



Strategia de Comunicare a Institutului pentru Controlul Produselor Biologice și Medicamentelor de Uz Veterinar (ICBMV)

1. Introducere

Comunicarea reprezintă un pilon fundamental al interacțiunii psiho-sociale, esențială pentru funcționarea eficientă a oricărei organizații, inclusiv a ICBMV. Această strategie detaliată își propune să definească și să implementeze un cadru de comunicare coerent și eficient, atât intern, cât și extern, în conformitate cu misiunea și obiectivele ICBMV.

2. Scopul Strategiei de Comunicare

- Facilitarea unui flux de informații clar, precis și relevant între ICBMV și toate părțile interesate, inclusiv angajați, clienți, parteneri, instituții guvernamentale și publicul larg.
- Asigurarea transparenței și a responsabilității în toate activitățile ICBMV, prin comunicarea deschisă și accesibilă a informațiilor relevante.
- Consolidarea poziției ICBMV ca o autoritate de încredere și respectată în domeniul controlului și reglementării produselor medicinale veterinare.
- Promovarea educației și conștientizării cu privire la importanța reglementărilor și standardelor în domeniul produselor medicinale veterinare.

3. Obiective Specifice

- **Informare și Educație:**
 - Dezvoltarea și diseminarea de materiale informative și educative despre reglementările și standardele în vigoare, procesele de autorizare și control, precum și despre cele mai recente evoluții în domeniu.
 - Organizarea de seminarii, ateliere și sesiuni de instruire pentru profesioniștii din domeniul veterinar și alte părți interesate.
 - Publicarea de articole, studii și rapoarte de specialitate pe site-ul ICBMV și în alte publicații relevante.
- **Transparență și Responsabilitate:**
 - Asigurarea accesului facil la informații publice, în conformitate cu legislația în vigoare.
 - Comunicarea promptă și transparentă a deciziilor și acțiunilor ICBMV.
 - Implementarea unui sistem eficient de gestionare a solicitărilor și reclamațiilor din partea publicului.



- **Consolidarea Autorității:**
 - Promovarea expertizei și a competențelor ICBMV în domeniul reglementării produselor medicinale veterinare.
 - Participarea activă la dezbateri și dialoguri cu alte instituții și organizații relevante.
 - Construirea și menținerea unor relații solide cu mass-media și cu alte canale de comunicare.
- **Comunicare Internă Eficientă:**
 - Asigurarea unui flux de informații clar și coerent între toate nivelurile organizației.
 - Promovarea unei culturi organizaționale bazate pe comunicare deschisă și colaborare.
 - Utilizarea eficientă a canalelor de comunicare internă, cum ar fi intranetul, e-mailul și ședințele periodice.
- **Comunicare Externă Proactivă:**
 - Identificarea și implicarea activă a tuturor părților interesate relevante.
 - Dezvoltarea și implementarea de strategii de comunicare adaptate la nevoile și așteptările diferitelor grupuri țintă.
 - Utilizarea eficientă a canalelor de comunicare externă, cum ar fi site-ul web, email, rețelele sociale, comunicatele de presă și evenimentele publice.

4. Canale de Comunicare

- **Comunicare Internă:**
 - Intranet: platformă centralizată pentru diseminarea informațiilor interne, documentelor și resurselor.
 - E-mail: canal principal pentru comunicarea oficială între angajați și departamente.
 - Ședințe periodice: întâlniri de echipă, ședințe de departament și ședințe ale consiliului de conducere.
 - Note interne, rapoarte, bilanțuri, instruire periodică, afișe, materiale scrise.
 - Dispoziții scrise sau verbale.
- **Comunicare Externă:**
 - Site-ul web: platformă principală pentru publicarea informațiilor publice, a reglementărilor, a ghidurilor și a altor resurse relevante.
 - Rețele sociale (Facebook, YouTube): canale pentru comunicarea noutăților, a evenimentelor și a materialelor educative.
 - Comunicate de presă: instrumente pentru diseminarea informațiilor către mass-media.
 - Evenimente publice: conferințe, seminarii, ateliere și alte evenimente pentru interacțiunea cu publicul.
 - Dialog formal și informal, întâlniri structurate (comitete, grupuri de lucru), consultanți pentru Relații Publice, adrese, note, grupuri profesionale, e-mail, Eudralink, EudraNet, grupuri de lucru sau zile informative, corespondență electronică, etc.
 - Sondaje.
 - Poștă, cu confirmare de primire, pentru documente oficiale.



5. Mesaje și Ton

- Autoritar și informativ: transmiterea mesajelor într-un mod clar, precis și bazat pe dovezi.
- Deschis și transparent: încurajarea dialogului și a feedback-ului din partea publicului.
- Orientat către soluții: oferirea de informații și recomandări practice pentru a ajuta părțile interesate să se conformeze reglementărilor.
- Profesional și respectuos: menținerea unui ton adecvat în toate comunicările.

6. Proceduri Specifice

- **Comunicare Internă:**
 - Stabilirea unor proceduri clare pentru diseminarea informațiilor interne, inclusiv termene limită și responsabilități.
 - Asigurarea accesului facil la informații relevante pentru toți angajații.
 - Organizarea de sesiuni de instruire pentru a îmbunătăți abilitățile de comunicare ale angajaților.
 - Informațiile sunt comunicate pe orizontală și verticală, conform modelului „piramidal”.
 - Informațiile de interes general sunt prezentate în ședințele Consiliului de conducere și transmise prin e-mail.
 - Informațiile cu caracter de serviciu sunt transmise de către director/director adjunct către șefii de servicii/coordonatorii de compartimente.
 - Informațiile de ordin general sunt postate pe site-ul ICBMV.
 - Informația primită de la șef/coordonator se dezbate în cadrul serviciului/compartimentului, iar decizia este comunicată nivelului superior.
 - Informația se păstrează în formă scrisă în dosarul serviciului/compartimentului.
- **Comunicare Externă:**
 - Elaborarea unui plan de comunicare externă detaliat, care să includă obiective, mesaje cheie, grupuri țintă și canale de comunicare.
 - Stabilirea unor proceduri clare pentru gestionarea solicitărilor și reclamațiilor din partea publicului.
 - Monitorizarea și evaluarea eficienței campaniilor de comunicare externă.
 - Informația este transmisă clienților și părților interesate sub formă scrisă, semnată de Directorul ICBMV, sau electronică, de pe adresa de e-mail a ICBMV.
 - Transmiterea informației este realizată de către secretariatul ICBMV și coordonatorul Compartimentului Evidente Autorizare.
 - Solicitățile primite din exterior sunt repartizate serviciului/compartimentului responsabil, iar răspunsul este dat în termenul legal.
 - Documentele și dovezile comunicării sunt păstrate în dosarele Secretariatului ICBMV/serviciului/compartimentului emitent.
 - Informațiile oficiale sunt puse la dispoziție numai după avizarea de către Directorul adjunct și aprobarea de către Directorul ICBMV.
 - Sesizările și reclamațiile primite din exterior sunt direcționate conform procedurii de Tratare a reclamațiilor (PG - ICBMV - 05).
 - Modalitățile de abordare diferențiate pentru părțile interesate sunt prezentate în Anexa 1, clasificarea tipului de comunicare în Anexa 2, iar lista clienților și a părților interesate se regăsește în procedura PG-ICBMV-04 - Servicii către clienți.



7. Monitorizare și Evaluare

- **Definirea Indicatorilor de Performanță (KPI):**

- Stabilirea unor indicatori clari și măsurabili pentru a evalua eficiența strategiei de comunicare, cum ar fi:
 - Numărul de vizualizări și interacțiuni pe site-ul web și pe rețelele sociale.
 - Numărul de solicitări și reclamații primite și timpul de răspuns.
 - Gradul de satisfacție al clienților și al părților interesate.
 - Acoperirea media și percepția publică asupra ICBMV.
 - Numărul de participări la evenimente organizate de ICBMV.
 - Numarul de descarcari a documentelor informative de pe site.
 - Numarul de participari la sesiuni de informare organizate de ICBMV.
- Monitorizarea constantă a acestor indicatori pentru a identifica tendințe și a ajusta strategiile de comunicare în consecință.

- **Evaluarea Periodică:**

- Realizarea de evaluări periodice (trimestriale, anuale) ale strategiei de comunicare, pentru a analiza rezultatele obținute și a identifica oportunități de îmbunătățire.
- Colectarea de feedback de la angajați, clienți și alte părți interesate, prin sondaje, interviuri și alte metode.
- Analizarea tendințelor din domeniul comunicării și adaptarea strategiei la noile tehnologii și canale de comunicare.

- **Raportare și Ajustare:**

- Elaborarea de rapoarte periodice privind rezultatele strategiei de comunicare și prezentarea acestora conducerii ICBMV.
- Utilizarea rezultatelor evaluării pentru a ajusta strategiile de comunicare și pentru a îmbunătăți eficiența acestora.
- Asigurarea ca toate informațiile transmise sunt corecte și în concordanță cu reglementările în vigoare.



8. Resurse și Responsabilități

- **Resurse Umane:**
 - Desemnarea unei echipe de comunicare dedicate, cu experiență în domeniul relațiilor publice, al comunicării online și al comunicării interne.
 - Asigurarea formării continue a personalului responsabil de comunicare, pentru a-i menține la curent cu cele mai recente tendințe și tehnologii.
- **Resurse Financiare:**
 - Alocarea unui buget adecvat pentru implementarea strategiei de comunicare, inclusiv pentru dezvoltarea și întreținerea site-ului web, pentru gestionarea rețelelor sociale, pentru organizarea de evenimente și pentru alte activități de comunicare.
- **Responsabilități:**
 - Stabilirea clară a responsabilităților pentru fiecare activitate de comunicare, pentru a asigura o coordonare eficientă.
 - Asigurarea unei comunicări eficiente între echipa de comunicare și celelalte departamente ale ICBMV.
 - Directorul ICBMV este responsabil pentru aprobarea finală a tuturor comunicărilor oficiale.
 - Compartimentul de relații publice și mass-media are rolul de a disemina informații de ordin general.
 - Secretariatul ICBMV și compartimentul evidența autorizări are rolul de a transmite informații către clienți și partile interesate.

9. Gestionarea Crizelor de Comunicare

- **Elaborarea unui Plan de Comunicare în Situații de Criză:**
 - Identificarea potențialelor situații de criză care ar putea afecta ICBMV.
 - Stabilirea unor proceduri clare pentru gestionarea comunicării în situații de criză, inclusiv desemnarea purtătorului de cuvânt, elaborarea de mesaje cheie și identificarea canalelor de comunicare.
 - Asigurarea unei comunicări rapide și transparente în situații de criză.
- **Comunicare Transparentă și Responsabilă:**
 - Comunicarea promptă și transparentă cu publicul și cu mass-media în situații de criză.
 - Asumarea responsabilității pentru acțiunile ICBMV și oferirea de informații clare și precise.
 - Prioritizarea informării corecte a publicului, în detrimentul vitezei de răspuns.



10. Revizuirea și Actualizarea Strategiei

- **Revizuire Periodică:**
 - Revizuirea periodică a strategiei de comunicare (cel puțin o dată pe an), pentru a o adapta la schimbările din mediul extern și intern.
 - Actualizarea strategiei în funcție de rezultatele evaluării și de feedback-ul primit de la părțile interesate.
- **Îmbunătățire Continuă:**
 - Implementarea unui proces de îmbunătățire continuă a activităților de comunicare, pentru a asigura eficiența și relevanța acestora.
 - Monitorizarea constantă a noilor tendințe de comunicare, pentru a adapta strategia la schimbările aparute.

DIRECTOR,
Valentin VOICU

