



**MINISTERUL MUNCII ȘI PROTECȚIEI SOCIALE A REPUBLICII
MOLDOVA**

**CONSILIUL NAȚIONAL PENTRU DETERMINAREA DIZABILITĂȚII ȘI
CAPACITĂȚII DE MUNCĂ**

**STRATEGIA DE COMUNICARE INTERNĂ ȘI EXTERNĂ A
CONSILIULUI NAȚIONAL PENTRU DETERMINAREA DIZABILITĂȚII
ȘI CAPACITĂȚII DE MUNCĂ, PENTRU ANII 2023-2025**

APROBAT


Stela PÎNZARU,
director interimar CNDDCM
24 martie 2023

CHIȘINĂU, 2023

CUPRINS:

LISTA ABREVIERILOR	3
INTRODUCERE	4
I. PRINCIPIILE FUNDAMENTALE ALE STRATEGIEI DE COMUNICARE.....	6
II. DESCRIEREA SITUAȚIEI ACTUALE	7
III.VIZIUNEA, OBIECTIVELE ȘI INSTRUMENTELE STRATEGIEI DE COMUNICARE.....	9
3.1 Viziunea și Obiectivele	9
3.2 Comunicarea internă.....	10
3.3 Comunicarea externă.....	11
3.4 Instrumente de comunicare utilizate de către CNDDCM	12
IV. IMPLEMENTAREA, MONITORIZAREA ȘI EVALUAREA	15

LISTA ABREVIERILOR

CNDDCM	Consiliul Național pentru Determinarea Dizabilității și Capacității de Muncă
RM	Republica Moldova
TI	Tehnologii informaționale
UE	UE

INTRODUCERE

Conceptul de comunicare a fost abordat, în timp, din multiple perspective, iar acest lucru a determinat o proliferare a importanței obținerii unor raporturi durabile între cetățean și stat. Drept urmare, una din prioritățile Consiliului Național pentru Determinarea Dizabilității și Capacității de Muncă în calitate sa de organ specializat în domeniul determinării gradului de dizabilitate, o reprezintă fortificarea și menținerea unei interacțiuni viabile cu alte autorități publice, organizații obștești, cetățeni, precum și alte părți interesate.

Strategia de comunicare internă și externă a Consiliului Național pentru Determinarea Dizabilității și Capacității de Muncă pentru anii 2023-2025 cuprinde totalitatea aspectelor în ceea ce privește comunicarea internă și externă a instituției. Această strategie vine să asigure punerea în practică a unui plan intern de comunicare corespunzător, implicând toate structurile din subordinea Consiliului, toți angajații, precum și să optimizeze comunicarea sa externă.

Prezenta Strategie are drept scop creșterea nivelului încrederii societății față de Consiliul Național pentru Determinarea Dizabilității și Capacității de Muncă (*în continuare - CNDDCM*) prin informarea corectă și imparțială a opiniei publice și mass-media despre activitatea sa, pentru asigurarea consolidării climatului de integritate la nivel național.

Strategia particularizează modalitatea de atingere a obiectivelor de comunicare în funcție de tipul de public-țintă. Pentru majoritatea beneficiarilor CNDDCM, informarea este o măsură suficientă, în timp ce pentru anumiți reprezentanți ai publicului intern (angajați) și ai publicului extern (mass-media, parteneri instituționali) este necesară generarea unor atitudini de sprijin și chiar pozitivarea comportamentelor.

Luând în considerare analiza diverselor aspecte legate de rolul și așteptările publicului din partea CNDDCM vom stabili următoarele obiective de comunicare:

Obiectivul general de comunicare externă vizează informarea corectă, obiectivă, în timp util și transparentă a publicului-țintă extern cu privire la atribuțiile și activitățile CNDDCM, precum și asigurarea unei vizibilități pozitive a instituției, inclusiv a structurilor subordonate, în mass-media.

Obiectivul general al comunicării interne constă în ameliorarea relațiilor de colaborare intra și inter-instituționale, odată cu diseminarea informațiilor și luarea deciziilor în mod transparent, astfel încât publicul-țintă intern (angajații CNDDCM și ai structurilor din subordine) să capete o mai bună înțelegere a acțiunilor Consiliului și să aibă posibilitatea de a contribui la implementarea și îmbunătățirea acestora.

Consolidarea, menținerea și promovarea imaginii CNDDCM pe plan intern și extern în scopul atingerii obiectivelor de comunicare și o calitate mai bună a informației furnizate, va fi realizată prin respectarea următoarelor principii generale de comunicare și informare

I. PRINCIPIILE FUNDAMENTALE ALE STRATEGIEI DE COMUNICARE

Principiile strategiei de comunicare se referă la un set de principii care ghidează CNDDCM în implementarea tuturor activităților de comunicare, de la informări zilnice, la campanii de comunicare sau în situații de criză.

În cadrul comunicării vor fi respectate următoarele principii:

- **Transparență** – informațiile de interes public despre activitatea CNDDCM vor fi transmise către societate în variantă completă și nedistorsionată, cu respectarea prevederilor legale.

- **Obiectivitate** - mesajele și informațiile conținute vor avea un caracter imparțial, astfel încât să asigure o imagine cât mai echilibrată asupra activităților de determinare a gradului de dizabilitate.

- **Flexibilitate** - capacitatea de a răspunde rapid și la timp cu informații obiective, corecte, complete atât solicitărilor de interes public, cât și celor venite din partea massmedia.

- **Coerență** - informațiile de interes public și evenimentele de presă vor fi coordonate astfel încât să se asigure transmiterea unui mesaj omogen despre activitatea CNDDCM, inclusiv acolo unde sunt implicate și alte instituții.

- **Utilitate** - construcția mesajelor va ține cont de nevoile de informare ale grupurilor țintă.

- **Respectarea drepturilor și libertăților fundamentale** – politica de informare în domeniul determinării gradului de dizabilitate va fi realizată cu respectarea drepturilor și libertăților fundamentale ale omului și cu menținerea echilibrului între interesele cetățenilor, societății și statului în utilizarea și schimbul de informație.

II. DESCRIEREA SITUAȚIEI ACTUALE

În calitate de organ specializat în asigurarea realizării prevederilor actelor normative privind determinarea gradului de dizabilitate, avînd ca obiectiv final facilitarea incluziunii sociale a persoanelor cu dizabilități, CNDDCM activează în conformitate cu prevederile Hotărârii Guvernului nr. 357/2018 cu privire la determinarea dizabilității

Realizarea eficientă a misiunii și atribuțiilor ce îi revin CNDDCM, de asemenea, ține de colaborarea cu alte entități publice, precum și de susținerea societății.

Aceasta se datorează inclusiv și activității de informare a opiniei publice și mass-media despre activitatea CNDDCM prin dezvoltarea unor forme și metode eficiente de colaborare, întru realizarea atribuțiilor stabilite prin actele normative, cum ar fi cele clasice – conferințe de presă tematice, briefing-uri și nu în ultimul rând rețelele sociale – pagina Facebook, site-ul Consiliului etc.

Astfel, comunicarea în acest sens, este benefică atât pentru diseminarea informației necesară activității instituționale, cât, și a unei interacțiuni viabile cu publicul larg, în scopul fortificării încrederii societății în realizarea atribuțiilor atât pe plan intern cât și extern.

Este primordial ca informațiile difuzate să includă întregul spectru de activitate al instituției, incorporând activitatea de determinare a dizabilității și capacității de muncă, precum și asigurarea evidenței tuturor solicitărilor și persoanelor care interacționează cu Consiliul.

Situația curentă privind dimensiunea de comunicare a CNDDCM este relevantă în analiza SWOT a câmpurilor de influență pe planul comunicării, prezentată mai jos. Realizarea analizei SWOT ne permite concentrarea eforturilor pentru a consolida Punctele tari, a minimaliza Punctele slabe, a folosi la maxim Oportunitățile și a aborda creativ și rațional Obstacolele, pentru a realiza scopul acestei Strategii de comunicare.

Această analiză SWOT (Strenghts / Weaknesses / Opportunities / Threats) include:

- analiza mediului instituției pentru identificarea oportunităților și amenințărilor;
- diagnoza internă a instituției pentru a identifica punctele slabe (slăbiciuni) și punctele tari (atuuri).

Puncte tari	Puncte slabe
Angajamentul public la nivel înalt de a realiza acțiuni de determinare a dizabilității și capacității de muncă Promovarea, menținerea și consolidarea imaginii instituției. Creșterea gradului de încredere a cetățenilor în instituția CNDDCM. Funcționarea unei linii fierbinți de consultări online în domeniul de determinare a dizabilității Prezența paginii web și procesul în derulare de modernizare a acesteia, precum și existența și extinderea rețelelor de socializare și a platformelor online pentru transmiterea mesajelor și încrederea publicului în acestea	Lipsa unui număr suficient de vorbitori/comunicatori care să reprezinte instituția în relația cu publicul Lipsa manualului de identitate vizuală (Brand book) Lipsa comunicării de campanie (caracterul fragmentar) și lipsa de focusare (caracterul general). Restrângeri bugetare.
Oportunități	Amenințări
Procesul de e-transformare care creează condiții pentru evitarea factorului uman în acordarea serviciilor publice către cetățeni Parteneriate cu organele similare pe diferite domenii, colaborări internaționale și susținere din partea partenerilor externi, încheind acorduri bilaterale de colaborare în acest scop.	Schimbări sociale și economice frecvente Normele etice sunt greu compatibile cu unele dintre cerințele comunicărilor media moderne. Percepțiile oamenilor privind mita: „fără mită este imposibil să soluționezi problemele”

III. VIZIUNEA, OBIECTIVELE ȘI INSTRUMENTELE STRATEGIEI DE COMUNICARE

3.1 Viziunea și obiectivele

Viziunea strategiei de comunicare este de a spori credibilitatea Consiliului Național pentru Determinarea Dizabilității și Capacității de Muncă și informarea și transparența privind acordarea gradelor de dizabilitate.

Obiectivele generale a Strategiei sunt:

- creșterea vizibilității atât în peisajul instituțiilor statului, cât și în rândul publicului larg;
- informarea cetățeanului în ceea ce privește determinarea dizabilității și capacității de muncă;
- dezvoltarea comunicării interne, necesară unei activități eficiente;
- colaborare permanentă cu instituțiile implicate în realizarea politicilor sociale;
- promovarea unei politici de imagine pro-active în relația cu mass-media, societatea civilă și cetățenii.

Astfel, strategia va ținti două direcții cheie:

• **Comunicarea internă** este acel instrument care menține angajații conectați, informați și creează o înțelegere comună a obiectivelor, valorilor și liniilor directoare ale CNDDCM de determinare a dizabilității. La fel, comunicările interne sunt esențiale pentru a informa angajații cu cele mai recente inițiative ale instituției pentru a facilita comunicări clare și simplificate între diferite subdiviziuni. Comunicarea internă cuprinde patru obiective principale:

- **funcțional** - informație de natura aplicativă;
- **informativ** - documentarea personalului asupra vieții instituționale;
- **formativ** - de instruire,
- **creativ** - promovarea culturii instituționale.

• **Comunicarea externă** include totalitatea mesajelor pe care CNDDCM le transmite în afară, precum și cele recepționate din exterior. Comunicarea externă, de asemenea, determină și promovează imaginea instituției. Comunicarea externă are drept scop construirea parteneriatului cu societatea civilă, îmbunătățirea imaginii instituției, asigurarea transparenței prin publicarea și transmiterea mesajelor. CNDDCM este deschis dialogului cu publicul, astfel, mesajele transmise cuprind informații de interes național în ceea ce privește procesul de determinare a dizabilității și capacității de muncă.

3.2 Comunicarea internă

Comunicarea internă vizează relațiile de comunicare dintre angajații CNDDCM, angajații structurilor teritoriale, precum și angajații Direcțiilor și Secțiilor raionale de asistență socială. O comunicare internă eficientă va asigura că organizația vorbește cu o singură voce și că angajații săi cunosc despre rezultatele și munca colegilor lor. Aceasta va spori încrederea angajaților din sistemul social de a acționa ca purtători de cuvânt ai instituției pentru care lucrează. Mixul de comunicare internă cuprinde atât canale de comunicare oficiale (buletine informative, declarații publice), cât și canale de comunicare informale (email, întâlniri informale, team building etc).

Instrumentele de comunicare internă:

Email - potrivit pentru transmiterea informațiilor confidențiale. Este o modalitate de comunicare atât cu superiorul, cât și cu publicul extern;

Evenimentele (seminarii, ședințe interne, training-uri, team-building etc.) contribuie la dezvoltarea relațiilor de colegialitate; inițierea discuțiilor despre mediul în care lucrează; sporește cultura organizațională, valorile, sentimentul de apartenență, ideea de membru a unei comunități profesionale etc.

Acțiuni necesare pentru optimizarea comunicării interne:

- Informarea angajaților prin utilizarea unor mijloace de comunicare interne

adecvate, incluzând informări regulate prin email-uri sau actualizări prin intermediul Intranetului (rețelei interne) și a paginii web;

- Schimb regulat de informații între angajații structurilor teritoriale, echipelor multidisciplinare, Direcțiilor și Secțiilor raionale de asistență socială, pentru a coordona activitățile și a evita situații de criză în comunicarea cu mass media;

- Întâlniri regulate la nivel de management, pentru a se asigura realizarea schimbului de informații, atât orizontal cât și vertical;

- Realizarea și distribuirea rapoartelor (informațiilor noi) după participarea la evenimente, întruniri, grupuri de lucru etc.

- Asigurarea faptului că angajații Consiliului au acces la informațiile privind practicile de lucru și noile cerințe;

- Transmiterea trimestrială a unui mesaj din partea directorului Consiliului angajaților tuturor structurilor din subordine.

3.3 Comunicarea externă

Comunicarea externă vizează relațiile între CNDDCM cu cetățenii și beneficiarii acesteia. În planificarea unei comunicări cu publicul-țintă extern se va ține cont de comunicarea în dublu sens care implică feedback din partea grupului țintă, este interactivă și potrivită pentru situațiile în care se dorește ca mesajul cheie să schimbe atitudini sau să motiveze. În acest sens se va opta pentru un dialog deschis și o comunicare pro-activă, care să orienteze opinii, să schimbe atitudini și comportamente.

Activitățile de comunicare externă vor fi planificate astfel încât cantitatea și calitatea informațiilor diseminate de Consiliu și structurile din subordine să fie optime și percepute corespunzător, iar mesajele cheie să se alinieze.

Pentru transmiterea mesajelor sunt utilizate instrumentele și canalele de comunicare descrise în Strategie. Pentru îmbunătățirea mesajelor sunt desfășurate sondaje privind percepția publicului referitoare la încrederea în cadrul CNDDCM,

sunt colectate date privind reacția publicului (feedback-ul), este monitorizată mass-media și realizată evaluarea de impact etc.

Mesajele-cheie utilizate în comunicarea externă	
Consiliul asigură realizarea prevederilor actelor normative privind determinarea gradului de dizabilitate, avînd ca obiectiv final facilitarea incluziunii sociale a persoanelor cu dizabilități.	Angajații Consiliului sunt buni specialiști, fiind într-un proces de perfecționare continuă.
Consiliul se aliniază celor mai bune practici internaționale de apărare a drepturilor omului și de determinare a gradului de dizabilitate.	Consiliul este partenerul de încredere al societății în lupta cu corupția.
Consiliul optează pentru cele mai înalte standarde de integritate și imparțialitate.	Consiliul ajută cetățenii să le fie respectate drepturile și libertățile fundamentale.
Consiliul funcționează în condiții de maximă eficiență, flexibilitate și transparență.	Consiliul nu admite imixtiuni în activitatea sa, fiind o instituție care acționează doar în interesul public.
Consiliul acționează în interesul public și dau dovadă de integritate profesională la cel mai înalt nivel.	Angajații Consiliului iau decizii imparțiale și tratează echitabil cetățenii.

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

3.3 Instrumente de comunicare utilizate de către CNDDCM

În cele ce urmează vom prezenta instrumente de comunicare care pot fi utilizate de către CNDDCM, în funcție de caracteristicile mesajului ce se dorește a fi comunicat:

Instrument de comunicare	Public-țintă	Avantaje	Dezavantaje	Indicatori de performanță
Pagina web a instituției. Accesibilă pentru persoanele cu dizabilități	Publicul-țintă intern și extern	Nivel ridicat de implicare și accesibilitate din partea publicului; ușor de creat; accesibil pentru motoarele de căutare; permite interacțiunea cu publicul, beneficiarii; promovează identitatea organizației.	Costuri suplimentare de întreținere	Numărul de vizitatori; Numărul de documente descărcate și a paginilor cel mai des accesate oferite de Google Analytics.
Evenimente:seminare, conferințe, târguri, forumuri, evenimente sociale etc.	Publicul larg, potențiali beneficiari.	Contactul direct cu publicul; interactivitate, platforme de discuții publice și dezbateri.	Costuri ridicate, control redus asupra numărului participanților	Gradul de participare la dezbateri; numărul de știri generate; evaluările participanților în baza chestionarelor etc.
Press tour (vizitele în teren)	Mass media și, prin intermediul ei, publicul larg.	Oferă posibilitatea de a ilustra în mass media succesele obținute de instituție, jurnaliștii au ocazia să ia imagini ilustrative și interviuri cu eroii acțiunilor realizate	Probleme de logistica și transport	Numărul știrilor/apariții media.
Istoriile de succes	Mass media, publicul larg și potențiali beneficiari	Produs mediatic pozitiv, ilustrează succesele sau beneficiile activității instituției, prin prisma experiențelor beneficiarilor. (De ex. Încadrarea unei persoane cu dizabilități în societate, educație, câmp de muncă)	Numărul redus al istoriilor de succes	Numărul știrilor/apariții media.
Infografice	Publicul larg, instituțiile specializate, mass media și beneficiarii	Instrument de vizualizare prietenoasă a datelor, cifrelor și altor informații statistice importante	Presupune costuri de realizare, necesită angajarea unor companii/persoane specializate	Numărul infograficilor elaborate, imprimate și distribuite

		despre activitatea instituției		
Publicații (broșuri, pliante, rapoarte, ghiduri etc.)	Beneficiari, angajații CNDDCM, publicul specializat, partenerii dezvoltare de	Nivel ridicat de credibilitate, acceptare și notorietate; pot fi retransmise; emițătorul deține controlul informației; oferă informația completă; promovează imaginea organizației; Pot fi recitate.	Comunicare impersonală, unidirecțională; implicarea moderată a publicului-țintă; grad mediu de atingere a publicului-țintă; nu sunt produse cu regularitate; numai pentru persoane cu studii; este nevoie de un suport logistic pentru gestionare;	Tirajul; număr publicații distribuite/descărcate de pe website; numărul reacțiilor/comentariilor; numărul solicitări de publicații; numărul de vizualizări pe Internet.
Materiale indoor și outdoor (afișe, panouri)	Publicul larg, beneficiarii, public specializat.	Acoperire locală/regională; eficiente dacă sunt plasate în locuri strategice; eficiente pentru promovare și campaniile de informare în masă; sunt expuse în zone de trafic intens; au un mesaj foarte concis etc.	Timp limitat de expunere la mesaj, implică angajarea unor companii de distribuție și plasare, costuri ridicate	Numărul de afișe/panouri, reacții generate.
Social media: Rețele sociale: Facebook	Publicul intern, mass media, ONG-uri, cetățenii abonați la pagină	Posibilitatea de a comunica direct cu beneficiarii și de a primi feedback imediat, de a-l informa despre acțiunile CNDDM, posibilitatea de a publica imagini separate și istorii foto, comunicare mai puțin formală etc. Tot mai frecvent, postările de pe rețelele social devin subiect de știre.	Control redus asupra comentariilor publicate	Numărul publicațiilor, numărul abonaților și a articolelor distribuite
Interviurile exclusive pentru reviste de specialitate	Publicul general beneficiari, public specializat.	Segmentare clară a publicului; oferă notorietate și arată nivelul de expertiză	Frecvența scăzută; are un public-țintă selectiv.	Numărul interviurilor publicate, tiraj; numărul cititorilor.
Multimedia (stik USB, CD,	Publicul larg, beneficiari,	Oferă posibilitatea de a avea mai multe	Necesită servicii de design și	Numărul de produse create;

prezentări PowerPoint care să ilustreze identitatea instituțională etc.)	publicuri-țintă interne, public specializat.	medii de comunicare; Volum mai mare de informație; Viteza de circulație mai	programare.	Numărul de materiale distribuite.
--	--	---	-------------	-----------------------------------

IV. IMPLEMENTAREA, MONITORIZAREA ȘI EVALUAREA ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE

Monitorizarea și evaluarea implementării **Strategiei de comunicare internă și externă a CNDDCM pentru anii 2023-2025** este același proces ca și monitorizarea activității Consiliului Național de Determinare a Dizabilității și Capacității de Muncă, unica diferență fiind existența unei evaluări adiționale finale a implementării Strategiei.

Responsabil de procesul de monitorizare și evaluare a Strategiei de comunicare internă și externă va fi *Serviciul resurse umane, informare și comunicare*. La solicitarea reprezentanților acestei secții, toate subdiviziunile urmează să prezinte în termenul solicitat informația relevantă privind realizarea acțiunilor de care aceștia din urmă sunt responsabili.

Monitorizarea se va efectua în baza acțiunilor incluse și a indicatorilor de performanță propuse în Strategia de comunicare internă și externă, care la rândul lor reies din obiectivele Strategiei. Rapoarte regulate de monitorizare vor fi elaborate trimestrial și anual în vederea identificării gradului de atingere a indicatorilor de performanță anuale și a necesității efectuării unor măsuri corective în perioada care urmează.

Activitatea de informare și conștientizare va fi monitorizată permanent printr-o serie de mijloace, după cum sunt enumerate:

- Elaborarea și diseminarea de chestionare în rândul publicului țintă intern și extern;
- Organizarea de interviuri și analize de grup;
- Realizarea analizelor privind gradul de informare (grafice, sondaje etc.).

- Înregistrarea și estimarea numărului de vizitatori ai site-ului web;
- Crearea și analiza manualului cu sugestii și comentarii ale beneficiarilor serviciilor oferite de Structurile teritoriale ale Consiliului;

Planul de comunicare al CNDDCM va include acțiuni și instrumente de comunicare, ce vor asigura vizibilitatea în media a priorităților stabilite de instituție.

Public-țintă intern:

- angajații CNDDCM;
- structurile teritoriale din subordinea Consiliului;
- Direcții/Secții raionale de asistență socială și protecție a familiei.

Public-țintă extern:

- Beneficiarii individuali (persoane cu dizabilități, copii cu dizabilități)
- Factorii de decizie (Guvern și Parlament);
- Autoritățile administrației publice centrale și locale, implicate în implementarea politicilor din sfera socială;
- Sindicatele și Patronatele;
- ONG-uri naționale și internaționale;
- Mass-media națională și locală;
- Partenerii de dezvoltare.

Adițional comunicarea internă și externă va fi evaluată în baza unor indicatorii de evaluare ai acțiunilor de informare, conștientizare și promovare, după cum urmează:

- Numărul comunicatelor de presă difuzate;
- Numărul de evenimente organizate pe parcursul anului (mese rotunde, conferințe, workshop-uri, seminarii, campanii de informare, etc.);
- Numărul de articole apărute în mass-media;
- Numărul de vizitatori ai web site-ului;
- Numărul și tipul materialelor informative editate și imprimate;
- Numărul panourilor informative și publicitare amplasate în cadrul

structurilor din subordine;

- Numărul angajaților antrenați în activități de informare;
- Numărul de persoane chestionate cu privire la gradul de informare.

Monitorizarea și evaluarea Strategiei de comunicare internă și externă a CNDDCM se va realiza prin elaborarea rapoartelor trimestriale de activitate privind datele și distribuirea informațiilor de interes public, statistici cu referirea cantitativă și calitativă a acțiunilor, numărul comunicatelor de presă difuzate spre publicare în mass-media, monitorizarea acestora, precum și rapoartele anuale de evaluare a activității de comunicare.

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

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

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

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

Pentru implementarea Strategiei va fi prevăzut un buget anual, care va fi

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