



Strategia de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al Municipiului București (PS1) pentru perioada 2024 - 2030

„O municipalitate care comunică, e o municipalitate care funcționează”

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

CUPRINS

CUPRINS	2
1. INTRODUCERE	4
2. INFORMAȚII GENERALE RELEVANTE	6
3. PRIORITĂȚI, POLITICI ȘI CADRUL JURIDIC EXISTENTE	7
A. Priorități	7
B. Politici ale Sectorului 1	8
4. (ANALIZA SITUAȚIEI) ȘI DEFINIREA PROBLEMEI	19
Analiza SWOT:	19
Factori interni (puncte tari și puncte slabe)	19
Factori Externi (Oportunități și Amenințări)	21
5. OBIECTIVE	22
Obiectiv general	22
Obiectiv specific 1 - comunicare internă	23
Obiectiv specific 2 - comunicare externă	24
6. PRINCIPII GENERALE	26
7. PUBLICUL ȚINTĂ	29
A. Publicul aferent comunicării interne interdepartamentale (comunicarea intrainstituțională)	34
B) Publicul aferent comunicării externe	44
B1) Comunicare interinstituțională	44
B2) Comunicare cu persoanele fizice și juridice aflate în Sectorului 1 al municipiului București	44
8. MESAJUL PRINCIPAL PENTRU FIECARE PUBLIC-ȚINTĂ	46

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

9. CANALELE DE COMUNICARE CARE VOR FI UTILIZATE (MIX-UL DE COMUNICARE)	46
10. TACTICI DE COMUNICARE ȘI DIRECȚII DE ACȚIUNE	51
11. REZULTATELE POLITICILOR PUBLICE	54
12. REZULTATELE ACȚIUNILOR	55
13. INDICATORI	57
14. IMPLICAȚII PENTRU BUGET	61
15. IMPLICAȚII JURIDICE	62
16. PROCEDURI DE MONITORIZARE, EVALUARE	67
17. ETAPE ULTERIOARE ȘI INSTITUȚII RESPONSABILE	68

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





1. INTRODUCERE

Strategia de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București (PS1) pentru perioada 2024 - 2030 este un document programatic de o importanță deosebită pentru dezvoltarea armonioasă a relațiilor instituționale între unitatea administrativ teritorială și persoanele fizice și juridice cu care aceasta relaționează.

Argumentele pentru care existența unui astfel de document trebuie să fie elaborat, implementat și monitorizat cu atenție, pentru îndeplinirea obiectivelor fixate sunt firești în contextul în care, în perioada actuală, comunicarea este primordială pentru o entitate publică deosebit de atentă la respectarea principiilor subsecvente transparenței instituționale.

Prezenta strategie de comunicare își propune să aibă o abordare ce îmbină transparența și confidențialitatea, principii subsumate, cu respectarea cadrului legal aplicabil transparenței decizionale și al accesului la informații și, totodată, să răspundă următoarelor cerințe:

- a. Claritate și coerență: Strategia de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București va ajuta la definirea mesajelor cheie și la asigurarea coerenței acestora în toate canalele de comunicare. Astfel, se reduce riscul de interpretare greșită și se asigură că toți cei implicați transmit aceleași informații.
- b. Construirea reputației: Comunicarea coerentă și eficientă contribuie la construirea unei reputații solide pentru Primăria Sectorului 1. O reputație bună poate aduce încredere din partea altor instituții publice sau private, locuitorilor sectorului 1 și publicului în general.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

- c. Îmbunătățirea relațiilor: O strategie de comunicare bine pusă la punct facilitează relațiile interpersonale, interdepartamentale și interorganizaționale. Comunicarea eficientă este esențială în cadrul echipei, între departamente și în relațiile cu instituțiile și publicul țintă.
- d. Gestionarea crizelor: Strategia de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București este crucială în gestionarea situațiilor de criză. Planificarea și antrenamentul în comunicare pot ajuta la reducerea impactului negativ al crizelor și la menținerea controlului asupra informațiilor transmise.
- e. Atragerea publicului țintă: Oamenii au nevoie de informații relevante și interesante. O strategie de comunicare bine gândită vizează publicul țintă și livrează mesaje care să atragă atenția și să suscite interesul acestuia.
- f. Influențarea opiniilor și comportamentelor: Comunicarea are puterea de a influența opiniile și comportamentele oamenilor. Prin strategii adecvate, se pot promova idei, produse sau servicii și se poate construi o bază de susținători.
- g. Adaptarea la schimbare: entitățile publice se confruntă adesea cu schimbări, fie că este vorba despre schimbări în conducere, în serviciile oferite sau în politicile interne. O strategie de comunicare poate ajuta la gestionarea tranziției și la menținerea publicului țintă și a angajaților informați și implicați.
- h. Eficiență în utilizarea resurselor: Planificarea și implementarea Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București va ajuta la eficientizarea proceselor, la economisirea timpului și la utilizarea resurselor în mod inteligent.

În acest sens, Strategia de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București nu este doar o opțiune, ci este esențială pentru a atinge obiectivele stabilite de unitatea administrativ teritorială și pentru a construi relații durabile și de încredere.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

2. INFORMAȚII GENERALE RELEVANTE

Sectorul 1 al Bucureștiului este unul dintre cele șase sectoare administrative ale capitalei României. Acesta este situat în partea de nord a orașului și include mai multe zone rezidențiale, comerciale și culturale importante.

Din punct de vedere al istoricului și a modului de dezvoltare, Sectorul 1 are o istorie bogată și a cunoscut o dezvoltare semnificativă în ultimele decenii. Este unul dintre cele mai vechi sectoare ale Bucureștiului și include zone cu o arhitectură istorică și culturală remarcabilă, precum Piața Victoriei și Arcul de Triumf. Sectorul 1 găzduiește numeroase puncte de interes, inclusiv instituții guvernamentale, muzee, parcuri și monumente. Printre acestea se numără Palatul Victoria (sediul Guvernului României), Piața Victoriei, Muzeul Național de Artă al României, Parcul Herăstrău și Arcul de Triumf.

În ceea ce privește zona rezidențială, Sectorul 1 include diverse cartiere rezidențiale, oferind o gamă variată de opțiuni de locuire. Aici se află atât zone cu clădiri vechi și boeme, cât și ansambluri rezidențiale moderne, dar și „cartiere dormitor” de sorginte comunistă. Sectorul 1 este și o zonă comercială și de afaceri importantă, cu numeroase birouri, centre comerciale și magazine. Bulevardul Ion Mihalache și Piața Romană sunt cunoscute pentru viața lor agitată și varietatea de activități comerciale. Tot în Sectorul 1 regăsim mai multe instituții de învățământ, inclusiv școli, colegii și universități. Acestea contribuie la dezvoltarea educațională a orașului.

Zona Sectorului 1 este bine conectată la rețeaua de transport public, inclusiv metrou, autobuze și tramvaie. Prin intermediul acestora, locuitorii și vizitatorii au acces facil către diverse părți ale orașului.

În Sectorul 1 au loc numeroase evenimente culturale și de divertisment pe tot parcursul anului, de la concerte și festivaluri la expoziții și evenimente sportive, iar

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





numeroasele restaurante, baruri și cluburi aflate în Sectorul 1 oferă o viață de noapte vibrantă pentru rezidenți și turiști.

3. PRIORITĂȚI, POLITICI ȘI CADRUL JURIDIC EXISTENTE

A. Priorități

Între prioritățile de ordin general ale cetățenilor Sectorului 1 în ceea ce privește activitatea instituției Primăriei S1¹ se numără și „Decizia publică cu privire la implicarea și consultarea cetățenilor.”, precum și „Servicii publice digitale și creșterea transparenței”, ambele cerințe fiind referitoare la felul în care își stabilește și implementează autoritatea publică Strategia proprie de comunicare.

În ordinea importanței și relevanței în opinia unui eșantion de populație din Sectorul 1 prioritățile de ordin general (principalele teme de comunicare) ar fi următoarele:

1. Nu mai luați din spațiul verde al orașului.
2. Colectare selectivă și reciclarea gunoiului.
3. Un oraș, un sector accesibil.
4. Regenerare urbană în cartiere.
5. Școli moderne și grădinițe noi.
6. Suport pentru sport.
7. Sprijin pentru persoanele vulnerabile.

¹ Conform <https://www.crpe.ro/ro/prioritati-sectorul-1-bucuresti/>





8. Dezvoltarea infrastructurii pentru biciclete.
9. Rezolvarea blocajelor din trafic și parcări de tranzit.

B. Politici ale Sectorului 1

Din analiza efectuată asupra procedurilor de sistem, în afara aleșilor locali (primar, viceprimari, consilieri locali) principalele departamente care au rol în procesul de comunicare al Primăriei Sectorului 1 sunt: Serviciul Imagine, Cultură, Presă și Informatică; Serviciul Registratură, Relații cu Publicul; Compartimentul Relații Internaționale și Derulare Programe Europene etc.

Realizarea prezentei strategii de comunicare apare ca o necesitate pentru a oferi un instrument adecvat de informare cu privire la implementarea obiectivelor Primăriei Sectorului 1, a politicilor publice ce se doresc a fi promovate, precum și a principalelor teme de comunicare referitoare la subiectele care sunt de interes pentru cetățenii care locuiesc, muncesc sau tranzitează Sectorul 1.

C. Cadrul juridic existent

C1 Legislație specifică

Ordonanță de urgență 57/2019, Codul administrativ din 03.07.2019, stabilește prin articolul 446 „Activitatea publică” limitele diseminării informațiilor cu caracter public și persoanele desemnate pentru a comunica informații publice, iar prin articolul 447 „Conduita în relațiile cu cetățenii” se reglementează comportamentul funcționarilor publici în relația cu persoanele fizice și reprezentanții persoanelor juridice. Acolo unde este cazul, iar pentru Primăria Sectorului 1 este evident, se aplică și prevederile articolului 448 „Conduita în cadrul relațiilor internaționale”.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Specific pentru Strategia de Comunicare a Sectorului 1 2024 - 2030 avem și norme interne stipulate, spre exemplu, în „Procedura de sistem privind circuitul documentelor în cadrul instituției, COD PS 02, Ediția 1 din 23.06.2023, Revizia 2”.

Nu putem ignora faptul că, în procesul de elaborare a prezentei Strategii de comunicare, important este și cadrul legislativ ce reglementează activitatea de comunicare a instituțiilor publice cu cetățenii, Legea 544/2001 privind liberul acces la informații de interes public, cu modificările și completările ulterioare și Legea 52/2003 privind transparența decizională, respectiv Hotărârea nr. 870/2006 privind aprobarea Strategiei pentru îmbunătățirea sistemului de elaborare, coordonare și planificare a politicilor publice la nivelul administrației publice centrale.

Astfel, conform prevederilor art. 4 al Legii 544/2001 autoritățile publice au obligația „de a organiza compartimente specializate de informare și relații publice sau de a desemna persoane cu atribuții în acest domeniu”. Această prevedere pune în evidență importanța care trebuie acordată comunicării, în principal comunicării externe.

În ceea ce privește informațiile publice ce pot fi comunicate celor interesați, Legea 544/2001 face o distincție între informațiile care sunt furnizate „din oficiu” și informațiile care sunt disponibile „la cerere”. Pentru a clarifica tipologia informațiilor ce pot fi comunicate, legea distinge și detaliază aceste informații, după cum urmează:

a) Informațiile de interes public furnizate din oficiu- așa cum sunt ele stipulate la articolul 5, alineatul 1 din Lege, pot fi:

- ✓ actele normative care reglementează organizarea și funcționarea autorității sau instituției publice;
- ✓ programele și strategiile proprii;
- ✓ lista cuprinzând documentele de interes public;

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

- ✓ lista cuprinzând categoriile de documente produse și/sau gestionate, potrivit Legii;

Conform textului legislativ aceste informații ar trebui să se găsească atât la departamentul de relații publice (sau la persoana desemnată să furnizeze informații în baza Legii 544/2001), cât și în buletinul informativ al fiecărei instituții, realizat cel puțin anual. De asemenea, *conform art.5, alin.(3) din lege, cel puțin o dată pe an, autoritățile și instituțiile publice trebuie să producă un raport de activitate care va fi publicat în Monitorul Oficial partea a II-a.*

- b) Informațiile oferite la cerere- cuprind majoritatea informațiilor gestionate de instituțiile publice. Ca regulă, cererile de informare pot fi adresate de orice persoană și nu trebuie motivate. O altă caracteristică importantă a cererilor de informații de interes public constă în faptul că ele pot fi formulate atât în scris, cât și verbal.

Art. 15 din Lege este cel care reglementează garantarea accesului mijloacelor de informare în masă la informațiile de interes public. Astfel, la alin.(2) se menționează fără echivoc că „*Activitatea de culegere și de difuzare a informațiilor de interes public, desfășurată de mijloacele de informare în masa, constituie o concretizare a dreptului cetățenilor de a avea acces la orice informație de interes public*”.

De asemenea, Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informații de interes public, cu modificările și completările ulterioare, legiferează acțiuni concrete de comunicare, ce se constituie cu titlu de obligativitate pentru autoritățile publice, respectiv:

- Persoanele care efectuează studii și cercetări în folos propriu sau în interes de serviciu au acces la fondul documentaristic al autorității sau al instituției publice pe baza solicitării personale, în condițiile legii - art.11, alin.(1)

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





- Autoritățile publice au obligația să organizeze periodic, de regulă o dată pe lună, conferințe de presă pentru aducerea la cunoștință a informațiilor de interes public - art.17, alin.(1)
- În cadrul conferințelor de presă autoritățile publice sunt obligate să răspundă cu privire la orice informații de interes public - art.17, alin.(2);
- Autoritățile publice au obligația să acorde, fără discriminare, acreditare ziariștilor și reprezentanților mijloacelor de informare în masă - art.18, alin.(1);

Un alt act normativ important și relevant scopului propus, respectiv de elaborare a unei strategii de comunicare, este *Legea 52/2003 privind transparența decizională*, cu modificările și completările ulterioare. Acest act normativ reglementează modalitățile de implicare a cetățenilor în activitatea administrației publice, respectiv participarea cetățenilor la elaborarea reglementărilor și participarea publicului la procesul de luare a deciziilor. Legea stabilește regulile procedurale minimale care pot fi aplicate „*pentru asigurarea transparenței decizionale în cadrul autorităților administrației publice centrale și locale, alese sau numite, precum și al altor instituții publice care utilizează resurse financiare publice, în raporturile cu cetățenii și asociațiile legal constituite ale acestora*” (art.1).

C2 Legislație secundară

Pe lângă legile specifice implementării Strategiei de Comunicare a Sectorului 1 al municipiului București, există o serie de acte normative care pot influența punerea în aplicare a prezentului document, dintre care amintim:

Cadrul legal care vizează organizarea, funcționarea și activitatea curentă a administrației publice locale este reprezentat de:

1. Constituția României (Cap. V, art. 120-123)²;

² Modificată și completată prin Legea de revizuire a Constituției României nr. 429/2003, republicată de Consiliul Legislativ, cu reactualizarea denumirilor și dându-se textelor o nouă numerotare.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

2. Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 57/2019, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 555 din 5 iulie 2019;³
3. Legea nr. 24/2000, privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative, republicată în temeiul art. II din Legea nr. 60/2010 privind aprobarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 61/2009 pentru modificarea și completarea Legii nr. 24/2000 privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 215 din 6 aprilie 2010, dându-se textelor o nouă numerotare;
4. Legea nr. 500/2002 privind finanțele publice, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 593 din 13 august 2002;
5. Legea nr. 273/2006 privind finanțele publice locale, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 618 din 18 iulie 2006;
6. Legea nr. 161/2003 privind unele măsuri pentru asigurarea transparenței în exercitarea demnităților publice, a funcțiilor publice și în mediul de afaceri, prevenirea și sancționarea corupției, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 279 din 21 aprilie 2003;
7. Legea nr. 202/2002 privind egalitatea de șanseși de tratament între femei și bărbați, republicată în temeiul art. II din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 83/2012 pentru modificarea și completarea Legii nr. 202/2002 privind egalitatea de șanse și de tratament între femei și bărbați, publicată în Monitorul

³ Menționăm că la data redactării materialului, OUG nr. 57/2019 nu a fost adoptată printr-o lege, de către Parlamentul României, conform art. 115 alin. 5 din Constituția României, republicată în anul 2003.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!**





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Oficial al României, Partea I, nr. 839 din 13 decembrie 2012, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 115/2013, publicată Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 240 din 25 aprilie 2013, dându-se textelor o nouă numerotare;

8. Legea nr. 190/2018 privind măsuri de punere în aplicare a Regulamentului (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind liberă circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor), publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 651 din 26 iulie 2018;
9. Legea nr. 554/2004 a contenciosului administrativ, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1154 din 7 decembrie 2004;
10. Legea nr. 98/2016 privind atribuirea contractelor de achiziție publică, cu modificările și completările ulterioare, publicată Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. nr. 390 din 23 mai 2016;
11. Legea nr. 99/2016 privind achizițiile sectoriale, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. nr. 391 din 23 mai 2016;
12. Legea nr. 100/2016 privind concesiunile de lucrări și concesiunile de servicii, cu modificările și completările ulterioare, publicată Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. nr. 392 din 23 mai 2016;
13. Legea nr. 101/2016 privind remediile și căile de atac în materie de atribuire a contractelor de achiziție publică, a contractelor sectoriale și a contractelor de concesiune de lucrări și concesiune de servicii, precum și pentru organizarea și funcționarea Consiliului Național de Soluționare a

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Contestațiilor, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. nr. 393 din 23 mai 2016;

14. Legea nr. 33/1994 privind exproprierea pentru cauză de utilitate publică, cu modificările și completările ulterioare, republicată în temeiul art. 218 din Legea nr. 71/2011 pentru punerea în aplicare a Legii nr. 287/2009 privind Codul civil, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 409 din 10 iunie 2011;
15. Legea nr. 255/2010, privind exproprierea pentru cauză de utilitate publică, necesară realizării unor obiective de interes național, județean și local, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. nr. 853 din 20 decembrie 2010;
16. Legea nr. 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 350 din 10 iulie 2001;
17. Legea nr. 155/2010 a poliției locale, republicată în temeiul art. 107 alin. (3) din Legea nr. 255/2013 pentru punerea în aplicare a Legii nr. 135/2010 privind Codul de procedură penală și pentru modificarea și completarea unor acte normative care cuprind dispoziții procesual penale, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 515 din 14 august 2013, cu modificările ulterioare, dându-se textelor o nouă numerotare;
18. Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 195/2005 privind protecția mediului, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1196 din 30 decembrie 2005;
19. Ordonanța Guvernului nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată, cu modificările și completările ulterioare, Republicată în temeiul art. II din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 19/2013 pentru modificarea și completarea Ordonanței

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Guvernului nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 183 din 2 aprilie 2013, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 189/2013, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 380 din 27 iunie 2013, dându-se textelor o nouă numerotare;

20. Ordonanța Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 410 din 25 iulie 2001;

21. Ordinul Secretarului General al Guvernului nr. 600/2018, privind aprobarea Codului controlului intern managerial al entităților publice, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 387 din 7 mai 2018;

De asemenea, pe lângă actele normative primare și de legislație delegată, autoritatea contractantă a identificat următoarele acte normative cu incidență asupra activității curente și funcționării Sectorului 1 al Municipiului București, astfel:

1. Planul Național de Redresare și Reziliență al României aprobat de Consiliul UE (28 octombrie 2021);
2. Programul de Guvernare 2021-2024, aprobat prin Hotărârea Parlamentului României nr. 43/2021, pentru acordarea încrederii Guvernului, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1122 din 25 noiembrie 2021;
3. Planul Național de Reformă, Iulie 2021;
4. Planul Național de Investiții și Relansare Economică, Iulie 2020;
5. Strategia Națională Anticorupție 2021-2025, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 1.269/2021;
6. Planul integrat pentru simplificarea procedurilor administrative aplicabile cetățenilor;

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

7. Analiza nevoilor și obiectivelor de simplificare și raționalizare a procedurilor administrative pentru cetățeni - MDLPA;
8. Strategia fiscal bugetară a Guvernului României pentru perioada 2021-2023;
9. Planul de Dezvoltare Regională al Regiunii București - Ilfov pentru perioada 2021-2027.

Organizarea și funcționarea Primăriei Sectorului 1 al Municipiului București au drept temei legal prevederile OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ (cu modificările și completările ulterioare)⁴, hotărârile Consiliului local al Sectorului 1 al Municipiului București privind aprobarea organigramei⁵, a numărului de posturi și a statului de funcții ale aparatului de specialitate al primarului⁶.

Se constituie **Primăria Sectorului 1 al Municipiului București structura funcțională fără personalitate juridică și fără capacitate procesuală, cu activitate permanentă**, care duce la îndeplinire hotărârile autorității deliberative și dispozițiile autorității executive, soluționând problemele curente ale colectivității locale, constituită din: primar, viceprimar, administratorul public, consilierii primarului sau persoanele încadrate la cabinetul primarului și aparatul de specialitate al primarului⁷.

Primarul este autoritatea executivă a administrația publice locale prin care se realizează autonomia locală. Primarul dispune măsurile necesare și acordă sprijin pentru aplicarea ordinelor și instrucțiunilor cu caracter normativ ale miniștrilor, ale celorlalți conducători ai autorităților administrației publice centrale, ale prefectului, a dispozițiilor Primarului General al Municipiului București, precum și a

⁴ Publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 555 din 5 iulie 2019.

⁵ Anexa nr. 1 la Hotărârea Consiliului Local al Sectorului 1 nr. 291/04.12.2020 privind Organigrama Sectorului 1 al Municipiului București și aparatul de specialitate și instituții subordonate Consiliului Local.

⁶ HCL nr. 171 din 09.09.2021 privind statul de funcții pentru aparatul de specialitate al Primarului Sectorului 1 și pentru instituția subordonată Consiliului Local Sector 1- Direcția Publică de Evidență a Persoanelor și Stare Civilă Sector 1.

⁷ A se vedea art. 5, lit. hh) din OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ (cu modificările și completările ulterioare), publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 555 din 5 iulie 2019.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!**





hotărârilor Consiliului General al Municipiului București, în condițiile legii. Primarul asigură respectarea drepturilor și libertăților fundamentale ale cetățenilor, a prevederilor Constituției, precum și punerea în aplicare a legilor, a decretelor Președintelui României, a ordonanțelor și hotărârilor Guvernului, a hotărârilor consiliului local.

Primarul *stă în judecată în calitate de reprezentant legal al Sectorului 1*, pentru apărarea drepturilor și intereselor legitime ale acesteia, și nu în nume personal. Primarul, în calitatea sa de autoritate publică executivă a administrației publice locale, reprezintă Sectorul 1 al Municipiului București în relațiile cu alte autorități publice, cu persoanele fizice sau juridice române și străine, precum și în justiție. Atribuțiile ce revin primarului, sunt stabilite de lege sau sunt încredințate de consiliul local.

Primarul poate delega, prin dispoziție, atribuțiile ce îi sunt conferite de lege și alte acte normative viceprimarului, secretarului general, conducătorilor compartimentelor funcționale sau personalului din aparatul de specialitate, administratorului public, precum și conducătorilor instituțiilor și serviciilor publice de interes local, în funcție de competențele ce le revin în domeniile respective. Primarul constată încălcările legii și adoptă măsurile legale pentru înlăturarea acestora sau, după caz, sesizează organele competente.

Administratorul public este numit de către primar, prin dispoziția primarului care are ca anexă un *contract de management*. În baza contractului de management, administratorul public poate îndeplini atribuții de coordonare a unor compartimente ale aparatului de specialitate sau a serviciilor publice de interes local.

Viceprimarii Sectorului⁸ 1 sunt aleși de consiliul local din rândul consilierilor locali. *Viceprimarul exercită atribuții delegate de către primar, prin dispoziția*

⁸ Conform art. 164, alin. 1 din OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ, „Municipiul București și sectoarele acestuia au un primar general, respectiv câte un primar și câte doi viceprimari”.





acestuia. Viceprimarul întocmește și semnează actele pe care le presupune executarea atribuției delegate. Viceprimarul este subordonat primarului și, în situațiile prevăzute de lege, înlocuitorul de drept al acestuia, situație în care exercită, în numele primarului, atribuțiile ce îi revin acestuia.

Secretarul general al Sectorului 1 este funcționar public de conducere, cu studii superioare juridice, administrative sau științe politice, ce asigură respectarea principiului legalității în activitatea de emitere și adoptare a actelor administrative, stabilitatea funcționării aparatului de specialitate al primarului, continuitatea conducerii și realizarea legăturilor funcționale între compartimentele din cadrul acestora. Secretarul general își desfășoară activitatea în condițiile legii.

Aparatul de specialitate al Primarului Sectorului 1 cuprinde totalitatea compartimentelor funcționale, fără personalitate juridică, precum și secretarul general. **Primarul, consilierii personali sau personalul din cadrul cabinetului acestuia, viceprimarul, administratorul public nu fac parte din aparatul de specialitate**⁹. Structura acestuia și numărul de personal este în concordanță cu specificul instituției, în limita mijloacelor financiare și cu respectarea dispozițiilor legale.

Compartimentele de resort sunt direcțiile generale, serviciile, birourile și compartimentele independente, aflate în subordinea Primarului. Compartimentul funcțional reprezintă structură funcțională constituită în cadrul aparatului de specialitate al primarului, fără personalitate juridică, formată din persoane cu atribuții și sarcini relativ stabile, subordonate unei autorități unice. Compartimentul de resort reprezintă un compartiment funcțional. Legătura între diferitele compartimente se face prin conducătorii acestora, iar legătura cu alte instituții sau cu conducerea ministerelor și a celorlalte organe ale administrației de stat sau autorități ale administrației publice locale, prin reprezentanții legali ai Sectorului.

⁹ Art. 5, lit. g) din OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ (cu modificările și completările ulterioare), publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 555 din 5 iulie 2019





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Regimul general al raporturilor juridice dintre funcționarii publici și Sectorul 1, este reglementat de OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ iar cele ale personalului contractual de Legea nr. 53/2003, Codul muncii (cu modificările și completările ulterioare)¹⁰.

4. (ANALIZA SITUAȚIEI) ȘI DEFINIREA PROBLEMEI

Problemele de comunicare în cadrul instituțiilor publice pot varia și pot fi cauzate de diverși factori, inclusiv dezechilibre în transmiterea informațiilor, lipsa transparenței, dificultăți în gestionarea crizelor sau absența unui canal eficient de comunicare cu cetățenii.

Prezentăm mai jos, succint, o analiză SWOT cu principalele teme de comunicare identificate specific în funcție de subiectele ce trebuie abordate în comunicarea cu grupul țintă al Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București 2024 - 2030.

Analiza SWOT:

Factori interni (puncte tari și puncte slabe)

Puncte tari (Strengths):

- Infrastructură dezvoltată: Sectorul 1 beneficiază de o infrastructură bine dezvoltată, inclusiv rețele de transport, școli și spitale.
- Zonă comercială atractivă: Există zone comerciale dezvoltate și atrăgătoare pentru investitori și rezidenți.
- Resurse financiare suficiente: Posibilitatea de a dispune de resurse financiare pentru proiecte și inițiative locale.

¹⁰ Republicat în temeiul art. V din Legea nr. 40/2011 pentru modificarea și completarea Legii nr. 53/2003 - Codul muncii, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 225 din 31 martie 2011, dându-se textelor o nouă numerotare.



- Există documente tipizate puse la dispoziția cetățenilor pe site-ul Primăriei, pentru realizarea diverselor servicii ale administrației publice locale;
- Există create o serie de servicii online, puse la dispoziția cetățenilor;
- Imagine bună (site, rețele de socializare) și încredere în Primar;
- Echipamente tehnice suficiente;
- Lista completă a persoanelor cu funcții din conducere, cu nume și prenume;
- Bugetul ce cuprinde toate sursele financiare ale instituției, pe ani, în format deschis precum și rectificările bugetare ale instituției;
- Execuția bugetară - situația plăților în format deschis (actualizate cu o frecvență lunară);
- Situația drepturilor salariale și a altor drepturi prevăzute de acte normative cu un caracter special;
- Declarații de avere și declarații de interese ale personalului instituției publice - demnitari, funcționari publici, personal contractual;

Puncte slabe (Weaknesses):

- Inexistența unor contacte mai strânse între administrație și cetățeni;
- Imposibilitatea transmiterii de solicitări, cereri on-line (integral);
- Nu există proiectat un mecanism integrat al circuitelor interne și externe ale documentelor la nivelul Primăriei Sectorului 1, care să cuprindă toate structurile sale organizatorice și toate serviciile cu eventualii contribuabili;
- Lipsa agendei conducerii, cu o actualizare periodică și menționarea activităților desfășurate de conducerea instituției;
- Lipsa numelui și prenumelui funcționarilor publici responsabili pentru accesul la informații de interes public;

- Lipsa modelului de cerere tip/ formular - solicitare de acces la informații în baza Legii nr. 544/2001;
- Lipsa centralizatorului achizițiilor publice cu evidențierea execuției contractelor, în format deschis, pentru contractele cu o valoare totală mai mare de 5.000 euro, cu o actualizare trimestrială;
- Lipsă manuale de utilizare a aplicațiilor informatice utilizate;
- Achiziționarea de echipamente IT;
- Trafic aglomerat: Problemele legate de trafic și blocarea unor străzi sau intersecții pot afecta mobilitatea în sector.
- Management ineficient al deșeurilor: Posibile dificultăți în gestionarea corespunzătoare a deșeurilor.
- Sisteme de gestionare a proiectelor: Posibile slăbiciuni în ceea ce privește implementarea eficientă a proiectelor locale.

Factori Externi (Oportunități și Amenințări)

Oportunități (Opportunities):

- ✓ Dezvoltare economică: Posibilitatea de a atrage investiții și de a promova dezvoltarea economică în zonă.
- ✓ Proiecte de infrastructură europeană: Posibile beneficii rezultate din implementarea unor programele cu finanțare europeană nerambursabilă pentru dezvoltare și infrastructură.
- ✓ Promovarea turismului: Valorificarea potențialului turistic și cultural al zonei pentru a atrage vizitatori.
- ✓ Existența resurselor nerambursabile din fondurile structurale;
- ✓ Eliminarea deplasărilor fizice la sediile subunităților APL (eng. "Application Programming Interface") și a pierderilor de timp cu așteptarea la cozi;



UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

- ✓ Politici publice europene și naționale pentru susținerea și încurajarea digitalizării.

Amenințări (Threats):

- Impredictibilitatea cadrului legislativ: Schimbările în politica locală sau națională pot afecta resursele și prioritățile Primăriei Sectorului 1.
- Risc de dezastre naturale: Amenințările naturale, cum ar fi inundațiile, dar mai ales cutremurele, pot avea un impact semnificativ, în condițiile în care pe raza Sectorului 1 se află foarte multe cladiri cu diverse grade de risc seismic.
- Competiție între sectoarele Bucureștiului: Presiunea concurenței din partea altor sectoare sau zone limitrofe Bucureștiului poate reprezenta o amenințare.
- Sprijin redus din partea altor autorități publice;
- Migrarea personalului calificat către alte instituții publice.

5. OBIECTIVE

Obiectiv general (exprimat la nivelul întregii entități publice - Primăria Sector 1 al municipiului București)

Obiectivul general constă în creșterea gradului de notorietate și conștientizare a activităților Primăriei Sectorului 1 și îmbunătățirea imaginii publice a instituției în rândul persoanelor fizice și juridice cu care intră în contact, precum și în rândul publicului larg.

Obiective specifice (derivate din obiectivul generale și stabilite, de obicei pe termen scurt, la nivelul direcțiilor/serviciilor/compartimentelor din Primăria Sector 1)

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Obiectiv specific 1 - comunicare internă

Obiectivul specific aferent comunicării interne în Primăria Sectorului 1 are în vedere consolidarea comunicării eficiente între diferitele departamente și nivelurile ierarhice.

Obiectiv Specific 1: Îmbunătățirea fluxului de comunicare internă în cadrul Primăriei Sectorului 1 București pentru a asigura o colaborare mai eficientă și o coeziune mai puternică între departamente, astfel încât să se asigure o rezolvare mai eficientă și eficace a problemelor cu care se vor confrunta cetățenii în perioada 2024 - 2030.

Argumente în favoarea obiectivului specific 1:

Eficiență organizațională: Asigurarea unui flux de informații eficient între departamente pentru a reduce redundanța și a îmbunătăți eficiența în luarea deciziilor și implementarea deciziilor/proiectelor.

Motivarea funcționarilor publici din cadrul Primăriei Sectorului 1: Creșterea motivării angajaților prin facilitarea accesului la informații relevante și crearea unui mediu de lucru transparent.

Indicatori de Performanță:

Timpul mediu de răspuns: Măsurarea timpului necesar pentru ca informațiile să parcurgă întregul lanț de comunicare (circuit al documentelor) între diferitele departamente.

Feedback funcționari publici: Colectarea de feedback periodic de la angajați cu privire la nivelul de satisfacție față de comunicarea internă.

Măsuri Propuse:

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Platforme de Comunicare Internă: Implementarea și promovarea unor platforme digitale de comunicare internă, cum ar fi platforme on-line sau aplicații mobile, pentru a facilita schimbul rapid de informații.

Sesiuni periodice de comunicare: Organizarea de sesiuni periodice de comunicare între departamente pentru a actualiza angajații cu privire la progresele proiectelor, schimbări de politică internă sau alte informații relevante pentru ducerea la îndeplinire a sarcinilor de serviciu.

Canale de comunicare deschise: Încurajarea utilizării canalelor de comunicare deschise, cum ar fi e-mail-urile de grup, panourile de anunțuri sau intranetul, pentru a facilita distribuirea informațiilor.

Formare în domeniul comunicării: Furnizarea de training pentru angajați și factori decizionali cu privire la tehnici eficiente de comunicare internă, concentrându-se pe transmiterea clară și promptă a informațiilor.

Monitorizare și evaluare periodică: Realizarea de evaluări periodice ale proceselor de comunicare internă pentru a identifica și aborda eventualele probleme sau lacune.

Prin atingerea acestui obiectiv specific 1, Primăria Sectorului 1 București ar putea spori eficiența operațională, ar putea îmbunătăți relațiile interdepartamentale și, nu în ultimul rând, ar putea consolida un mediu de lucru pozitiv, pro activ și de bună colaborare între departamente și între funcționarii publici implicați în activitățile principale ale instituției.

Obiectiv specific 2 - comunicare externă

Obiectivul specific 2, aferent planului comunicării externe vizează îmbunătățirea transparenței, eficienței și participarea cetățenilor la procesul decizional și la implementarea politicilor publice.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Obiectiv Specific 2: Creșterea nivelului de conștientizare și implicare a cetățenilor din Sectorul 1 București în procesul decizional și activitățile sectorului în perioada 2024 - 2030.

Argumente în favoarea obiectivului specific 2

Transparență: Îmbunătățirea transparenței prin furnizarea de informații clare și accesibile cu privire la deciziile, proiectele și felul în care este cheltuit bugetul Sectorului 1.

Implicare cetățenească: Stimularea participării cetățenilor la decizii cheie prin consultări publice, sondaje de opinie și alte mecanisme de feedback.

Canale de comunicare eficiente: Dezvoltarea și promovarea canalelor de comunicare eficiente, precum platforme online, rețele sociale și evenimente locale.

Indicatori de Performanță:

Creșterea vizibilității on-line: Măsurarea creșterii traficului pe site-ul oficial al Primăriei Sectorului 1, precum și a numărului de urmăritori și interacțiuni pe rețelele sociale.

Gradul de satisfacție cetățenească: Colectarea de feedback de la cetățeni prin sondaje și evaluarea nivelului lor de satisfacție cu informațiile furnizate și cu mecanismele de consultare.

Participare la evenimente: Monitorizarea participării cetățenilor la evenimente locale organizate de Primăria Sectorului 1 sau în parteneriat cu aceasta.

Măsuri propuse:

Sesiuni de informare publică: Organizarea sesiunilor periodice de informare publică cu privire la proiecte majore, buget și decizii politice.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





Platforme on-line de consultare: Implementarea unei platforme online interactive pentru consultarea publică cu privire la decizii importante și proiecte de dezvoltare.

Campanii de conștientizare: Lansarea de campanii de conștientizare pe rețelele sociale și în mass-media pentru a promova activitățile Primăriei Sectorului 1 și a încuraja participarea cetățenilor.

Raportare periodică: Publicarea regulată a rapoartelor cu privire la activitățile și performanțele Primăriei Sectorului 1 pentru a asigura transparența și responsabilitatea.

Formare profesională continuă pentru personalul implicat: Furnizarea de training și resurse pentru personalul implicat în comunicare pentru a îmbunătăți abilitățile și pentru a asigura astfel o comunicare eficientă și coerentă.

Prin implementarea acestui obiectiv, Primăria Sectorului 1 ar putea îmbunătăți relația cu cetățenii, ar putea ridica gradul de încredere și, mai ales, ar putea promova un dialog deschis și constructiv între administrație și comunitate.

6. PRINCIPII GENERALE

Strategia de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București trebuie să fie eficientă din punct de vedere al implementării, astfel încât, ea trebuie să se bazeze pe câteva principii generale care să asigure transparența, implicarea comunității, coerența și adaptabilitatea.

Transparență:

Asigurarea accesului la informații relevante și actualizate despre activitățile Primăriei Sectorului 1.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





Publicarea transparentă a deciziilor, proiectelor și bugetului pentru a promova încrederea cetățenilor.

Implicarea cetățenilor:

Implementarea unor mecanisme eficiente de consultare publică pentru a permite cetățenilor să-și exprime opiniile și preocupările.

Organizarea de evenimente și sesiuni de interacțiune directă cu comunitatea pentru a stimula participarea pro activă.

Coeziunea mesajelor:

Definirea clară a mesajelor cheie și asigurarea coerenței acestora în toate canalele de comunicare (online, offline, media etc.).

Alinierea mesajelor cu valorile și obiectivele Primăriei Sectorului 1 pentru a evita ambiguitățile.

Canale diverse de comunicare:

Utilizarea unui mix variat de canale de comunicare pentru a atinge diversele segmente ale comunității (site-ul oficial, rețele sociale, comunicate de presă, evenimente locale, vizite în teren ale factorilor decizionali etc.).

Adaptarea mesajelor în funcție de specificul fiecărui canal pentru a maximiza impactul.

Adaptabilitate la schimbare:

Având în vedere contextul actual decidenții din Primăria Sectorului 1 trebuie să fie receptivi la feedback și să adapteze strategia în funcție de nevoile și schimbările în comunitate.

Gestionarea eficientă a situațiilor de criză prin comunicare transparentă și promptă.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Receptivitate și asigurarea unor măsuri de inclusivitate:

Asigurarea că mesajele și informațiile sunt accesibile tuturor grupurilor de cetățeni, inclusiv celor cu nevoi speciale.

Promovarea diversității și reprezentării echitabile în comunicare.

Responsabilitate socială:

Integrarea unei perspective de responsabilitate socială în comunicare prin evidențierea impactului pozitiv asupra comunității.

Promovarea de inițiative sociale și ecologice prin intermediul comunicării.

Monitorizare și evaluare:

Implementarea unor mecanisme de monitorizare a performanței strategiei, inclusiv analiza datelor de audiență, feedback-ul cetățenilor și indicatorii de impact.

Evaluarea regulată a eficacității Strategiei de comunicare a Sectorului 1 și ajustarea acesteia în funcție de rezultatele obținute.

Cunoașterea caracteristicilor fiecărui tip de public-țintă:

Publicul-țintă are un dublu rol în orice proces de comunicare: rolul de receptor al mesajelor diseminate și rolul de furnizor de feedback. Din acest punct de vedere trebuie să ne asigurăm că avem o bună înțelegere a opiniilor și atitudinilor fiecărui tip de public-țintă, ceea ce ne va permite să elaborăm mesaje potrivite și să utilizăm canale de comunicare optime.

Cuantificarea unor elemente legate de imaginea publică a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București.

Acest lucru neajută la stabilirea unui profil de notorietate, care furnizează indicii cu privire la modul în care presa (scrisă, audio-video, online) se raportează la Primăria Sectorului 1. Gradul de notorietate poate fi constatat prin analiza rapoartelor

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





de monitorizare a presei - este posibilă decelarea unor teme recurente abordate de mass-media și cuantificarea vizibilității mediatice a Primăriei Sectorului 1.

Construirea unor mesaje eficiente, în funcție de scopul comunicării.

O informație poate fi comunicată în modalități diferite, în funcție de tipul mijlocului de comunicare, de tipul receptorului (public-țintă), de factori de mediu (evenimente politice, evoluții macro și microeconomice etc.), de scopul comunicării.

Adaptarea acestor principii la contextul specific al Sectorului 1 contribuie la dezvoltarea unei strategii de comunicare robuste și, mai ales, orientate către nevoile comunității.

7. PUBLICUL ȚINTĂ

Din punct de vedere teoretic publicul cărui ne adresăm se împarte în mai multe categorii, inclusiv în cazul Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București 2024 - 2030. Fiecare categorie are anumite caracteristici.

Teoreticienii și practicienii relațiilor publice consideră că publicul reprezintă „orice grup sau individ care este implicat în vreun fel anume în viața unei organizații sau comunități”¹¹.

În sensul cel mai larg, termenul de public se referă la orice grup al cărui membri au un interes comun, într-o anumită situație, sau împărtășesc valori comune. Publicurile pot fi împărțite în mai multe categorii, în funcție de diferite criterii, după cum urmează:

Din punct de vedere al comportamentului comunicațional

a) Publicurile tuturor problemelor

¹¹ Apud Coman, Cristina – Relațiile Publice și Mass-Media, ed. Polirom, Iași, 2004, p.14





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

- reprezintă publicurile care se implică activ în viața organizației, entităților publice în cazul prezentei Strategii, iau parte la toate dezbaterile, aprobă prin atitudinea lor o anumită categorie de produse sau servicii promovată de organizație, dezaprobă (prin aceeași atitudine, de această dată, negativă), interacționează permanent cu membrii organizației, influențează prin comportamentul lor direcția de dezvoltare a organizației.

b) Publicurile apatice

- reprezintă publicurile puțin active, care nu se implică efectiv în viața organizației, ci își fac simțită prezența doar când activitatea acestora le afectează în mod decisiv.

b) Publicurile unei singure probleme

- aceștia reprezintă acea categorie a publicului care devine activă numai la anumite teme, de anumite categorii.

c) Publicurile problemelor fierbinti

- sunt publicurile care devin active numai după ce presa a transformat o problemă a organizației într-o chestiune de maximă actualitate și interes.

Din punct de vedere al „provenienței” publicului, definim:

a) Public intern

- acea categorie de public ce provine din interiorul organizației și care împărtășește aceeași „identitate instituțională”: salariați, manageri, acționari, consilieri, în general, persoane care acționează din interiorul organizației. Publicul intern este strâns legat de viața și imaginea organizației. Deseori, imaginea unei organizații este formată de angajații săi. Din acest motiv, este necesar să fie luată în considerare nevoia de preocupare față de publicul intern la fel de mult ca și de publicul extern, deoarece imaginea negativă a unei organizații în cadrul unei

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





societăți își are originea în comportamentul angajaților săi față de publicul pe care, paradoxal, organizația dorește să-l atragă către ea.

b) Publicul extern

- categoria de public formată din persoanele și instituțiile din afara organizației: cetățeni, clienți, furnizori, colaboratori, adversari, concurenți, etc.

Din punct de vedere al atitudinii față de organizație și produsele sale, avem, de asemenea:

a) Publicul indiferent

- este publicul care nu se simte vizat de o anumită problemă pe care organizația o aduce în prim plan. Prin urmare, publicul indiferent va elimina problema din lista preocupărilor sale. De exemplu, pe locuitorii orașelor nu îi va deranja lipsa canalizărilor din mediul rural, lipsa drumurilor asfaltate sau mirosul de fum.

b) Publicul latent

- este categoria de public ai cărei membri au în comun o problemă, dar, așa cum am arătat câteva pagini mai devreme, nu recunosc existența ei și nici implicațiile sale pe termen scurt sau lung.

c) Publicul activ

- reprezintă categoria compusă din persoanele care „trec la acțiune”, luând atitudine față de problema în cauză. Este publicul care va fi receptiv la mesajele emise de către organizație, va răspunde pozitiv prin atitudinea pe care o va adopta vis-a-vis de problema în cauza și se va implica în mod activ în rezolvarea acesteia.

Trebuie menționat faptul că fiecare public se poate transforma și poate trece dintr-o categorie în alta, însă, totodată, fiecare etapă din procesul de transformare a publicului pasiv în public activ nu antrenează decât o anumită parte a publicului afectat de problema în cauză. Rămâne o parte a publicului care, deși conștient de

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





problemă, va răspunde negativ la mesajele organizației preocupate de găsirea unei soluții pentru rezolvarea sa.

În cadrul Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București 2024 - 2030 nu trebuie, însă, omis faptul că „simpatizanții”, adică cei care au o atitudine pozitivă și un comportament favorabil față de organizație, nu trebuie considerați deja „câștigați”. Simpatizanții trebuie menținuți statornici, iar convingerile lor trebuie întărite, pentru a putea conta pe faptul că vor acționa pozitiv și la următoarele mesaje ale organizației. Prin contrast, „opozanții” pot fi animați de diverse convingeri care îi determină să respingă mesajele organizației. Ei pot să nu cunoască bine serviciile oferite de instituția dumneavoastră, nu cunosc poate istoria organizației în domeniul respectiv de activitate și nici realizările sale de până atunci sau, pur și simplu, nu sunt de acord cu mentalitatea care animă organizația. Acești opozanți nu trebuie considerați „o cauză pierdută”, iar organizația trebuie să susțină constant campanii menite să transforme această categorie de public într-un public simpatizant și activ. În sfârșit, „neutrii” reprezintă o categorie aparte de public, indiferent față de organizație și produsele acesteia. La fel ca și în cazul „opozanților”, și „neutrii” trebuie sensibilizați față de produsele sau serviciile oferite de organizație.

În cadrul unei campanii de relații publice, trebuie realizată o alegere dintre publicurile organizației pe acela căruia ne vom adresa pentru a îndeplini cu succes obiectivul propus de campanie. Acest public va deveni ținta noastră și va fi vizat cu precizie de obiectivele noastre. Trebuie să știm că „un plan de campanie este un proiect al unei organizații, prin care aceasta dorește să atragă atenția publicurilor-țintă asupra serviciilor sale”¹².

Potrivit Biroului de Presă al prim-ministrului Franței¹³, „o atenție constantă trebuie acordată definirii precise a publicului interesat de subiectul discutat și, în

¹² Bernard Dagenais, *Campania de Relații Publice*, Polirom, 2003, pag. 216

¹³ Idem





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

egală măsura, găsirii tehnicilor și discursurilor menite să îl influențeze și să ducă la o implicare activă a acestuia”. Chiar dacă se urmăresc obiective politice sau ideologice, în cazul guvernelor sau al cultelor religioase, obiective economice, în cazul instituțiilor comerciale, dacă apară interesele membrilor lor, cum e cazul sindicatelor și al altor grupări profesionale, ori dacă vizează acte de caritate, precum Crucea Roșie, organizațiile pot supraviețui doar cu ajutorul unui anumit public. În același fel, primăria are nevoie de cetățenii săi. Trebuie făcută o distincție între publicuri și masa de oameni, în general. Astfel, masa este vagă, inactivă, neomogenă, pe când publicul - țintă este un grup de persoane care au ceva în comun.

Pentru început, trebuie să aflăm care este publicul care se potrivește cel mai bine cu obiectivul formulat, precum și care este categoria de public care poate asigura realizarea obiectivului. O greșeală frecvent întâlnită la persoanele novice din departamentele de relații publice este aceea de a construi campania în jurul publicului-țintă. Este o atitudine total greșită, pentru că finalitatea unei campanii de relații publice de succes trebuie să fie realizarea obiectivului, de aceea ne vom întreba mai întâi care este obiectivul ce trebuie atins și abia apoi care este publicul cel mai indicat pentru obiectivul propus. Publicul-țintă nu constituie o entitate în sine. Decizia alegerii lui se ia în funcție de analiza situației și de sondajele efectuate.

În căutarea publicului țintă se poate pleca de la ideea că fiecare individ este unic și că ar trebui să încercăm să punem accentul pe trăsătura lui specifică. Dar acest lucru presupune să vorbim fiecărui consumator, client sau aderent în parte. Pentru a ști cum se comportă fiecare individ în parte, trebuie, mai întâi, să examinăm grupul și apoi să îi evaluăm atitudinile și comportamentele. Cu cât organizația își dezvoltă o mai bună capacitate de înțelegere a indivizilor cărora dorește să li se adreseze, cu atât mai ușor își va putea adapta mesajul la preocupările fiecăruia. Dar, în același timp, ea trebuie să transmită publicului-țintă mesajele luând în calcul și un minim de pierderi. Astfel, se pune problema găsirii canalului de comunicare cel mai eficient, ieftin și convenabil.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





Revenind la latura practică a prezentei Strategii de Comunicare a Sectorului 1 2024 - 2030 categoriile mari de grup țintă se referă la:

A. Publicul aferent comunicării interne interdepartamentale (comunicarea intrainstituțională)

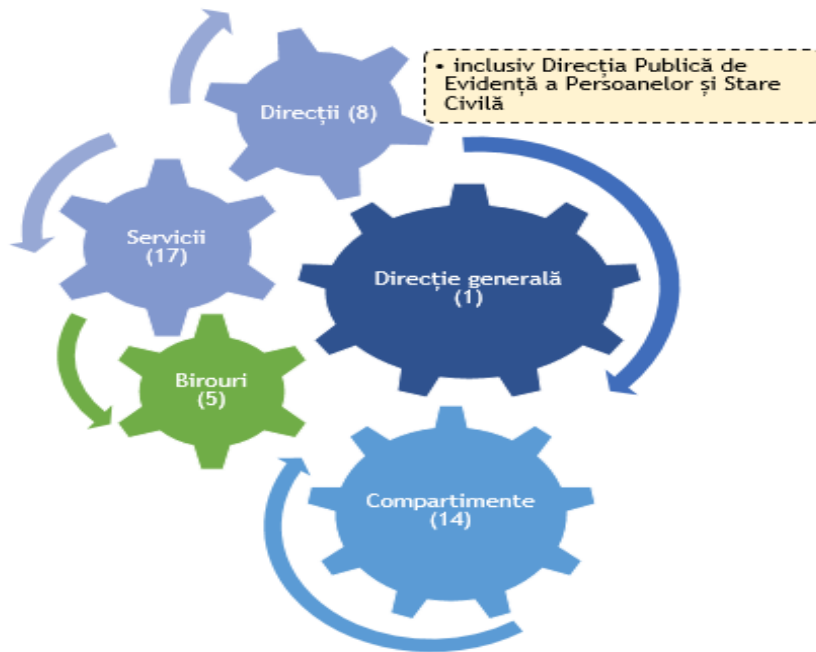
Pentru a avea o imagine completă a felului în care arată relațiile de comunicare în cadrul Primăriei Sectorului 1 al municipiului București, prezentăm mai jos succint organizarea instituției.

Structura organizatorică este redată aprobată prin Hotărârea Consiliului Local al Sectorului 1 nr. 291/04.12.2020 și este detaliată prin Regulamentul de Organizare și Funcționare, aprobat prin [HCL 291/04.12.2020](#), modificat prin HCL 49/25.02.2021 și HCL 171 din 09.09.2021. Structura aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 este propusă de către primar și aprobată de către Consiliul local, prin hotărâre, *oportunitatea dimensionării fiind strict la latitudinea autorităților publice locale*.

Nu există o structură „ideală”, aceasta fiind dimensionată în corelare cu obiectivele locale și dimensiunea/tipologia problemelor locale. Însă, *inexistența unei strategii formalizate de dezvoltare la momentul aprobării structurii, conduce către concluzia că aceasta a avut drept fundament volumul problemelor locale*. Astfel, analizând organigrama se deduce, prin numărul de posturi alocate, că *investițiile, serviciile publice locale și urbanismul reprezintă prioritățile la nivel de Sector*. Structura este una echilibrată, din analiza acesteia rezultând o medie de 6,5 posturi/componentă a structurii.

Figura 2. Componenta structurii PS1





Sursa: autorii acestui Raport

Aparatul de specialitate al Primarului Sectorului 1 al municipiului București și Direcția Publică de Evidență a Persoanelor și Stare Civilă Sector 1 sunt structurate pe compartimente funcționale încadrate cu funcționari publici și personal contractual și au următoarea structură organizatorică:

1. DIRECȚIA GENERALĂ ADMINISTRAȚIE PUBLICĂ LOCALĂ

1. DIRECTOR GENERAL ADJUNCT

1. Serviciul Management Informatic;
2. Compartimentul Strategii de Dezvoltare Durabilă, Programe, Proiecte;
3. Serviciul Administrativ.

2. DIRECTOR GENERAL ADJUNCT

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

1. Compartimentul Fond Imobiliar;
2. Serviciul Autorizații de Funcționare și Servicii Publice.

2. ARHITECT ȘEF

1. Biroul Reglementări Urbanistice și Arhivă;
2. Biroul Urbanism și Autorizații de Construire Pentru Construcții Clasa A;
3. Serviciul Urbanism și Autorizații de Construire Pentru Construcții Clasa B;
4. Serviciul Autorizații Lucrări Edilitare, Infrastructură Dezvoltare Durabilă;
5. Compartimentul Publicitate și Autorizări;
6. Compartimentul Informare Urbanistic.

3. DIRECȚIA MANAGEMENT RESURSE UMANE

1. Serviciul Resurse Umane și Organizare;
2. Serviciul Pregătire Profesională;
3. Compartimentul Sănătății și Securității în Muncă.

4. DIRECȚIA MANAGEMENT ECONOMIC

1. Serviciul Buget, Execuție Bugetară;
2. Compartimentul Strategie și Dezvoltare Socio-Economică.

1. DIRECTOR EXECUTIV ADJUNCT

3. Serviciul Contabilitate;
4. Compartimentul Financiar.

5. DIRECȚIA INVESTIȚII

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

- a. Serviciul Urmărire Contracte, Lucrări, Reabilitare Termică și Energii Alternative;
- b. Serviciul Achiziții Publice;
- c. Serviciul Urmărire și Derulare Servicii.

6. DIRECȚIA JURIDICĂ, LEGISLAȚIE, CONTENCIOS ADMINISTRATIV

1. Serviciul Juridic și Contencios Administrativ;
2. Serviciul Legislație și Avizare Contracte;
3. Compartimentul Spații cu Altă Destinație decât Cea de Locuință.

7. DIRECȚIA CADASTRU, FOND FUNCICIAR, PATRIMONIU ȘI REGISTRU AGRICOL

1. Compartimentul Fond Funciar, Registru Agricol;
2. Compartimentul Cadastru și Patrimoniu.

8. SERVICIUL TEHNICĂ LEGISLATIVĂ, SECRETARIAT ȘI ARHIVĂ

1. Compartimentul pentru Monitorizarea Procedurilor Administrative

9. SERVICIUL IMAGINE ȘI CULTURĂ

10. SERVICIUL REGISTRATURĂ, RELAȚII CU PUBLICUL

11. BIROUL CORP CONTROL

12. BIROUL AUDIT INTERN

13. BIROUL AUTORITATE TUTELARĂ

14. COMPARTIMENTUL RELAȚII INTERNAȚIONALE

15. COMPARTIMENTUL EXPERT PENTRU PROBLEME CU ROMII

16. COMPARTIMENTUL EVIDENȚĂ ELECTORALĂ

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

17. DIRECȚIA PUBLICĂ DE EVIDENȚĂ A PERSOANELOR ȘI STARE CIVILĂ SECTOR 1

1. DIRECTOR EXECUTIV

1. Compartimentul Informatic;
2. Compartimentul Analiză - Sinteză, Secretariat;
3. Biroul nr. 1 de Evidență A Persoanelor;
4. Biroul nr. 2 de Evidență A Persoanelor;
5. Biroul nr. 3 de Evidență A Persoanelor;
6. Biroul nr. 4 de Evidență A Persoanelor;
7. Biroul nr. 5 de Evidență A Persoanelor.

2. DIRECTOR EXECUTIV ADJUNCT

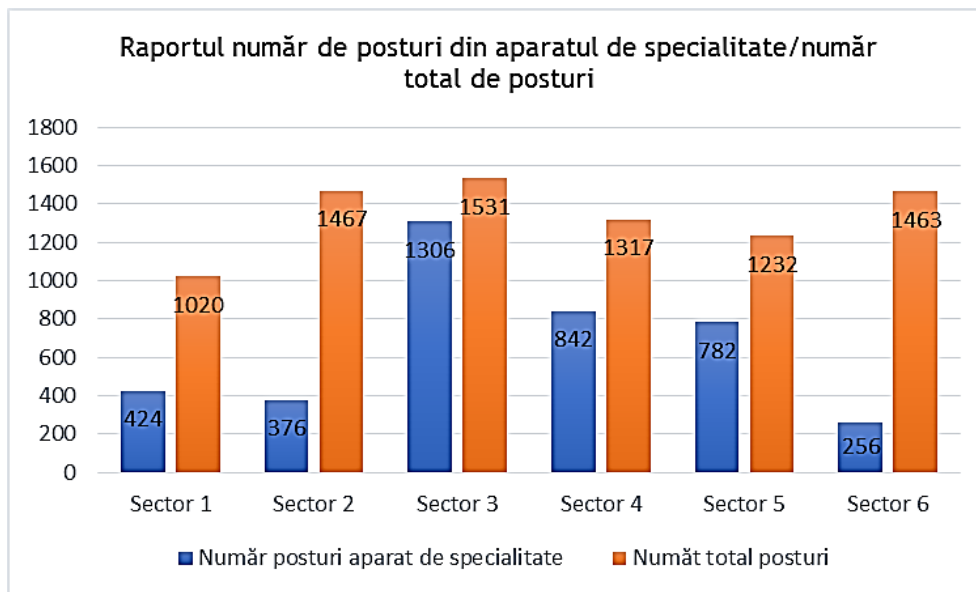
8. Serviciul Înregistrări Acte de Naștere;
9. Compartimentul Înregistrări Acte de Căsătorie și Divorț pe Cale Administrativă;
10. Compartimentul Înregistrări Acte de Decese și Informatică;
11. Serviciul Acte Înregistrate la Misiunile Diplomatice sau Oficiile Consulare De Carieră ale României;
12. Compartimentul Registratură și Relații cu Publicul;
13. Compartimentul Corespondența, Rectificări și Înscrieri Mențiuni În Străinătate;
14. Serviciul Transcrieri Certificate Înregistrate La Autoritățile Administrative Locale Din Străinătate.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*



Există un grad ridicat de descentralizare la nivelul Sectorului 1, așa cum se poate observa din graficul 2 - raportul dintre număr de posturi din aparatul de specialitate/număr total de posturi.

Graficul 2. Număr de posturi din aparatul de specialitate/număr total de posturi



Sursa: în baza datelor disponibile

Din analiza organigramei pot fi făcute câteva observații, astfel:

1. Nu sunt respectate nivelurile ierarhice (direcție generală/direcție/serviciu/birou/ compartiment). Din punct de vedere tehnic, acestea trebuie reprezentate pe același nivel ierarhic;
2. Nu sunt clare tipurile de relații (Ex. Poliția locală pare a fi subordonată doar primarului, linia punctată pornită de la Secretarul general pare a indica o formă de coordonare și, în general, suprapunerea liniilor punctate peste linia continuă generează neclarități);

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





3. Săgeata dinspre consiliul local spre primar indică o relație unidirecțională;
4. Direcția Publică de Evidență a persoanelor și Stare Civilă pare a avea o triplă subordonare;

Din perspectiva conținutului, comparativ cu instituții similare, se constată:

1. Un număr mare de posturi alocate pregătirii profesionale (mai mult în comparație cu orice altă instituție);
2. Denumiri care generează confuzii: Compartimentul de strategii de dezvoltare durabilă, programe, proiecte și Compartimentul strategie și dezvoltare socio-economică par a se suprapune din perspectiva atribuțiilor;
3. Nicio structură nu pare a avea responsabilități în domeniul situațiilor de urgență, protecției civile;
4. Structura de management economic pare supradimensionată (sunt 25 de posturi);
5. Un număr mare de posturi alocate pentru imagine și cultură;
6. Asocieri de activități ce par din alte domenii (ex. Compartimentul spații cu altă destinație decât cea de locuință în cadrul Direcției Juridică, Legislație, Contencios Administrativ).

De asemenea, menționăm că există la nivelul instituției PS 26 - Procedură de sistem privind analizarea și stabilirea structurii, dar în conținutul acesteia **nu se regăsesc elemente de analiză, criterii de re-proiectare a structurii**. Procedura se limitează la preluarea elementelor descriptive din legislație.

În relație cu structura proiectată, situația personalului la nivelul PS1 se prezintă după cum urmează:

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*



Tabelul 2. Structura de personal a PS1

Categorii	Total	Ocupate	Vacante
Funcții de demnitate publică	3	3	0
Funcții publice	370	283	87
1. funcții publice de conducere (inclusiv Secretar general)	41	28	13
2. funcții publice de execuție	329	255	74
Funcții contractuale	51	41	10
3. funcții contractuale de conducere (inclusiv adm public)	4	3	1
4. funcții contractuale de execuție	47	38	9
Nr. total de funcții din instituție	424	327	97

Sursa: date furnizate de PS 1

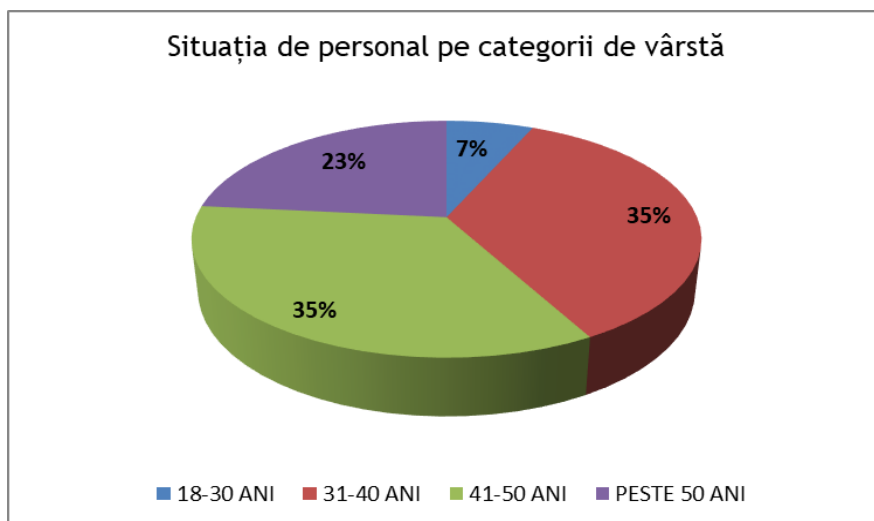
Tabelul 2 arată o ocupare de 85,37%, din cele 424 de posturi fiind ocupate 327. Acest lucru nu arată un deficit mare de personal la nivelul întregii Primăriei a Sectorului 1. Cu toate acestea, nu poate fi exclusă o subdimensionare sau lipsă de personal în anumite sectoare și compartimente din cadrul primăriei.

De asemenea, analiza asupra structurii personalului arată că cele mai multe funcții vacante din instituție sunt cele publice, respectiv cele de execuție, în comparație cu cele de natură contractuală unde se însumează un total de 9 funcții contractuale libere. **Cauzele acestei diferențe pot fi regăsite în regimul de**
*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*



recrutare specific pentru funcția publică, și pot fi evidențiate și de răspunsurile oferite de personalul Sectorului 1, evidențiate în graficul 3.

Graficul 3. Situația personalului pe categorii de vârstă



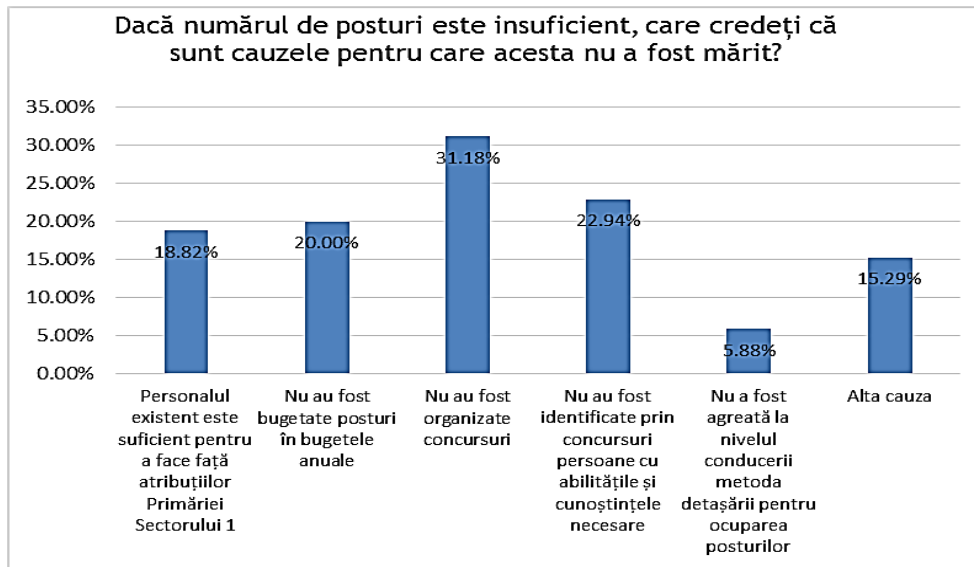
Sursa: date furnizate de PS 1

În ceea ce privește situația personalului pe categorii de vârstă, conform celor expuse în tabelul 2 și graficul 4, 70% dintre angajați sunt din categoria 31-50 de ani, ceea ce reprezintă o premisă importantă pentru o activitate performantă. Există însă un dezechilibru între categoria 18-30 de ani (doar 7%) și peste 50 de ani (23%).

În urma datelor furnizate pe baza chestionarului pentru personalul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București, rezultă că marea majoritate a respondenților consideră că numărul actual de posturi stabilite prin organigrama aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București *sunt suficiente* pentru îndeplinirea cu eficacitate a funcțiilor legale, exprimând un total de acord- 12,07%, respectiv oarecum de acord - 38,51%.

Cu toate acestea, cei care au considerat insuficiența resursei umane, au apreciat drept principalele cauze, următoarele:

Graficul 4. Cauze pentru insuficiența personalului în cadrul Sectorului 1



Sursa: în baza datelor din ancheta sociologică (Q10)

Cauzele reliefate în cadrul chestionarului pentru gradul de ocupare a posturilor vizează în principal **lipsa organizării concursurilor de angajare** - 31,18%, respectiv faptul că **atunci când au fost organizare concursuri, nu au fost identificate prin concursuri persoane cu abilitățile și cunoștințele necesare** - 22,94%. Putem observa aici, că, spre deosebire de o altă întrebare din chestionar (Q9), respondenții consideră doar în proporție de 18,82% că personalul existent este suficient pentru a face față atribuțiilor Primăriei Sectorului 1. Majoritatea persoanelor care au indicat altă cauză pentru neocuparea posturilor (15 din 26 răspunsuri) au menționat ca nu ar cunoaște de fapt care este motivul pentru care aceste posturi nu au fost ocupate. Alte motive sunt fie de natură procedural-legislativă, fie de natură pecuniară. Unul din motivele menționate însă pentru neocuparea posturilor a fost digitalizarea slabă, motiv confirmat și de răspunsurile furnizate la alte întrebări din chestionar.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

B) Publicul aferent comunicării externe

B1) Comunicare interinstituțională

Comunicarea interinstituțională este reglementată de procedurile interne și alte acte normative ale factorilor de decizie din Primăria sectorului 1 al municipiului București.

B2) Comunicare cu persoanele fizice și juridice aflate în Sectorului 1 al municipiului București

Conform datelor existente evoluția numărului de locuitori din Sectorul 1 se prezintă astfel:

An	Locuitori cu domiciliul stabil în Sectorul 1	Persoane cu reședință valabilă în Sectorul 1	Nr. de case	Nr. de apartamente
2019	252.671	3.217	27.032	87.452
2020	251.952	4.161	27.179	89.979
2022	249.839	3.987	27.462 (în anul 2021)	92.466 (în anul 2021)

Comunicarea activității Primăriei Sectorului 1 al municipiului București prin intermediul Strategiei de comunicare a Sectorului 1 al municipiului București este adresată unui **public țintă extern eterogen** format din:

Publicul larg (cetățenii), beneficiarii activităților PS1 vor, în primul rând, îmbunătățirea serviciilor administrative ale Primăriei. În acest sens publicul larg este public țintă final, dar cu o importanță majoră în tot efortul de implementarea Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București. Aceștia, mesajele ce vor fi comunicate vor trebui să fie țintite pe interesele directe, iar alegerea subiectelor de comunicat trebuie să fie cele „care se vând” foarte bine în

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



rândul cetățeanului, cum ar fi: informații concrete despre ce rezultate s-au obținut prin activitățile PS1 și care contribuie la creșterea calității serviciilor, creșterea profesionalismului oamenilor din administrația publică, debirocratizare, dezvoltare armonioasă și durabilă a Sectorului 1 etc.

Foarte importante din punct de vedere al comunicării externe sunt și **formele organizate și reprezentative ale societății civile**. Prin metodele alese de comunicare și implicare, aceste organizații pot fi parte activă a procesului de implementare a Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București. Astfel rezultatele obținute pot fi bazate pe nevoia existentă și pe așteptările publicului larg. Principalele metode de comunicare ce pot să ducă la asigurarea sprijinului acestor structuri sunt implicarea în găsirea unor soluții de implementare a Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București pentru teme specifice și strict orientate spre cetățean, implicarea în diferite evenimente, platforme on-line etc.

Nu trebuie neglijat atunci când vorbim de comunicarea externă și **mediu academic și de cercetare**. Important segment de public țintă și relevant pentru conferirea veridicității științifice a măsurilor întreprinse prin implementarea Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București. Punctul de vedere și opiniile acestuia sunt importante și necesare, iar implicarea în acțiuni concrete și specifice trebuie să se realizeze nemijlocit.

Nu în ultimul rând este foarte importantă implicarea și atragerea Mass-media de partea activităților ce vor fi promovate prin intermediul Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București. Cunoscând comportamentul acestui segment de public țintă orientat spre senzațional, este foarte clar că procesul de comunicare cu acest segment este important prin găsirea acelor subiecte vandabile și de interes general, iar mesajele ce se transmit vor fi directe și clare, fără a lăsa posibilitatea de interpretare. Mass-media sunt orientate către culegerea de informații prin intermediul conferințelor de presă, care vor fi principalul instrument

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





utilizat în relația cu acest grup, dar și transmiterea periodică a unor comunicate/informații importante care au ca scop prezentarea deciziilor luate și a rezultatelor activităților PS1 trebuie să reprezinte un mijloc de comunicare des folosit de vectorii de imagine identificați la nivelul entității publice.

8. MESAJUL PRINCIPAL PENTRU FIECARE PUBLIC-ȚINTĂ

Pentru fiecare din obiectivele specifice și fiecare grup țintă identificat prin Strategia de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București trebuie să existe mesaje adaptate și canalele de comunicare aferente.

Obiectiv specific Strategie de comunicare PS1	Mesaj transmis	Canale de comunicare
OS 1 - Îmbunătățirea fluxului de comunicare internă în cadrul Primăriei Sectorului 1 București pentru a asigura o colaborare mai eficientă și o coeziune mai puternică între departamente, astfel încât să se asigure o rezolvare mai eficientă și eficace a problemelor cu care se vor confrunta cetățenii în perioada 2024 - 2030.	Profesionalism în slujba cetățenilor.	Proceduri interne de comunicare și circuit al documentelor.
OS 2 - Creșterea nivelului de conștientizare și implicare a cetățenilor din Sectorul 1 București în procesul decizional și activitățile sectorului în perioada 2024 - 2030.	Transparență, eficiență și eficacitate.	Conform mixului de comunicare.

9. CANALELE DE COMUNICARE CARE VOR FI UTILIZATE (MIX-UL DE COMUNICARE)

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





Pentru Strategia de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București, având în vedere structura diversă și specială a publicului țintă propus, este necesar a ca mijloace de comunicare propuse să alcătuiască o combinație potrivită de instrumente și canale necesare pentru îndeplinirea obiectivelor și trimiterea mesajelor către fiecare grup-țintă. Unul din elementele avute în vedere în alegerea canalelor de comunicare va avea în vedere faptul că același mesaj transmis prin mai multe mijloace de comunicare devine mai eficient.

Strategia propusă aduce un cumul ingenios al mijloacelor de comunicare, respectându-se coerența și complementaritatea acestora.

Principalele canale pentru implementarea Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București sunt:

- **publicitate directă**, distribuita sistematic într-o anumită zonă co-interesată prin informări telefonice, folosirea mijloacelor moderne de comunicare prin INTERNET);mail, newsletter-uri.
- **mesajele adresate publicului țintă** direct către cei interesați.
- **participarea la manifestări specifice** (întruniri cu publicul larg);
- **crearea unor evenimente** (organizarea unei manifestări care să permită punerea în scenă a unui mesaj);
- **presă** (în vederea includerii în articolele din presa scrisă sau în emisiunile de televiziune sau radio a mesajelor vizate);
- **difuzarea unor materiale de prezentare ale Primăriei Sectorului 1 al municipiului București** (cataloge, pliante, broșuri, fly-ere)
- **relațiile cu presa** (aparițiile în public, conferințele de presă, comunicate de presă etc.);

Canalele de comunicare recomandate sunt cele care pot conferi avantajele cele mai eficiente pentru asigurarea unei promovări adecvate a rezultatelor activităților Primăriei Sectorului 1 al municipiului București:

COMUNICAREA SCRISĂ	
1. Articole și interviuri în ziare și publicații interesate	
Segmente de public-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ○ Publicul general, ○ funcționari publici și personal contractual, ○ cetățeni

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*



Avantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Adaptabilitate la public; ○ formate personalizate; ○ poziționări speciale; ○ informație precisă; ○ rentabilitate; ○ segmentare clară a publicului; ○ transmisibilitate; ○ notorietate.
Dezavantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Durata redusă de viață; ○ poate să nu fie rentabilă (dacă nu se alege o publicație relevantă, dacă persoana interviuată nu este de notorietate etc.)
Indicatori de eficacitate	<ul style="list-style-type: none"> ○ Număr de articole publicate; ○ tiraj; ○ număr de cititori.
2. Materiale de informare	
Segmente de public-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ○ Publicul general, ○ Cetățeni
Avantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Adaptabilitate la public; ○ formate personalizate; ○ segmentare clară a publicului; ○ transmisibilitate; ○ ajunge mai repede la publicul țintă vizat ○ notorietate.
Dezavantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Durata redusă de viață;
Indicatori de eficacitate	<ul style="list-style-type: none"> ○ Număr de materiale difuzate
3. Comunicate de presă	
Segmente de public-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ○ Reprezentanți mass-media, ○ funcționari publici și personal contractual, ○ societate civilă, ○ cetățeni
Avantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Flexibilitate; ○ mesaj personalizat; ○ implementare rapidă; ○ costuri reduse
Dezavantaje	Control redus asupra rezultatelor

Indicatori de eficacitate	Numărul de articole/apariții generate Tirajul Număr de cititori
EVENIMENTE	
4. Conferințe, ateliere de lucru, seminarii	
Segmente de public-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ○ reprezentanți mass-media, ○ funcționari publici și personal contractual, ○ societate civilă
Avantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ contact direct cu audiența; ○ interactivitate, ○ transmiterea informațiilor relevante și pe specificul publicului, ○ public segmentat
Dezavantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Costuri ridicate pentru evenimentele de amploare; ○ lipsa controlului asupra participării
Indicatori de eficacitate	<ul style="list-style-type: none"> ○ Număr de conferințe/ateliere de lucru/seminarii, ○ număr de participanți; ○ gradul de participare la dezbateri; ○ numărul de articole/știri generate; ○ evaluările participanților (pe baza chestionarelor)
5. Conferințe de presă	
Segmente de public-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ○ Reprezentanți mass-media, ○ funcționari publici și personal contractual, ○ societate civilă, ○ cetățeni
Avantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Flexibilitate; ○ mesaj personalizat; ○ comunicare în dublu sens; ○ implementare rapidă; ○ costuri mai reduse
Dezavantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Control redus asupra rezultatelor
Indicatori de eficacitate	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nr. articole/apariții generate; ○ numărul de conferințe de presă organizate; ○ prezența la conferințele de presă/interes
COMUNICAREA ÎN MEDII VIRTUALE	
6. Articole pe pagini web	
Segmente de public-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mass-media, ○ Funcționari publici și personal contractual,

	<ul style="list-style-type: none"> ○ societate civilă, ○ cetățeni
Avantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nivel ridicat de implicare a publicului; ○ ușor de creat; ○ accesibil pentru motoarele de căutare pe internet; ○ permite interacțiunea cu publicul; ○ link-uri directe; ○ promovează identitatea instituțiilor
Dezavantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Este nevoie de o atenție sporită asupra interfeței website-ului; ○ greu de întreținut, ○ necesita măcar o persoană dedicată care să actualizeze și să mențină site-ul
Indicatori de eficacitate	<ul style="list-style-type: none"> ○ Numărul de vizite; ○ număr de vizitatori, ○ nr. de sesiuni/vizita (cât trafic provine și din ce surse); ○ timpul mediu petrecut pe site de un utilizator, ○ afișările de pagină; ○ durata medie a sesiunii per site/pagină
7. Newsletter (intern/extern)	
Segmente de public-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mass-media, ○ funcționari publici și personal contractual, ○ societate civilă
Avantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Public dedicat, ○ costuri reduse
Dezavantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ritmicitate, ○ necesita măcar o persoană dedicată
Indicatori de eficacitate	<ul style="list-style-type: none"> ○ Rata de deschidere; ○ rata de respingere (deși este considerată un parametru negativ, în ceea ce privește landing page-urile, poate deveni un indicator de performanță pozitiv prin faptul că va produce schimbări ce se vor vedea în timp. În timpul testărilor, atunci când rata de respingere este mare, se poate vedea că caută utilizatorii, că nu doresc să regăsească într-un landing page și cum l-ați putea îmbunătăți).
8. www.primariasector1.ro	
Segmente de public-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mass-media, ○ funcționari publici și personal contractual, ○ societate civilă

Avantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Public dedicat, ○ acces ușor, ○ informația este postată în forma dorită
Dezavantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Necesită actualizare regulată, ○ necesită proceduri
Indicatori de eficacitate	<ul style="list-style-type: none"> ○ Numărul de vizite; ○ număr de vizitatori, ○ nr. de sesiuni/vizite (cât trafic provine și din ce surse); ○ timpul mediu petrecut pe site de un utilizator, ○ afișările de pagină; ○ durata medie a sesiunii per site/pagină
9. Rețele sociale: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn	
Segmente de public-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mass-media, ○ funcționari publici și personal contractual, ○ societate civilă, ○ cetățeni
Avantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Public dedicat, ○ costuri reduse
Dezavantaje	<ul style="list-style-type: none"> ○ Necesită actualizare regulată, ○ necesită ritmicitate și coordonare, ○ necesită cel puțin un coordonator
Indicatori de eficacitate	<ul style="list-style-type: none"> ○ Numărul de postări, ○ nr. de urmăritori (follow-erii), ○ nr. de (dis)like-uri

10. TACTICI DE COMUNICARE ȘI DIRECȚII DE ACȚIUNE

Elaborarea unei Strategii de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiul București trebuie să implice o abordare integrată, care să vizeze diverse aspecte ale comunicării publice.

Enumerăm mai jos câteva tactici și direcții de acțiune care trebuie luate în considerare:

Analiza publicului țintă:



UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Segmentele de public țintă identificate pe care le vizează prezenta strategie sunt: rezidenți, turiști, investitori, comunitatea de afaceri, publicul larg etc..

Pentru a înțelege mai bine nevoile, preocupările și așteptările acestor publicuri se vor efectua cercetări sociologice periodice dedicate fiecărui grup specific în parte.

Platforme de comunicare:

Vor fi utilizate o varietate de canale de comunicare, inclusiv site-ul oficial al Primăriei Sectorului 1 al municipiul București (www.primariasector1.ro), rețelele sociale, newslettere, conferințe de presă etc.

Este foarte important să se dezvolte și să se mențină o prezență activă pe platformele de socializare, adaptând mesajele pentru fiecare canal în parte.

Mesaje clare și consistente:

Mesajele cheie pe care Primăria Sectorului 1 al municipiul București le va comunica vor fi definite foarte clar și se vor lua măsuri pentru a asigura o prezență consistentă pe toate canalele de comunicare.

Se vor comunica în special informații importante și actualizări relevante despre proiecte, evenimente sau politici publice ale sectorului 1.

Implicarea comunității:

Se vor organiza ședințe de consultare publică pentru a obține feedback direct de la cetățenii Sectorului 1 cu privire la deciziile importante care îi privesc în mod direct și care le pot influența existența.

Implicarea cetățenilor în procesul de luare a deciziilor și dezvoltarea de inițiative care să promoveze participarea activă a comunității sunt, de asemenea

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





direcții de acțiune ale prezentei Strategii de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București.

Parteneriate și colaborări:

O altă direcție de acțiune o reprezintă semnarea unor parteneriate cu organizații locale, mediul de afaceri și ONG-uri pentru a sprijini eforturile comune și a împărtăși informații relevante.

De asemenea, trebuie implicate și mediul academic și instituțiile de cercetare pentru a aduce expertiză în procesul de planificare și comunicare.

Transparența și responsabilitatea:

Toate informațiile despre deciziile și acțiunile municipalității vor fi transparente și ușor accesibile.

Se vor oferi răspunsuri rapide și eficiente la întrebări și preocupări ale publicului larg.

Campanii de conștientizare:

Este necesar să se dezvolte campanii de conștientizare pentru a promova inițiativele PS1 și pentru a educa cetățenii cu privire la diferite aspecte, cum ar fi protejarea mediului, siguranța rutieră, dezvoltarea durabilă etc.

Monitorizare și evaluare:

Pentru a vedea eficiența direcțiilor de acțiune se vor implementa instrumente de monitorizare pentru a evalua eficacitatea strategiei de comunicare.

Direcțiile de acțiune ale Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București au nevoie de colectarea de feedback constant și ajustarea ei în funcție de rezultatele obținute.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

11. REZULTATELE POLITICILOR PUBLICE

La nivelul Sectorului 1 al municipiului București, Strategia de comunicare trebuie să promoveze rezultatele politicilor publice implementate între anii 2024 - 2030, politici publice care pot viza o gamă variată de aspecte, de la educație și sănătate la transport și mediu. Pentru fiecare domeniu identificat prezenta Strategie enumeră principalele rezultate care vor fi promovate.

Educație:

Dezvoltarea și implementarea unor programe educaționale inovatoare.

Asigurarea accesului la educație de calitate pentru toți rezidenții.

Investiții în infrastructura școlară și facilități pentru a îmbunătăți condițiile de învățare.

Sănătate:

Promovarea stilurilor de viață sănătoase și a prevenției bolilor.

Dezvoltarea de programe de sănătate comunitară.

Asigurarea accesului la servicii de sănătate de calitate și extinderea infrastructurii medicale.

Mediu:

Implementarea unor politici pentru reducerea poluării și îmbunătățirea calității aerului și a apei.

Dezvoltarea de spații verzi și programe de plantare a arborilor.

Promovarea transportului durabil și reducerea emisiilor de carbon.

Transport:

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Dezvoltarea infrastructurii pentru transportul public și promovarea utilizării acestuia.

Încurajarea transportului alternativ, cum ar fi bicicletele și vehiculele electrice.

Implementarea unor politici pentru reducerea congestiilor de trafic și îmbunătățirea siguranței rutiere.

Locuințe:

Dezvoltarea de programe pentru asigurarea accesului la locuințe accesibile.

Implementarea unor politici de regenerare urbană și dezvoltare imobiliară sustenabilă.

Cultură și recreere:

Promovarea activităților culturale și recreative în comunitate.

Dezvoltarea de spații publice și facilități recreative pentru a îmbunătăți calitatea vieții.

Economie și dezvoltare:

Crearea unui mediu de afaceri favorabil pentru antreprenori și IMM-uri.

Implementarea de programe pentru stimularea inovației și a investițiilor în sectorul local.

12. REZULTATELE ACȚIUNILOR

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





Rezultatele Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București sunt influențate de obiectivele stabilite, tacticile utilizate și reacția publicului.

Pentru a evalua eficacitatea Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București, este important să se efectueze monitorizări și evaluări constante. Aceste activități pot include:

Analiza datelor de participare: Verificarea nivelului de implicare a publicului în evenimente, ședințe publice, sondaje sau alte activități de interacțiune.

Feedback-ul publicului: Colectarea și analiza feedback-ului de la cetățeni, organizații și alte părți interesate. Acest feedback poate fi obținut prin intermediul sondajelor, petițiilor, platformelor online sau întâlnirilor directe.

Evaluarea acoperirii mediatice: Monitorizarea atentă a acoperirii în presă și în mediul online pentru a evalua cum este percepută Strategia de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București.

Analiza indicatorilor de performanță: Utilizarea indicatorilor de performanță specifici, cum ar fi creșterea traficului pe site-ul oficial al municipalității, creșterea interacțiunilor pe platformele de social media sau alte instrumente relevante.

Măsurarea gradului de conștientizare: Evaluarea nivelului de conștientizare a cetățenilor cu privire la proiecte, inițiative sau politici specifice ale PS1.

Răspunsul la crize: Evaluarea modului în care municipalitatea gestionează situații de criză și comunicarea asociată.

Impactul asupra comunității: Monitorizarea schimbărilor sau îmbunătățirilor semnificative în comunitate ca rezultat al implementării strategiei de comunicare.

Pentru a obține o evaluare completă, este important ca strategia de comunicare să fie adaptabilă și să se ajusteze în funcție de schimbările de context, feedback-ul

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*



primit și rezultatele obținute. În plus, transparența și deschiderea la dialogul cu cetățenii sunt esențiale pentru construirea încrederii și succesul Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București.

13. INDICATORI

Indicatorii sunt factori măsurabili care arată gradul în care au fost atinse rezultatele. Indicatorii trebuie să fie elaborați pe baza datelor statistice existente.

Sugerăm utilizarea următorilor indicatori de eficacitate:

COMUNICAREA SCRISĂ
1. Articole și interviuri în ziare și publicații de specialitate
<ul style="list-style-type: none">○ Număr de articole publicate; tiraj; număr de cititori.
2. Comunicate de presă
<ul style="list-style-type: none">○ Numărul de articole/apariții generate
EVENIMENTE
3. Conferințe, ateliere de lucru, seminarii
<ul style="list-style-type: none">○ număr de conferințe/ateliere de lucru/seminarii,○ număr de participanți;○ gradul de participare la dezbateri;○ numărul de articole/știri generate;○ evaluările participanților (pe baza chestionarelor)
4. Conferințe de presă
<ul style="list-style-type: none">○ numărul de conferințe de presă organizate;○ nr. articole/apariții generate○ interesul manifestat de mass-media concretizat prin prezența la conferințele de presă

COMUNICAREA ÎN MEDII VIRTUALE

5. Articole pe pagini web

- Numărul de vizite;
- număr de vizitatori,
- nr. de sesiuni/vizite (cât trafic provine și din ce surse);
- timpul mediu petrecut pe site de un utilizator,
- afișările de pagină;
- durata medie a sesiunii pe site/pagină (această valoare scoate în evidență un anumit interes/dezinteres pentru conținutul publicat, ceea ce înseamnă că mai multe pagini parcurse pot indica faptul că vizitatorul a găsit informația de care are nevoie sau, dimpotrivă, acesta este nehotărât sau vrea să se informeze temeinic asupra subiectelor/domeniilor respective. De regulă, acest indicator de performanță se analizează doar împreună cu timpul mediu petrecut pe site de un utilizator, pentru a vedea dacă ai captat atenția/interesul vizitatorilor).

6. Newsletter (intern/extern)

- Rata de deschidere;
- rata de respingere (deși este considerată un parametru negativ, în ceea ce privește landing page-urile, poate deveni un indicator de performanță pozitiv prin faptul că va produce schimbări ce se vor vedea în timp. În timpul testărilor, atunci când rata de respingere este mare, se poate vedea că caută utilizatorii, ce nu doresc să regăsească într-un landing page și cum l-ați putea îmbunătăți).

7. Aplicație software/ Platforma electronică de centralizare/ diseminare a informațiilor

- Numărul de vizite;
- număr de vizitatori,
- nr. de sesiuni/vizite (cât trafic provine și din ce surse);

- timpul mediu petrecut pe site de un utilizator,
- afișările de pagină;
- durata medie a sesiunii per site/pagină

8. Rețele sociale: Facebook, Twitter, LinkedIn

- numărul de postări,
- nr. de urmăritori (follow-erii),
- nr. de (dis)like-uri

Pe **Twitter** se pot transforma urmăritorii (follow-erii) în indicatori de performanță doar dacă se corelează activitatea acestora cu obiectivele de comunicare (schimbarea de atitudine și de comportament față de activitatea Primăriei Sectorului 1). Spre exemplu, în cazul în care se postează ceva pe pagina oficială a Primăriei Sectorului 1 (www.primariasector1.ro) sau **Facebook**, iar pe **Twitter** se postează un anunț că au fost postate noi informații pe site sau pe **Facebook**, iar cei care urmăresc intră și citesc, dau like-uri și distribuie postarea, indicatorul de performanță este pozitiv.

În cazul **Facebook**, lucrurile stau puțin altfel. Chiar dacă există mulți fani/urmăritori, dacă ei nu accesează în mod regulat rețeaua, e greu de depistat gradul lor de conștientizare a importanței implementării Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București și a rezultatelor acesteia. Chiar și numărul de like-uri nu garantează citirea integrală a postării/articolului, mai ales dacă aceasta este mai amplă. De aceea, ar fi de preferat ca postările să fie mai scurte. Există un trend crescător al interesului publicului pentru transmisiile live care ar putea să fie de la conferințe, seminarii, ateliere de lucru sau - de ce nu? - de la ieșirile publice ale vectorilor de imagine, de la vizitele de lucru făcute în cartiere sau acolo unde se desfășoară lucrări.



Obiectivele in Google Analytics. Stabilirea obiectivelor din Google Analytics pentru a măsura impactul informației de pe site-ul propriu asupra vizitatorilor este o practica SEO (Search Engine Optimization) comună. Conform tendințelor de navigare elaborate de Google, în medie, un utilizator parcurge 3-4 pagini/sesiune și cam 2-3 minute pe site. Aceste variabile sunt determinate de o serie de factori, printre care calitatea informației și accesibilitatea ei (adică nu trebuie să caute prea mult în site pentru a găsi de ce este interesat), strategia de link-building, optimizarea site-ului (desktop si tehnologiile mobile), viteza de încărcare etc.

Analiza indicatorilor de performanță cu ajutorul tool-ului Google Analytics poate ajuta la determinarea dinamicii de dezvoltare a site-ului pe termen lung, prin aceea că oferă informații privind:

- creșterea numărului de vizitatori ai site-ul de-a lungul timpului,
- ce informații au căutat vizitatorii,
- care au fost perioadele de stagnare (în afara sărbătorilor, perioada în care tot traficul este afectat).

Pe de altă parte, tot Google Analytics ajută la stabilirea și urmărirea anumitor acțiuni de interes pentru publicul larg precum descărcarea unui document în PDF.

Tipurile de surse din care provine traficul. Este recomandabilă segmentarea traficului din surse și medii specifice (site-uri directe, email, campanii personalizate etc.). Spre exemplu poate fi folosit Google URL Builder pentru o mai bună urmărire a parametrilor unei campanii personalizate de informare asupra rezultatelor implementării Strategiei de comunicare a Primăriei Sectorului 1 al municipiului București 2024 - 2030.

Mai jos sunt prezentate canalele de proveniență a traficului pe site:

- **Traficul Direct** - atunci când vizitatorii au scris URL-ul direct. Exemplu: www.primariasector1.ro.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

- **Căutările organice** - atunci când utilizatorii intră pe site după o căutare în Google și au accesat rezultatele organice (neplătite) din motoarele de căutare Google, Yahoo, Bing.
- **Referral** - atunci când vizitatorii intră de pe link-urile amplasate pe alte site-uri, precum: comentarii, link-uri din articole comerciale, link-uri de pe site-uri de anunțuri.
- **Au ajuns pe site de pe rețelele sociale** - Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter.
- **Paid Search** - Intrări pe site ca urmare a anunțurilor plătite din Google AdWords.

14. IMPLICAȚII PENTRU BUGET

Ținând cont de posibilitatea de accesare a unor bugete destul de generoase în cazul Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București pentru promovarea activității PS1, pot fi stabilite măsuri în consecință.

Majoritatea activităților pot fi implementate cu ajutorul resurselor existente, dar și prin accesarea unor fonduri europene nerambursabile. Prezentare schematică a măsurilor implementate și a bugetelor aferente estimate conform calculelor din momentul elaborării prezentei Strategii de comunicare (Trimestrul IV - 2023).

COMUNICAREA SCRISĂ	
1. Articole și interviuri în ziare și publicații de specialitate	
Cost mediu estimat	0 lei (în cazul în care nu sunt comandate și conțin măcar o știre de importanță pentru publicul-țintă al publicației respective) 300 - 500 de EUR în cazul advertorialelor comandate în mass-media scrisă
2. Comunicate de presă	
Cost mediu estimat	0 lei (cu expert intern)
EVENIMENTE	
3. Conferințe pe diverse teme cu rezidenții	
Cost mediu estimat	Minim 200-300 EUR și cu resurse umane interne

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!



4. Conferințe de presă	
Cost mediu estimat	Minim 200-300 EUR
5. Campanii de promovare	
Cost mediu estimat	30.000-50.000EUR
COMUNICAREA ÎN MEDII VIRTUALE	
6. Articole pe pagini web	
Cost mediu estimat	0 lei (în cazul în care există o persoană din compartimentul de comunicare/biroul de presă care să se ocupe de acest lucru)
7. Newsletter (intern/extern)	
Cost mediu estimat	0 lei (în cazul în care există o persoană din compartimentul de comunicare/biroul de presă care să se ocupe de acest lucru)
8. Diseminare informații plătite în mediul on-line	
Cost mediu estimat	20.000-40.000 EUR (depinde mult de configurație și funcționalitate).
9. Rețele sociale: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn	
Cost mediu estimat	0 lei (în cazul în care există o persoană din compartimentul de comunicare/biroul de presă care să se ocupe de acest lucru).

15. IMPLICAȚII JURIDICE

Actele normative care au impact asupra Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București sunt:

- Legea finanțelor publice nr. 500/2002, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 273/2006 privind finanțele publice locale, cu modificările și completările ulterioare;
- OUG. nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare;

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

- HG. nr. 909/2014 privind aprobarea Strategiei pentru consolidarea administrației publice 2014-2020;
- HG. nr. 462/2017 pentru modificarea anexei nr. 2 la HG nr. 909/2014 privind aprobarea Strategiei pentru consolidarea administrației publice 2014-2020 și constituirea Comitetului Național pentru Coordonarea Implementării Strategiei pentru Consolidarea Administrației Publice 2014-2020 și pentru modificarea anexei la HG nr. 1076/2014 pentru aprobarea Strategiei privind mai buna reglementare 2014-2020;
- HG nr. 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/ acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice;
- OSGG nr. 600/2018 privind aprobarea Codului controlului intern managerial al entităților publice.

De asemenea, au fost identificate două mari categorii de instrumente de management strategic:

- Documente aprobate în afara Sectorului 1, dar care stabilesc obiective, acțiuni și responsabilități;
- Documente elaborate la nivelul Sectorului 1, cu două subcategorii:
 - a. documente ce derivă din norme imperative;
 - b. documente elaborate din inițiativa instituției.

Documente de management strategic aprobate în afara Sectorului 1

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Din perspectiva impactului asupra Sectorului 1 categoria cuprinde:¹⁴

- **Planul Național de Redresare și Reziliență¹⁵ (PNRR)**, care are principal obiectiv dezvoltarea României prin realizarea unor programe și proiecte esențiale, care să sprijine reziliența, nivelul de pregătire pentru situații de criză, capacitatea de adaptare și potențialul de creștere, prin reforme majore și investiții cheie cu fonduri din Mecanismul de Redresare și Reziliență. În structura PNRR este prevăzută și *Componenta 14 - Buna guvernare*, în care se prevede reforma Sectorului public, prin intermediul unui set de reforme și investiții pe scară largă, pentru a îmbunătăți guvernarea în condițiile unui sistem de luare a deciziei previzibil, fundamentat și participativ, de a asigura furnizarea de servicii publice de calitate, de către un corp de funcționari publici profesioniști și bine pregătiți, care să răspundă adecvat provocărilor, nevoilor și așteptărilor cetățenilor și mediului de afaceri.
- **Strategia Națională Anticorupție 2021-2025 (SNA)** împreună cu seturile de indicatori de performanță, riscurile asociate obiectivelor și măsurilor din strategie și sursele de verificare, inventarul măsurilor de transparență instituțională și de prevenire a corupției, a indicatorilor de evaluare, precum și standardele de publicare a informațiilor de interes public.
- **Planul Anual de Lucru al Guvernului (PALG)¹⁶**. Secretariatul General al Guvernului coordonează procesul de elaborare și monitorizare a Planului Anual de Lucru al Guvernului. PALG reprezintă un calendar al proiectelor de documente de politici publice și al proiectelor de acte normative (legi și hotărâri ale Guvernului) cu impact semnificativ asupra economiei, societății, mediului și bugetului general consolidat, care necesită aprobarea Guvernului pentru anul în curs. Introdus la nivelul administrației publice centrale în anul

¹⁴ Facem mențiunea că o parte din aceste documente, deși ajunse la termen, și în lipsa unor noi, la data elaborării prezentului material, au avut impact asupra modului de realizare a Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București.

¹⁵ A se vedea <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

¹⁶ <https://sgg.gov.ro/new/wp-content/uploads/2019/03/NOT%C4%82.pdf>





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

2014, PALG reprezintă unul dintre punctele care fac obiectul raportărilor către Comisia Europeană.

- **Strategia de Consolidare a Administrației Publice 2014-2020 (SCAP).** Prin HG nr. 909/2014 a fost aprobată Strategia pentru consolidarea administrației publice 2014-2020 și constituirea Comitetului național pentru coordonarea implementării SCAP, ținta fiind ca până în 2020 România să aibă o administrație publică eficientă și receptivă la nevoile societății.
- **Strategia Privind mai Buna Reglementare 2014-2020 (SPBR).** Planul de acțiuni pentru implementarea Strategiei pentru consolidarea administrației publice 2014 - 2020 a fost modificat și actualizat prin HG nr. 462/2017 - pentru modificarea anexei nr. 2 la HG nr. 909/2014 privind aprobarea Strategiei pentru consolidarea administrației publice 2014-2020 și constituirea Comitetului Național pentru Coordonarea Implementării Strategiei pentru Consolidarea Administrației Publice 2014-2020 și **pentru modificarea anexei la HG nr. 1076/2014 pentru aprobarea Strategiei privind mai buna reglementare 2014-2020.** Strategia își propune continuarea procesului de reducere a sarcinilor administrative prin simplificarea legislației aferente ultimelor domenii a căror măsurare s-a finalizat în 2014 prin utilizarea SCM: muncă (forță de muncă, legislația muncii, pensii și asigurări sociale, securitate și sănătate în muncă), sănătate (farma, autorizare și inspecție sanitară), educație, mediu (schimbări climatice, silvicultură) și justiție (registru comerțului, profesii liberale).
- **Planul de acțiuni pentru implementarea etapizată a managementului calității în autorități și instituții publice 2016-2020 (PAIEMCAIP),** răspunde subcriteriului condiționalității ex-ante prin care se solicită „Existența unui set de acțiuni care se referă la stabilirea sau utilizarea sistemelor de management al calității, deja stabilite, într-un mod durabil”. Planul de acțiuni pentru implementarea etapizată a managementului calității se axează pe ideea de

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

asumare a utilizării managementului calității la nivelul administrației publice centrale.

- **Planul integrat pentru simplificarea procedurilor administrative aplicabile cetățenilor (PAISPAAC)** a fost elaborat în contextul îndeplinirii, pentru segmentul *cetățeni*, a criteriului „Acțiuni integrate de simplificare și raționalizare a procedurilor administrative” al condiționalității ex-ante, subcriteriul „Existența unor acțiuni integrate de simplificare și raționalizare a procedurilor administrative, inclusiv soluții de e-guvernare” și contribuie la atingerea obiectivelor asumate prin Strategia pentru Consolidarea Administrației Publice 2014-2020 (SCAP 2014-2020). Pornind de la concluziile *Analizei nevoilor și obiectivelor de simplificare și raționalizare a procedurilor administrative pentru cetățeni* au fost identificate opt domenii de intervenție în vederea simplificării procedurilor administrative pentru cetățeni. Un domeniu îl reprezintă obținerea cetățeniei.
- **Strategia Națională privind Agenda Digitală pentru România 2020 (SNADR)** aprobată prin HG nr. 245/2015. SNADR a fost dezvoltată pe baza programului Agenda Digitală pentru Europa 2020, aceasta fiind cadru de referință pentru dezvoltarea economiei digitale 2014 - 2020.

Documente de management strategic elaborate la nivelul instituției

Din a doua categorie majoră de instrumente de planificare strategică, cele elaborate la nivelul instituției, au fost identificate:

Instrumente ce derivă din norme imperative:

- Bugetul anual, elaborat în conformitate cu legislația privind finanțelor publice;
- Planul de integritate elaborat în conformitate cu Strategia Națională Anticorupție 2016-2020, aprobată prin HG nr. 583/2016;

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





- Proceduri operaționale și de sistem, conform prevederilor OSGG nr. 600/2018;

Instrumente elaborate la inițiativa instituției:

- Planuri anuale de formare profesională;
- Strategia de dezvoltare durabilă a Sectorului 1.

Raportat la cele de mai sus, remarcăm un set cu diverse instrumente disponibile, care în cadrul unei planificări strategice orientată spre performanță și îmbunătățire continuă impune o construcție piramidală a obiectivelor, pornind de la obiectivele strategice către cele tactice și operaționale. Se constată, însă că, această ierarhie este dificil de multiplicat până la nivel de post, uneori chiar și la nivel de compartiment.

16. PROCEDURI DE MONITORIZARE, EVALUARE

Procedurile de monitorizare și evaluare ale Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București sunt utile pentru prevenirea posibilelor greșeli din cadrul procesului de implementare a strategiei de comunicare și se referă la planificarea unei monitorizări a implementării.

În acest sens următoarele:

- a) Crearea unui sistem de monitorizare a aparițiilor din mass-media și social media.***

În acest caz este nevoie de un expert intern din compartimentul de comunicare al instituției sau din biroul de presă care să se ocupe de identificarea, colectarea și arhivarea știrilor, articolelor și informațiilor referitoare la implementarea Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București.

- b) Crearea unui sistem de monitorizare (de tip Google Analytics) a accesării site-ului PS1 www.primariasector1.ro.***

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Prin acesta, se pot monitoriza:

- ❖ numărul de accesări,
- ❖ numărul de vizitatori și utilizatori,
- ❖ timpul petrecut pe sesiune,
- ❖ paginile cele mai accesate și cele mai puțin accesate,

Și pentru aceasta activitate este nevoie de un expert intern care să se ocupe de monitorizare și să facă raportări referitoare la datele culese.

c) **Raportări intermediare** (la măsurile care se întind pe o perioadă mai îndelungată de timp) și/sau finale (după finalizarea principalelor măsuri propuse în prezenta strategie), astfel încât să ne putem asigura de îndeplinirea rezultatelor în bune condiții sau să se poată lua măsuri de corectare a eventualelor rezultate parțiale negative.

După fiecare activitate, se va evalua ce a mers bine și ce s-ar putea îmbunătăți iar la finalizarea fiecărei măsuri se vor evalua resursele utilizate comparativ cu bugetele aprobate.

17. ETAPE ULTERIOARE ȘI INSTITUȚII RESPONSABILE

După implementarea inițială a unei Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București, este esențial să se urmărească și să se evalueze continuu rezultatele și să se modifice abordarea, dacă este necesar.

Etapile ulterioare importante în procesul de gestionare și dezvoltare a strategiei de comunicare vor fi următoarele:

Monitorizarea și evaluarea continuă:

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





Continuarea monitorizării performanței strategiei de comunicare utilizând indicatori de performanță stabiliți anterior.

Realizarea evaluării regulate pentru a măsura gradul de atingere a obiectivelor stabilite.

Analizarea feedback-ului:

Analizarea feedback-ului continuu primit de la public. Identificarea tendințelor și reacțiilor pentru a face modificări în consecință.

Utilizarea feedback-ului pentru îmbunătățirea și personalizarea mesajelor și a tacticilor de comunicare.

Adaptarea la schimbări de mediu sau context:

Decidenții din PS1 și responsabilii pentru implementarea Strategiei trebuie să fie conștienți de schimbările în mediu și context care pot afecta percepția publicului sau prioritățile comunității.

Adaptarea mesajelor și tacticilor în funcție de evenimente sau schimbări semnificative.

Comunicarea în Situații de Criză:

Dezvoltarea de planuri și protocoale pentru comunicare în situații de criză și asigurarea că echipa de comunicare este pregătită să răspundă rapid și eficient.

Consolidarea relațiilor cu părțile interesate:

Menținerea de relații strânse cu părțile interesate cheie, inclusiv cetățenii, organizațiile non-guvernamentale, mediul de afaceri și mass-media.

Implicarea părților interesate în procesul decizional și în inițiativele de politici publice ale PS1.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă
Competența face diferența!



Instrumente Structurale
2014-2020

Dezvoltarea de inițiative de implicare comunitară:

Continuarea dezvoltării de programe de implicare comunitară, cum ar fi ședințe publice, sondaje, grupuri de lucru sau platforme online de participare cetățenească.

Folosirea tehnologiilor digitale pentru a implica cetățenii și a facilita dialogul continuu.

Raportarea Publică:

Furnizarea unor rapoarte periodice publice privind progresele și realizările obținute în implementarea Strategiei de comunicare.

Asigurarea transparenței și accesibilității în comunicarea cu publicul.

Inovație și adaptabilitate:

Deschiderea la inovație în comunicare și adaptarea Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București pentru a răspunde la schimbările în tehnologie, mediu și preferințele publicului larg.

Formare și dezvoltare profesională continuă:

Asigurarea că echipa de comunicare beneficiază de formare și dezvoltare profesională continuă pentru a rămâne la curent cu cele mai recente practici și tehnologii, mijloace și instrumente de comunicare.

Îmbunătățirea continuă:

Analizarea întregului proces de implementare și identificarea oportunităților de îmbunătățire continuă.

Deschiderea la feedback intern și luarea în considerare a experiențelor și lecțiilor învățate.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*





Prin urmărirea și implementarea acestor etape ulterioare, se va putea menține o Strategie de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București eficientă și adaptată la schimbările și evoluțiile mediului, precum și la nevoile comunității.

Instituția responsabilă pentru punerea în aplicare a Strategiei de comunicare pentru Primăria Sectorului 1 al municipiului București este entitatea publică în sine, alături de Direcțiile și Serviciile subordonate.

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020
Competența face diferența!*

