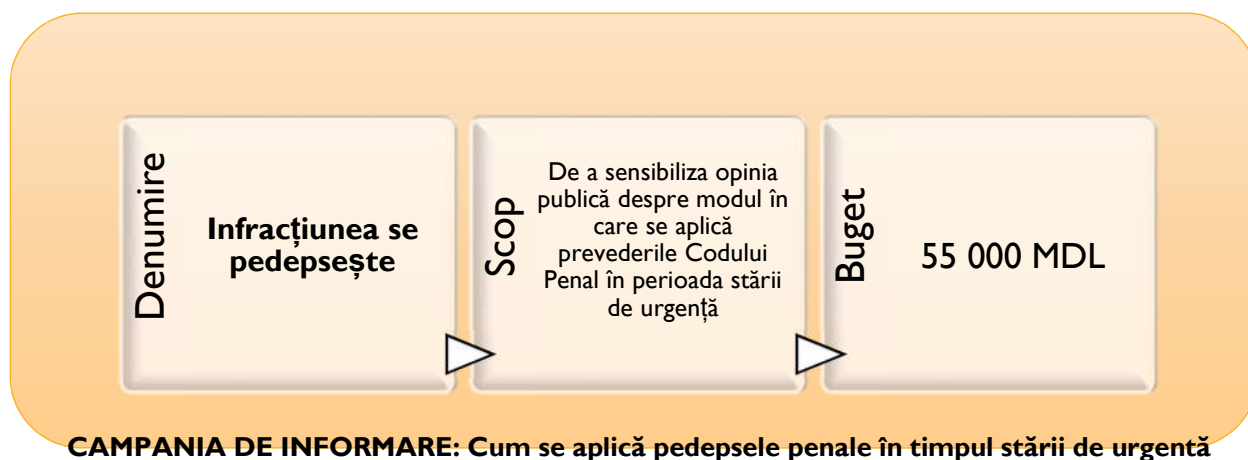
	a listei de întrebări și răspunsuri (Q&A) care să fie utilizată ca resursă pentru oferirea de răspunsuri la întrebări de interes public. <i>Termen: La necesitate</i> 2. Organizarea conferințelor cu participarea actorilor implicați în procesul de elaborare și implementare a politicii penale a statului cu declarații pentru presă. <i>Termen: Periodic</i>	briefingurilor/conferințelor de presă pentru a explica clar și concis deciziile luate. <i>Termen: La necesitate</i> 2. Acordarea interviurilor sau a informațiilor pentru articole de presă explicative la tematicile respective, într-un limbaj simplificat. <i>Termen: La necesitate</i> 3. Desfășurarea întrevederilor neformale cu participarea reprezentanților mass-media (manageri de presă) unde să se explice și să fie transmise mesajele Procuraturii la tema abordată. <i>Termen: Periodic</i>	platforme de comunicare permanente (ședințe de dezbateri, forumuri și platforme online etc.), care să ofere oportunitatea comunicării și dezbaterii operative și în regim operativ a problemelor stringente, în special, pe partea ce ține de politica penală a statului implementată de procuratură și problemele sistemice din activitatea Procuraturii. <i>Termen: Permanent</i>	de dezbateri, forumuri și platforme online etc. pentru a se face schimb de păreri și idei. Colectarea propunerilor și examinarea acestora. <i>Termen: Permanent</i>	externi pentru a răspunde la întrebările acestora. <i>Termen: Permanent</i> 2. Atragerea asistenței externe pentru instruirea angajaților sistemului Procuraturii privind comunicarea externă, în special comunicarea în situații de criză, comunicarea pe rețelele de socializare etc. <i>Termen: La necesitate</i>
--	---	--	---	--	--

Model

Obiectiv general 1: Sporirea gradului de încredere în sistemul Procuraturii prin asigurarea transparenței								2021											
Nr.	Activitate	Descriere	Grup-țintă	Mesaje	Instrumente și canale de difuzare	Responsabil	Cost estimativ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.																			
2.																			
3.																			
Obiectiv general 2: Consolidarea capacității de comunicare digitală și îmbunătățirea vizibilității sistemului Procuraturii								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.																			
2.																			
3.																			
Obiectiv general 3: Crearea unui spațiu informațional permanent pentru educația juridică a societății cu scopul de a îmbunătăți imaginea sistemului Procuraturii și reputația procurorilor								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Planului de acțiuni privind comunicarea externă a (denumirea instituției), anul (se va completa anul)

Model de planificare a unei campanii de comunicare



Organizator	Procuratura Generală
Tipul campaniei:	✓ informare ; □ sensibilizare; □ schimbare de comportament; □ schimbare de atitudine;
Perioada implementării	15 martie-15 mai 2020 (extindere la necesitate)
Etapile implementării	pregătire: 15-31 martie 2020 desfășurare: 1 aprilie-15 mai 2020
Grupurile-țintă	Publicul larg
Obiective	Responsabilizarea cetățenilor cu privire la acțiunile lor într-o perioadă dificilă când au mai multe obligații și restricții, fiind limitate anumite drepturi; De a explica cetățenilor ce modificări a suportat Codul Penal, cum se aplică pedeapsa pe timpul stării de urgență, care dosare sunt suspendate de perioada stării de urgență și care sunt motivele; Mediatizarea programului special de lucru al procurorilor pe perioada stării de urgență (cum se depun plângerile/petițiile, unde se poate adresa cetățeanul etc).
Mesajele-cheie	Starea de urgență nu anulează pedepsele Pedepsele penale au fost înălsprite pentru că sănătatea publică este prioritară! Vă îndemnăm să stați acasă, noi vă stăm la dispoziție. Contactați-ne la telefonul de încredere....
Instrumentele de comunicare	Comunicat de presă Mesaje pentru rețelele de socializare 5 secvențe video (60 sec.) 5 Videoinfografice (45 sec.) 10 note explicative 10 infografice
Canalele de comunicare	Pagina web oficială a Procuraturii Generale, Mass media Rețele de socializare Google Ads

Echipa de campanie	Nume, Prenume, Funcție Nume, Prenume, Funcție
Managerul de campanie	Nume, Prenume, Funcție