

# Strategia de comunicare a Institutului Național de Statistică

## *Viziune:*

*Direcția de comunicare a fost creată cu scopul de a semnaliza relevanța statisticii oficiale în spațiul public românesc și european.*

*Într-o epocă din ce în ce mai tehnologizată, orice bun național, cum este cazul statisticii oficiale, trebuie acomodat unui **limbaj accesibil** pentru toate mediile interesate.*

## *Ce ne dorim?*

- *să fim recepționați;*
- *să fim înțeleși;*
- *să fim acceptați;*
- *să determinăm o acțiune (soluție, decizie, schimbare)*

## **Prioritățile Direcției de comunicare:**

- **Relevarea rolului, funcțiilor și atribuțiilor INS**
- **Identificarea naturii instituționale a INS** pentru elaborarea și implementarea strategiei de comunicare;
- **Informare cu privire la performanțele societale ale României;**
- **Deschiderea instituției** către mediile online, rețelele de socializare și presă;
- **Democratizarea limbajului statistic:** transformarea limbajului statistic tehnic într-unul accesibil tuturor categoriilor de utilizatori de date statistice, inclusiv opinia publică;
- **Organizarea** de conferințe de presă, simpozioane, mese rotunde, precum și întâlniri formale și informale cu stakeholderii din domeniile aflate în legătură cu statistica;
- **Colaborarea** cu alte compartimente de comunicare din instituțiile publice;
- **Servicii de comunicare îmbunătățite.** Îmbunătățirea calității informațiilor statistice cu caracter general prin exploatarea tuturor datelor emise/receptate de instituție,

asigurarea unei viteze corespunzătoare de propagare a informațiilor și a verificării modului în care au fost receptate mesajele transmise;

- **Creșterea credibilității și notorietății vizând îmbunătățirea prestigiului și imaginii INS.**

## **Principalele obiective ale Direcției de Comunicare:**

- modernizarea instrumentelor media și a celor de comunicare (site-urile INS, DTS/DJS, Intranet) ;
- modernizarea altor site-uri din domeniul.ro care se află în administrarea Direcției de comunicare;
- analiza de presă;
- îmbunătățirea relațiilor cu mass-media, precum și cu DTS/DJS-urile;
- îmbunătățirea relațiilor cu furnizorii, producătorii și utilizatorii de date;
- **asigurarea accesului facil și operativ la informațiile statistice de interes public.**

Atât prioritățile, cât și obiectivele Direcției de Comunicare a INS se vor realiza prin cele trei canale:

- **Comunicarea externă**
- **Comunicarea internă**
- **Relația cu publicul.**

### **Indicatori de performanță a activității în comunicare:**

- Numărul de vizitatori ai site-ului INS;
- Numărul de vizitatori ai paginii de Facebook;
- Numărul de materiale informative tipărite sau afișate pe site-ul instituției;
- Semnale feedback asupra relevanței și calității activităților de comunicare ale INS apărute în presă;
- Numărul de întâlniri cu utilizatorii de date (ziariști, analiști, potențiali beneficiari ai datelor statistice, oameni de afaceri, reprezentanți ai instituțiilor publice, etc.);
- Numărul de rapoarte realizate ca urmare a sintetizării feedback-ului primit din INS - sediul central și din teritoriu.

## **Comunicarea externă**

### **Linii de acțiune:**

- Îmbunătățirea și adaptarea permanentă a canalelor de comunicare: site, materiale scrise, mass-media; broșuri, pliante (împreună cu Direcția de diseminare date statistice și Direcția de editare publicații statistice) la performanțele altor institute de statistică;
- Transparența informației;

- Prezentarea informației –corectă, simplă, concisă, clară– în scopul creșterii calității acesteia;
- Crearea condițiilor, oportunității și posibilității de mobilizare rapidă a tuturor eşaloanelor de comunicare ale INS (comunicare și diseminare);
- Mai buna adaptare a informației (mesajului) la nivelul gradului de înțelegere a publicului;
- Elaborarea de broșuri informative privind cercetări statistice, în special pentru domenii noi și/sau de actualitate;
- Informațiile trebuie să urmărească fidel, nediscriminatoriu și neinfluențabil transmiterea mesajului instituțional;
- **Creșterea notorietății și îmbunătățirea imaginii INS.**
  - Promovarea culturii statistice prin:
    1. realizarea de materiale pentru explicarea indicatorilor, metodologiilor și semnificației fenomenelor și proceselor economice și sociale (Ex: Ce este rata inflației; Cum calculăm PIB-ul);
    2. organizarea de întâlniri cu beneficiarii de date statistice;
    3. actualizarea paginii de Facebook (și alte canale de social-media) cu informații din sfera statisticii;
    4. propunerea/concepția de broșuri informative privind cercetări statistice, în special pentru domenii noi și/sau de actualitate;
    5. Menținerea legăturii cu mass-media și căutarea de noi modalități pentru eficientizarea acesteia.
  - Cercetarea și colaborarea în comunicare prin:
    - menținerea legăturii cu alte structuri de comunicare la nivel internațional;
    - studierea liniilor de comunicare abordate de alte state din Uniunea Europeană pentru posibile idei inovatoare ce pot fi aplicate la nivelul INS.

### **Indicatori:**

- Număr de titluri de materiale informative (broșuri, pliante, etc.) tipărite sau afișate pe site-ul instituției.

Percepția mass-mediei la adresa INS este esențială pentru adaptarea comunicării INS la cerințele publice.

- Mai buna cunoaștere și îmbunătățirea reputației INS este o țintă importantă în elaborarea politicii noastre de comunicare externă.

### **Linii de acțiune:**

- Colaborarea mai bună cu “multiplicatorii de informații”: mass-media, organisme profesionale, sindicate, patronate, fundații, alte instituții publice;
- Consultarea mediului de afaceri;
- Organizarea unor sesiuni de comunicare, întâlniri tematice în vederea cunoașterii și înțelegerii depline a fenomenelor economice ce guvernează activitatea statisticii.

## **Indicatori:**

- Numărul de vizitatori pe site;
- Numărul de reacții (feedback) la adresa INS publicate în presa națională;
- Numărul de utilizatori pe pagina de facebook a instituției;
- Gradul de satisfacție al formatorilor de opinie în discuțiile televizate la adresa INS.

Măsurarea gradului de satisfacție cu privire la un serviciu recent introdus sau în ceea ce privește informațiile incluse pe pagina web a INS (inserăm o întrebare pe site/tempo/esop cu privire la satisfacția utilizatorilor); Elaborarea newsletterului lunar.

## **Comunicarea internă**

Activitatea angajaților reprezintă o condiție esențială pentru asigurarea îndeplinirii misiunii INS, de aceea preocuparea pentru îmbunătățirea comunicării interne ocupa un loc important în politica managerială a INS.

Comunicarea internă cuprinde comunicarea managerială și comunicarea la nivelul personalului atât formală, cât și informală.

Obiectivele urmărite de comunicarea internă sunt atât funcționale având drept scop îmbunătățirea colaborării dintre direcții, cât și informative (cunoașterea activității instituției, a direcțiilor componente, a valorilor acesteia, cultivarea identității instituționale).

Orientarea majoră a preocupărilor INS este atât în direcția optimizării comunicării descendente, dinspre manageri către salariați, cât și în ceea ce privește educarea personalului în a folosi mai mult instrumentele de comunicare internă.

### **Linii de acțiune:**

- Crearea cadrului organizatoric necesar îmbunătățirii comunicării interne;
- Sondarea periodică a opiniei angajaților INS;
- Emiterea de rapoarte cu privire la rezultatele obținute în urma primirii feedback-ului angajaților, însoțite de recomandări;
- Creșterea nivelului culturii statistice.

În vederea eficientizării comunicării interne, la nivelul Direcției de Comunicare a fost creată o adresă de email [comunicare@insse.ro](mailto:comunicare@insse.ro) ce va fi utilizată de întregul personal statistic din sediul central sau teritorial pentru a-și exprima opiniile, pentru a face sugestii, precum și pentru a expune problemele cu care se confruntă în activitatea zilnică.

### **Linii de acțiune:**

• Desemnarea unui corespondent însărcinat cu comunicarea internă pentru structurile teritoriale.

## **Indicatori de performanță:**

- Numărul de informări către angajați cu privire la realizările/problemele instituției și la obiectivele strategice.

Calitatea profesională a angajaților, gradul de cunoaștere a instituției, a mediului în care lucrează, a țărilor organizației din care fac parte constituie premise importante pentru creșterea eficienței activităților acestora în cadrul INS. În acest sens, compartimentul de comunicare internă al INS face eforturi permanente în direcția îmbunătățirii comunicării, dezvoltând metode și instrumente moderne, mai bine țintite și mai convingătoare. Pornind de la premisa că toți salariații sunt importanți pentru instituție și ținând cont de faptul că un statistician se formează în 7-8 ani, reușita atingerii obiectivelor INS depinde de fiecare dintre ei. Cunoașterea obiectivelor instituției de către salariați va dezvolta sentimentul de apartenență și va crește nivelul de determinare a acestora pentru atingerea scopurilor propuse.

## **Linii de acțiune:**

- Dezvoltarea comunicării asociate obiectivelor strategice, strategiei, comunicării rapide;
- Perfecționarea managerilor în ceea ce privește mecanismele de receptare și de transmitere a informațiilor în cadrul INS;
- Încurajarea salariaților INS spre o atitudine constructivă, creatoare, militantă, participativă;
- Elaborarea unui Ghid de comunicare internă (căi, mijloace, tehnici de comunicare internă);
- Îmbunătățirea accesului la informațiile de specialitate prin intermediul rețelei de intranet;
- Antrenarea, instruirea și informarea tuturor salariaților, atât cu ocazia lansării strategiei, cât și în etapa de analizare a stadiului realizării obiectivelor și sarcinilor din programele de activitate.
- Transmiterea on-line a Strategiei.

## **Indicatori:**

- Numărul salariaților cu acces la intranet, ca pondere în totalul personalului;
- Numărul de accesări intranet/angajat.

Angajații trebuie să se simtă acceptați, respectați, trebuie încurajată munca în echipă, recunoașterea și motivarea muncii lor fiind deosebit de importante. Toate acestea au un impact semnificativ asupra atasamentului acestora fata de valorile INS, dar si asupra respectului social de care trebuie să se bucure salariații INS.

Este necesară crearea unei culturi organizaționale, deschisă și onestă, care să conducă la spargerea tiparelor rigide și inerțiale create de-a lungul timpului, la îmbunătățirea atitudinii față de nou.

### **Linii de acțiune:**

- Creșterea sentimentului de apartenență și de satisfacție a angajaților în cadrul instituției prin responsabilizare, valorificare profesională și recunoașterea importanței fiecăruia în cadrul echipei; promovarea valorilor comune;
- Accesul larg la informație;
- Dezvoltarea unei culturi bazate pe schimbare și pe creșterea capacității de implicare;
- Punerea în valoare a inițiativelor personalului.

Informarea angajaților cu privire la realizările de ansamblu, obiectivele strategice, cunoașterea instituției (misiune, organizare etc.)

### **Indicatori:**

- Elaborarea buletinului informativ intern (INS in-sight)
- Numărul de cititori ai buletinului;
- Sondaje de opinie;
- Chestionare - rezultate;
- Cursuri de comunicare pentru angajați;
- Promovarea lucrului în echipă și a contribuției individuale;
- Numărul de întruniri cu întreaga echipă;
- Numărul de întâlniri informale cu salariații.

### **Îmbunătățirea colaborării cu structurile teritoriale**

Politica INS de punere în practică a liniilor de acțiune strategice pe termen mediu și realizarea obiectivelor sale se sprijină în mod esențial pe activitatea structurilor sale teritoriale, pe efortul personalului care lucrează aici.

De aceea, îmbunătățirea legăturii cu structurile din teritoriu este un obiectiv strategic deosebit de important pentru INS, de reușita atingerii sale depinzând creșterea eficienței și îndeplinire a misiunii asumate.

### **Linii de acțiune:**

- Optimizarea canalelor și procedeele de comunicare, atât a celor tradiționale, cât, mai ales, a celor moderne și punerea în valoare a inițiativelor venite din partea DJS-urilor;
- Crearea unui forum de discuții împreună cu Direcția Generală de IT și Infrastructură Statistică

**Indicatori:**

- Materiale de popularizare transmise în teritoriu;
- Numărul de întâlniri cu ocazii speciale: aniversarea instituției, etc.;
- Numărul de utilizatori pe forumul de discuții.

**Relații cu publicul**

- a) recepționarea tuturor petițiilor transmise INS; promptitudine și deschidere față de solicitanți;
- b) asigurarea fluxului în interiorul instituției astfel încât fiecare petiție să ajungă la direcția competentă pentru a oferi informația solicitată;
- c) gestionarea petițiilor și trimiterea răspunsurilor, conform legii;
- d) înregistrarea și arhivarea petițiilor împreună cu răspunsurile trimise, conform legii
- e) gestionarea informațiilor de interes public prin stabilirea categoriei din care fac parte informațiile solicitate, întocmirea listelor conținând informațiile de interes public și soluționarea tuturor solicitărilor adresate INS în baza Legii nr.544/2001;
- f) realizarea Revistei Române de Statistică și a Revistei Române de Statistică Supliment;
- g) administrarea și dezvoltarea website-ului Revistei Române de Statistică.

**Linii de acțiune:**

- Îmbunătățirea canalelor și a procedurilor de comunicare cu utilizatorii de date statistice, cu furnizorii de date, precum și cu orice altă persoană interesată de activitatea INS;  
Asigurarea unor răspunsuri prompte și complete tuturor persoanelor care transmit petiții și solicitări de date statistice, cu prioritate jurnaliștilor care formulează solicitări în baza Legii nr.544/2001;

**Indicatori:**

- Numărul de petiții soluționate;
- Numărul de petiții redirecționate către alte instituții competente (concomitent cu anunțarea petenților cu privire la redirecționare).
- Numărul de solicitări de informații de interes public soluționate
- Numărul de solicitări de date statistice primite din partea mass-media
- Reacții