

# PLAN DE COMUNICARE

<https://eportal.primariasv.ro/>



Elaborat de: Munteanu Teodora Adina  
Munteanu Mihaela Steliana



Mai 2021





## □ Context:

Proiectul **APLICAT** este implementat în cadrul Axei Prioritare ”Administrație publică și sistem judiciar accesibile și transparente”, operațiunea ”Introducerea de sisteme și standarde comune în administrația publică locală ce optimizează procesele orientate către beneficiari în concordanță cu SCAP”, din cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020.

Primul obiectiv al proiectului este: Implementarea unor măsuri de simplificare a procedurilor administrative pentru cetățeni, în corespondență cu Planul Integrat pentru simplificarea procedurilor administrative aplicabile cetățenilor.

Scopul proiectului este de a consolida capacitatea Primăriei Municipiului Suceava de a asigura servicii publice de calitate și accesibile cetățenilor și de creare a unei administrații publice orientată spre beneficiarii de servicii publice prin simplificarea procedurilor administrației locale și reducerea birocrăției pentru cetățeni.

Între efectele așteptate ale acestui proiect se numără:

- introducerea interacțiunii în mediul electronic ca modalitate prin care cetățeanul va putea comunica cu administrația publică locală la toate nivelurile;
- economisirea resurselor utilizatorilor (cetățenilor) pentru accesarea serviciilor (financiare, timp, informaționale);
- degrevarea instituției publice de resurse implicate în interacțiunea cu cetățenii (de timp, informaționale, materiale, financiare, corespondență etc.).

În perioada de implementare a proiectului (24.07.2019 – 24.07.2021) în cadrul proiectului se vor crea mai multe fluxuri interne de digitalizare:

- ✓ Obținerea diverselor certificate cum ar fi: Certificatului de nomenclatură stradală, Certificat de atestare fiscală pentru persoane juridice și Certificat de atestare fiscală pentru persoane fizice,

- ✓ Autorizații precum cele pentru de transport greu, de spargere și intervenții, de transport, de taxi, de comerț, de prestări servicii, de alimentație publică.

De asemenea, Primăria Municipiului Suceava va avea și un sistem digital de gestiune a arhivei istorice, care va permite accesul rapid la documente din arhivă, scurtând timpul de răspuns la solicitările cetățenilor.

Digitalizarea activității instituției asigură premisele creșterii accesibilității și calității serviciilor prestate de instituție, prin urmare sunt necesare măsuri atât în sensul digitalizării maxim posibile a serviciilor publice cât și atragerii cetățenilor pentru a accesa aceste servicii în online, prin portalul: <https://eportal.primariasv.ro/>.

Pentru a conecta cetățenii ca utilizatori online a serviciilor Primăriei Suceava se elaborează prezentul **Plan pentru atragerea utilizatorilor la serviciile online.**

Acest Plan de comunicare are rolul de a identifica cea mai adecvată strategie de comunicare către cetățenii municipiului și turiști, prin metodele și instrumente specifice mediului online, dezvoltate în cadrul proiectului APLICAT, inițiat de către Primăria Municipiul Suceava.

Planul de comunicare ține cont de câteva particularități:

- ✓ Suceava este orașul cu cea mai tânără populație din România, cu o vârstă medie de 39,5 ani<sup>1</sup>, ceea ce înseamnă că în Suceava sunt localizați mulți utilizatori ai rețelelor de socializare,
- ✓ Municipality Suceava este în trendul național privind digitalizarea și a făcut pași importanți care, în contextul potrivit și cu măsuri bine alese, pot însemna o bună comunicare în online cu sucevenii și implicit o calitate superioară a furnizării serviciilor pentru populație,
- ✓ Nivelul de tehnologizare la care a ajuns societatea românească și accesul facil al românilor la serviciile de internet au scos în evidență necesitatea ca autorităților publice locale să-și adapteze comunicarea cu cetățenii la noile nevoi,
- ✓ Pandemia a forțat tehnologizarea și comunicarea online, creând un context favorabil tuturor măsurilor de e-guvernare,

---

<sup>1</sup> Conform unei analize efectuate de EY, pe baza datelor de la Institutul Național de Statistică

- ✓ Suceava este parte a Ținutului Bucovinei, pol al turismului românesc și în actualele condiții, comunicarea administrației trebuie să se extindă și spre turiști, dezvoltarea și susținerea turismului autohton.

Pandemia pune un accent pe această necesitate, turismul național fiind o variantă mai sigură pentru români decât cel internațional. O bună comunicare a administrației în online de informații care susțin și orientează turiștii, poate fi o transformare a unui dezavantaj major-pandemia, într-un avantaj local- valorificarea turismului pentru bunăstare locală.

Așadar, beneficiile utilizării serviciilor publice online sunt uriașe, atât la nivelul administrației publice cât, mai ales, la nivelul cetățenilor și mediului de afaceri.

Efectele pandemiei, dar și beneficiile debirocratizării a accentuat necesitatea stringentă de a digitaliza administrația publică, dar și de a găsi noi metode de a simplifica atât procedurile administrative, cât și comunicarea, în așa fel încât să se consolideze o nouă punte de legătură între cetățeni și instituții publice.

Conform datelor Comisiei Europene pe Digital Agenda Scoreboard (DAS)<sup>2</sup> care urmărește progresul statelor membre față de țintele asumate, în anul 2014, doar 10% dintre cetățenii români foloseau serviciile de e-guvernare, față de o medie europeană de 58,6%.

Tocmai de aceea, domeniul de acțiune nr. 1 pentru implementarea Agendei Digitale 2020 l-au reprezentat activitățile asumate de administrația publică din România pentru a asigura deschiderea, cunoașterea, transparența și eficiența, într-un mediu sigur pentru cetățeni și mediul de afaceri.

În privința competențelor digitale, 85% dintre români au abilități TIC scăzute sau inexistente, comparând cu 47% media europeană.

Printre țintele stabilite și asumate de către România în contextul obiectivelor Agendei Digitale Europa 2020, în cadrul Strategiei privind Agenda Digitală pentru România, se afla și indicatorul "Cetățeni care utilizează servicii de e-guvernare" care trebuia să crească de la 10% cât era în 2014, la 35% în 2020<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-economy-and-society-index-desi>

<sup>3</sup> Sursa: Reports CE, 2015 – Digital Agenda Scoreboard key indicators/

Un alt indicator era "Cetățeni care returnează formulare completate" pentru care se propunea o evoluție de la 3%, cât era în 2014, la 20%, în 2020.

De asemenea, între principiile directe pentru Agenda Digitală a României 2020 care, la rândul lor au efect asupra tuturor domeniilor și liniilor de acțiune, se regăsesc: "încurajarea și atragerea cetățenilor și întreprinderilor plătitoare de impozite", "promovarea inițiativelor centrate pe cetățeni și agenți economici" dar și "asigurarea securității și a confidențialității".

Așadar toate demersurile instituțiilor publice din administrația locală ar trebui să țină cont de faptul că scopul final este furnizarea de servicii de calitate clienților finali - care sunt întotdeauna (chiar dacă în mod indirect) cetățenii.

În plus, linia de acțiune legată de confidențialitate și securitate presupune ca serviciile publice online să fie asigurate cu respectarea strictă a confidențialității, integrității și disponibilității acestora. Orice breșă de securitate a unui serviciu public online oferit va duce la scăderea încrederii în serviciile online, diminuând astfel beneficiile rezultate din utilizarea acestora.

Acoperirea nevoii de transparență a tuturor proceselor decizionale din administrația publică ce vizează cetățeanul este o altă direcție de acțiune în comunicarea online administrație-comunitate. Impactul acestei strategii nu este evaluat la nivelul anului 2021, prin urmare luăm ca reper asumarea strategică de creștere a indicatorilor, mai ales că între obiectivele europene de redresare postCOVID19, în prim plan, sunt cele care țin de digitalizare.

Ori digitalizarea administrației publice merge în tandem cu creșterea utilizării comunicării digitale a cetățeanului cu administrația.

Standardul ISO 37120/2014: Dezvoltarea durabilă în comunități.  
Indicatori pentru servicii urbane și calitatea vieții.



În Ghidul SMART CITY FOR SMART COMMUNITIES, al Ministerului Comunicațiilor și Societății Informaționale, indicatorii de evaluare a comunităților smart, spre care ar dori orice oraș să tindă, sunt cuprinse în Standardul ISO 37120/2014.

Dacă analizăm și graficul de mai jos, din același ghid<sup>4</sup>, constatăm că între soluțiile inteligente pentru comunități se află și unele care se găsesc în aria de activitate a administrației publice, în strictă relație digitală cu cetățenii.



Cetățeanul devine din ce în ce mai conștient de drepturile sale și așteaptă ca Statul să-și îndeplinească îndatoririle.

Implementarea și utilizarea pe scară din ce în ce mai largă a serviciilor de e-guvernare destinate cetățenilor și mediului de afaceri, completat cu mobilitatea oferită de echipamentele moderne de comunicații electronice, duce utilizarea tehnologiilor Internet la un alt nivel în cadrul comunităților din România și din întreaga Uniune Europeană.

Accesarea prin Internet a informațiilor despre instituțiile publice, completarea de formulare online, comerțul electronic, plata online a taxelor și impozitelor, depunerea prin Internet a declarațiilor către ANAF, utilizarea e-mail-ului sau documentelor semnate electronic în relația cu instituțiile publice devin, din ce în ce mai mult, modalități normale de interacțiune cu administrația publică.

<sup>4</sup> <https://www.comunicatii.gov.ro/wp-content/uploads/2016/12/Ghid-Smart-City.pdf>

➤ **Răspunsul proiectului APLICAT la aceste provocări**

Întreg proiectul este orientat spre modernizarea și digitalizarea administrației publice, realizării și îmbunătățirii unei noi relații cu cetățeanul, derulată în online.

Pentru aceasta se realizează atât un nou suport de interacțiune cu cetățeanul și de răspuns la problemele lui, cât și pregătirea personalului și planificarea unei comunicări performante cu acesta.

Pe lângă site-ul [www.primariasv.ro](http://www.primariasv.ro) care informează în general asupra activităților Municipiului Suceava, apare un portal de servicii electronice <https://eportal.primariasv.ro/>, prin care cetățenii – independent de tehnologia utilizată- se pot înregistra pentru a putea beneficia online de serviciile publice locale.

Soluția <https://eportal.primariasv.ro/> va oferi completare on-line de formulare asociate fiecărui tip de serviciu selectat, primire de solicitări și eliberare de documente cu valoare juridică (caz în care emiterea de exemplare originale va fi asociată cu semnătura electronică calificată și amplasarea codurilor de bare pe documente).

Portalul va fi accesibilizat pentru persoane cu deficiențe de vedere și va fi disponibil 24/24 de ore.

Portalul de servicii va fi integrat cu soluția de management al documentelor care va permite livrarea electronică a documentelor aferente serviciului solicitat.



### ☐ Scop:

Facilitarea comunicării on-line cu cetățenii interesați de serviciile publice din Municipiul Suceava, pentru transparentizarea, accesibilizarea acestora și îmbunătățirii calității furnizării serviciilor publice.

### ☐ Obiective:

1. Creșterea impactului comunicării dintre Municipiul Suceava și cetățeni prin site-ul [www.primariasv.ro](http://www.primariasv.ro) prin social media.
2. Promovarea portalului de servicii disponibil online <https://eportal.primariasv.ro/> pe site-ul [www.primariasv.ro](http://www.primariasv.ro) astfel încât cetățenii să-și creeze cont pe portal și să beneficieze de servicii online.
3. Promovarea municipiului Suceava ca oraș cu administrație modernă și oraș turistic.

### ☐ Principiile comunicării:

- a. **Transparența** – informațiile de interes public vor fi transmise către publicul larg în formă succintă dar completă,
- b. **Obiectivitatea** – mesaje transmise vor avea caracter obiectiv, fiind selectate ținând cont de interesul cetățeanului,
- c. **Coerența** – acțiunile de comunicare vor fi astfel coordonate încât să se asigure transmiterea unui mesaj unitar despre activitatea Municipiului Suceava,
- d. **Particularitatea** – suplimentar față de informațiile cu caracter general, mesajele trebuie construite în funcție de specificul fiecărui grup țintă și în funcție de mediul de comunicare,
- e. **Respectarea legii** - în comunicare se va respecta legislația specifică - a drepturilor de autor și GDPR.

## ➤ Identificarea categoriilor din grupul țintă pentru fiecare tip de serviciu

### ☐ **Public țintă principal:**

Pentru a stabili strategia de comunicare segmentăm grupul țintă și atribuim caracteristici relevante în raport cu interesele lor și obiceiurile de comunicare.

#### ⇒ **Cetățenii din Suceava cu acces la internet**

- ✓ **Tineri care vor să se căsătorească** – își doresc să li se elibereze certificate de căsătorie. De regulă sunt persoane tinere care folosesc Internetul, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, dar au și activități de petrecere a timpului liber în oraș și în împrejurimi, deci ar putea fi interesați nu doar de serviciile publice legate de starea civilă ci și de informația legată de turism.

(Conform statisticilor, numai în 2019 au avut loc 1019 de căsătorii)

- ✓ **Sucevenii care vor să-și facă schimbări la locuință** – dar și cei care doresc să construiască o casă sau o anexă, să arendeze un teren, să retrocedeze o locuință sau să ia în chirie un apartament într-un bloc ANL sau să acceseze Serviciul Cadastru din cadrul Primăriei.

Ei sunt interesați de serviciile de locuire și de legislația actuală, urmăresc proiectele de interes general și citesc presa locală. Sau poate vor să cumpere/construiască o locuință și au nevoie de acord prealabil privind amplasarea și autorizarea executării construcțiilor sau instalațiilor în zona drumului public sau Aviz pentru execuția lucrărilor de săpătură în zona drumurilor publice în vederea amplasării brășamentelor tehnico-edilitare, prin urmare ar putea beneficia de toate acestea prin crearea unui cont pe portalul primăriei <https://eportal.primariasv.ro/>.

- ✓ **Persoanele care își schimbă reședința în Suceava sau își iau viză de flotant.** Intră în această categorie persoane încadrate pe piața muncii, studenți (în cazul vizei de flotant) sau proaspăt absolvenți. De regulă sunt persoane tinere care folosesc Internetul, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, dar au și activități de petrecere a timpului liber în oraș și în împrejurimi.

(Conform statisticilor, 1035 de persoane și-au stabilit reședința în Municipiul Suceava în anul 2019)

- ✓ **Persoane aflate în căutarea unui loc de muncă** – De regulă sunt persoane tinere care folosesc Internetul, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, dar au și activități de petrecere a

timpului liber în oraș și în împrejurimi. Au mobilitate scăzută la nivel național, dar se pot deplasa în străinătate pentru munci sezoniere. Acestea ar putea desfășura inclusiv activități independente, fiind antreprenori locali, iar dintre serviciile primăriei ar accesa pe portal:

- Autorizație transport persoane în regim de taxi (+viză și prelungire la 5 ani)
  - Autorizație taxi (+viză anuală)
  - Autorizație pentru desfășurarea activității de comerț/prestări servicii + Aviz pentru programul de funcționare
  - Autorizație pentru desfășurarea activității de alimentație publică + Aviz pentru programul de funcționare
  - Certificat de atestare fiscală persoane juridice
  - Certificat de atestare fiscală persoane fizice.
- ✓ **Beneficiarii de ajutor social** (persoane cu dizabilități, părinți care primesc alocații de susținere a familiei, beneficiarii de Venit Minim Garantat). Caracteristic e ca sunt persoane cu venit redus, care se confruntă cu sărăcia. Principala sursa de informare este prin intermediul televiziunii cu cablu, dar petrec și timp pe grupuri de *Facebook*.

Au mobilitate scăzută la nivel național, dar se pot deplasa în străinătate pentru munci sezoniere.

- ✓ **Persoane care își doresc să obțină permisului de conducere.** Sunt majoritatea tineri, cu pondere mai mare în rândul liceenilor sau studenților, familiarizați cu mediul online, social media și funcțiile internetului. Petrec timp pe *Facebook*, *Instagram* și alte rețele de socializare. Se informează exclusiv din mediul online.

⇒ **Persoane din societatea civilă** – ONG-iști din organizații civice, de mediu sau din social. Sunt interesați de proiectele aflate în dezbatere publică, depunerea de petiții, ședințele Consiliului Local și dispozițiile semnate de primar, depun cereri pe Legea 544 și urmăresc comunicarea publică a Primăriei în mediul online.

Au **vârste** cuprinsă între 20-55 de ani, sunt utilizatori de *Facebook* și *Instagram*, interesați de voluntariat și acțiuni în comunitate, preocupați de îmbunătățirea stilului de viață a locuitorilor din oraș și ajutorarea celor în nevoie. Se organizează în grupuri și comunică pe *Facebook*, *Email*, *Zoom*, *Skype* și *Whatsapp*.

Folosesc mijloacele de transport în comun, taxiuri, vehiculele personale, bicicletele și sunt buni cunoscători ai orașului. Sunt interesați de valorificarea patrimoniului local și a tradițiilor din zonă.

Dezvoltă o mândrie regională și au mobilitate socială redusă.

Urmăresc statisticile și studiile privind nivelul de calitate a vieții, sunt interesați de sfera politică și citesc presa locală.

⇒ **Oameni de afaceri** – Interesați de completarea formularelor online, plățirea taxelor și impozitelor online, obținerea certificatelor de urbanism, a autorizațiilor de construire, a autorizațiilor de taxi sau înscrierea în audiență.

*(Conform listafirme.ro, în Suceava sunt 5.376 de firme înregistrate)*

⇒ **Jurnaliștii**- Sunt importanți și pentru că sunt lideri de opinie.

**19-35 de ani** - Din presa națională sau locală, urmăresc pagina de *Facebook* a Primăriei, site-ul și sunt interesați de comunicările publice, informațiile de interes general, proiectele supuse dezbaterii publice, dispozițiile semnate de primar și ședințele Consiliului Local. Solicită audiențe la primar și viceprimari și le urmăresc activitatea politică.

Sunt activi pe *Instagram* și sunt la curent cu informațiile de ultimă oră. Folosesc *Youtube* și *livestream*-uri și comunică între ei prin grupuri pe *Whatsapp*. Sunt studenți sau proaspăt absolvenți, preponderent cu joburi part-time sau de corespondent. Urmăresc activitățile societății civile, au mobilitate crescută și venituri reduse.

Sunt interesați de noi metode de petrecere a timpului liber, activități culturale și de entertainment. Frecventează localurile, restaurantele și barurile. Folosesc preponderent mijloacele de transport în comun și vehiculele personale, iar cu o frecvență ușor mai scăzută bicicletele și taxiurile.

**35< de ani** – Preponderent din presa locală, urmăresc pagina de Facebook a Primăriei, site-ul și sunt interesați de comunicările publice, informațiile de interes general, proiectele supuse dezbaterii publice, dispozițiile semnate de primar și ședințele Consiliului Local.

Au velleități politice și încheie contracte de promovare cu politicieni. Au mobilitate scăzută și venituri medii. Au studii superioare finalizate în domeniul jurnalismului, cu mai multe job-uri sau funcții de conducere în ziarele locale.

Sunt interesați de activități culturale și de relaxare. Frecventează restaurantele, localurile și barurile. Folosesc preponderent mijloacele de transport în comun și vehiculele personale, iar cu o frecvență ușor mai scăzută bicicletele și taxiurile.

Au un puternic spirit critic, dar și o mândrie locală. Sunt interesați de fotbal și rezultatele echipelor locale în materie de sport.

### **Public secundar**

#### ⇒ **Turiști**

Au vârste variate, sunt interesați de specificul local, unicitatea regiunii, mâncare tradițională, peisaje unice.

⇒ **Organizații financiare/Investitori publici și privați** – interesați de proiectele desfășurate de primărie și rezultatele acestora.

**În concluzie, toți acești utilizatori au în comun interesul mărit pentru serviciile de plată a taxelor, evidența populației/stare civilă, știri din administrația locală, plata taxelor și promovarea turistică și prezența lor pe social media (*Facebook, Instagram*).**

➤ **Grupurile identificate mai sus sunt participanții la viața publică și economică interesați.**

Grupurile țintă identificate pot fi deopotrivă ținte cât și stakeholderi (prin structuri organizate, precum asocieri profesionale, instituții din domeniu, grup informal de prieteni).

În situația unor servicii publice locale neconforme cu așteptările lor în evoluție, vor cataloga administrația ca nefiind dezvoltată suficient.

Să nu omitem faptul că județul Suceava, orașul reședință de județ, sunt spațiile unde se întorc mulți cetățeni plecați în străinătate, comparația privind nivelul de dezvoltare al administrațiilor din țări foarte dezvoltate și cea de-acasă, fiind inevitabilă.

Acești cetățeni au în Suceava familii, afaceri, interese personale și profesionale așadar, care îi pun în relație cu administrația. Cu cât aceasta se dovedește mai performantă, cu atât acești cetățeni vor înțelege și aprecia schimbarea.

În situația de pandemie accentul s-a pus pe online, serviciile publice trebuind să urmeze accelerat acest parcurs spre digitalizare. Interfața de comunicare și promovarea trebuie să apropie și să informeze cetățeanul că au fost făcute schimbările.

După această perioadă, mediul economic are un alt reper, plecat de la propria schimbare spre digitalizare și tehnologizare și o încetinire pentru orice document administrativ, din partea administrației locale nu numai că ar putea avea costuri de imagine ci și costuri economice, dată fiind concurența acerbă din zona economică.

Toate aceste observații privind așteptările și nevoile grupului țintă interesat duc spre necesitatea unei administrații moderne, *responsive*, apropiate de nevoie cetățeanului, așa cum devine Primăria Suceava ca urmare a acestui proiect.

## ➤ Identificarea canalelor de publicitate aferente fiecărei categorii din grupul țintă

### ❑ **Mijloacele de promovare și de direcționare a comunicării:**

Mijloacele de promovare și de direcționare a comunicării pot fi atât online, cât și offline. Având în vedere obiectivul proiectului, accentul ar trebui pus pe comunicarea online.

Importanța comunicării online este confirmată de datele statistice. Numai în 2019, conform Eurostat, 74% dintre persoanele cu vârstă între 16 și 75 de ani din România au utilizat internetul<sup>5</sup>, în municipiul Suceava cca 100.000 de persoane corespunzând acestui indicator de vârstă, ceea ce înseamnă cca 74.000 potențiali utilizatori.

**Sigur că existența site-ului <http://www.primariasv.ro> este un mare avantaj.**

În aceste condiții comunicarea cu cetățeanul care caută direcționat o informație prin simpla accesare a site-ului și intrarea pe portal par a fi suficiente. În fapt însă, existența site-ului care înglobează un portal ce permite conectarea utilizatorului direct cu informația potrivită, e ceea ce trebuie promovat prin canale care ajung mai rapid la utilizator, cum ar fi social media.

Din social media cunoscută, statistic, *Facebook*-ul capitalizează cel mai mult din utilizatorii maturi.

Numărul utilizatorilor din România ai rețelei de socializare Facebook a ajuns la 9,8 milioane, în timp ce totalul celor care au un cont *Instagram* se ridică la aproximativ 700.000<sup>6</sup>.

De aceea, principala rețea socială de comunicare a Primăriei Municipiului Suceava ar trebui să fie pagina de Facebook a primăriei. Ca popularitatea, este urmată de Instagram, Youtube și Whatsapp.

### **Facebook:**

---

<sup>5</sup> Institutul Național de Statistică

<sup>6</sup> Conform datelor centralizate de către ZeList, serviciul de monitorizare și analiză a social media și presei online.

Specific acestei rețele este că utilizatori au vârste cuprinse între 25-55 de ani, numărul maxim de suceveni între aceste limite de vârstă fiind de 61.286<sup>7</sup>, accentul fiind pus pe postări lungi și detaliate. O bună metodă de comunicare este prin intermediul grupurilor de Facebook unde se pot strânge adevărate comunități online.

**Instagram:**

Utilizatori au vârste cuprinse între 18-25 de ani, 5685 de suceveni fiind între aceste limite de vârstă, accentul postărilor fiind pe imagine, postările sunt scurte și se folosesc un număr semnificativ de hashtaguri.

**Youtube:** Utilizatorii sunt majoritar tineri, mesajele trebuie adaptate la particularitatea platformei și anume: existența exclusiv a conținutului video.

**Whatsapp:** Utilizatorii au vârste diverse, comunicare se poate realiza eficient prin intermediul grupurilor.

---

<sup>7</sup> Conform Tempo INS (populație după domiciliu, 1 Iulie 2020)



**☐ Mijloace de comunicare cu publicul principal și secundar și măsuri specifice/grup țintă pentru o comunicare eficientă**

<b>Public țintă</b>	<b>Mijlocul de comunicare</b>	<b>Măsuri sugerate</b>
<b>Cetățenii din Suceava cu acces la internet</b>	Pagina de <i>Facebook</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Postări cu limbaj informal</li> <li>- Update-uri constante privind activitatea primăriei și ultimele anunțuri</li> <li>- Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <u>portalul</u> Primăriei Suceava</li> </ul>
	Grupul de <i>Facebook</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Postări cu limbaj informal</li> <li>- Update-uri constante privind activitatea primăriei și ultimele anunțuri</li> <li>Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <u>portalul</u> Primăriei Suceava</li> </ul>
	Pagina de <i>Instagram</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limbaj informal, accentul va fi pus pe imagine</li> <li>- Utilizarea hashtagurilor este importantă (#IubescSuceava, #Bucovina #RomâniaFrumoasă)</li> <li>Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <u>portalul</u> Primăriei Suceava</li> </ul>
	Contul de YT	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Video-uri de prezentare a proiectelor și activităților desfășurate de Primărie</li> <li>- Transmiterea ședințelor de Consiliu Local</li> <li>- Video de prezentare a site-ului și Eguvernare</li> <li>Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <u>portalul</u> Primăriei Suceava</li> </ul>
	Presa	Comunicate de presă, articole, informații
<b>Tineri care vor să se căsătorească</b>	Pagina și grupul de <i>Facebook</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Postări periodice despre cum se emite certificatul de căsătorie</li> <li>- Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <u>portalul</u> Primăriei Suceava</li> </ul>
	<i>Instagram</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Postări periodice despre cum se emite certificatul de căsătorie</li> <li>- Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <u>portalul</u> Primăriei Suceava</li> </ul>
<b>Sucevenii care vor să-și facă schimbări la locuință</b>	Pagina și grupul de <i>Facebook</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Postări periodice despre cum se realizează schimbarea de locuință și ce acte sunt necesare</li> <li>- Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <u>portalul</u> Primăriei Suceava</li> </ul>
	<i>Instagram</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Postări periodice despre cum se realizează schimbarea de</li> </ul>



<b>Public țintă</b>	<b>Mijlocul de comunicare</b>	<b>Măsurile sugerate</b>
		locuință și ce acte sunt necesare -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
<b>Persoanele care își schimbă reședința în Suceava sau își iau viză de flotant</b>	Pagina și grupul de Facebook	-Postări periodice despre cum se realizează schimbarea de domiciliu sau cum se emite o viză de flotant și ce acte sunt necesare -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
	Instagram	-Postări periodice despre cum se realizează schimbarea de domiciliu sau cum se emite o viză de flotant și ce acte sunt necesare -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
<b>Persoane aflate în căutarea unui loc de muncă</b>	Pagina și grupul de Facebook	-Postări privind oferte de locuri de muncă disponibile -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
	Instagram	-Postări privind oferte de locuri de muncă disponibile -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
	Site-ul și pagina AJOFM	-Anunțuri periodice privind oferte de locuri de muncă -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
<b>Beneficiarii de ajutor social</b>	Pagina și grupul de Facebook	-Postări periodice privind modalitatea prin care se pot lua ajutoarele sociale -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
	Instagram	-Postări periodice privind modalitatea prin care se pot lua ajutoarele sociale -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
	Site-ul și pagina de Facebook DAS	-Postări periodice privind modalitatea prin care se pot lua ajutoarele sociale -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
<b>Persoane care își doresc să obțină permisul de conducere</b>	Pagina și grupul de Facebook	-Postări periodice despre modalitatea prin care se emite permisul de conducere -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava
	Instagram	-Postări periodice despre modalitatea prin care se emite permisul de conducere -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <a href="#">portalul</a> Primăriei Suceava

<b>Public țintă</b>	<b>Mijlocul de comunicare</b>	<b>Măsurile sugerate</b>
<b>Persoane din societatea civilă</b>	Pagina și grupul de Facebook	-Anunțuri privind noi oportunități de implicare la nivel civic -Promovarea inițiativelor civice private -Promovarea voluntariatului și stimularea spiritului civic
	Un grup de Facebook de implicare civică	-Anunțuri privind noi oportunități de implicare la nivel civic -Promovarea inițiativelor civice private -Promovarea voluntariatului și stimularea spiritului civic
	Grup de Whatsapp între ONG-uri și autorități	-Anunțarea ședințelor de consiliu local și ședințele de buget -Comunicarea informațiilor de interes pentru ONG-uri
	Pagina de Facebook	-Comunicarea activităților și proiectelor desfășurate de primărie Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site
	Grup de Whatsapp între presă și autorități	-Anunțarea conferințelor de presă -Comunicarea activităților și proiectelor desfășurate de primărie
<b>Oameni de afaceri</b>	Pagina și grupul de Facebook	-Anunțuri privind debirocratizarea, E-Guvernare și subiecte de interes pentru mediul de afaceri -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site și către <u>portalul</u> Primăriei Suceava
<b>Turiști</b>	O pagina de Instagram cu scop turistic	-Fotografii reprezentative și locuri de vizitat în Suceava -Toate postările trebuie să conțină link-uri active către site -Postările trebuie să fie atât în engleză, cât și în română
	Video-uri pe YT	-Video de prezentare a Municipiului -Video-ul trebuie să conțină subtitrare în limba engleză
	Broșuri pentru centrul de informare turistică	-De vizitat în Suceava -În engleză și română
<b>Organizații financiare/Investitori publici și privați</b>	Raport de activitate a Primăriei	-Raport anual de activitate -În engleză și română

➤ **Plan de măsuri pe categorii de public și tipuri de servicii.**

**Obiective, acțiuni, măsuri, termene, rezultate**

**Obiectivul 1.**

**Creșterea impactului comunicării online dintre Municipiul Suceava și cetățeni prin site-ul [www.primariasv.ro](http://www.primariasv.ro) via aplicații de social media.**

A1. Îmbunătățirea interacțiunii online prin site-ul [www.primariasv.ro](http://www.primariasv.ro) prin completarea cu informațiile lipsă, rearanjarea informațiilor și un limbaj atractiv pentru utilizator

A2. Refacerea grafică a site-ului [www.primariasv.ro](http://www.primariasv.ro) și conectarea lui cu social media. Acest proces este în curs, în acest moment se face această sesizare ca și necesitate, deoarece trebuie urmărită realizarea și finalizarea lui.

A3. Standardizarea (procedura) comunicării online a Municipiului Suceava cu cetățenii pentru cât mai multe servicii, după modelul <https://eportal.primariasv.ro> .

A4. Menținerea unei comunicări constante și consecvente cu cetățenii prin social media pentru promovarea informației și a existenței ei pe site și portal.

Acțiune	Măsur	Termen	Rezultate
A1	-Stabilirea frecvenței regulate a audiențelor online de pe facebook care acum sunt acordate de primar sau funcționari din primărie și promovarea programului pe site -Completarea programul de audiențe online pe site - Anticiparea prin anunțuri a audienței, temei, respondentului - plasarea unui buton la pagina de registratură care sa permita înscrierea la audiență online sau fizic	3 luni	Conectarea mai buna a cetățeanului cu administrația Creșterea audienței pe facebook cu 20% în primele 6 luni de la implementarea măsurilor
	Refacerea paginii de prezentare a primarului prin postarea raportul primarului din 2008-2020 Postarea cuvântului de bun venit al primarului în deschiderea acestei pagini, nu la finalul ei Promovarea unei administrații transparente prin postari care sa ducă spre raport Extragerea de informații statistice din raport pentru asigurarea postărilor pe perioada în care nu sunt evenimente,	3 luni	1 postare pe săptămână pe social media care sa ducă spre site Creșterea transparenței administrației în raport cu cetățeanul Creșterea numărului de vizitatori pe site în primele 6 luni cu 2000 de vizitatori unici
	Refacerea paginii Q&A Coronavirus, deoarece informația este învechită și expusă neinteligibil Formula Q&A – poate fi înlocuită cu întrebări, pentru a fi pe înțelesul tuturor utilizatorilor	1 luna	Transmiterea corectă și accesibilă a informației privind prevenirea transmiterii COVID19
A2	Modificarea limbajului de comunicare din cel administrativ în unul informal, specific diverselor medii de comunicare pe social media, Constituirea unui portofoliu de imagini din oraș, cu drepturi de autor cedate, care să ofere alternativa de imagine și suport pentru postarile facute pe social media Refacerea vizuală a site-ului, astfel încât să aibă o diversitate de imagini Integrarea social media pe site-ul primăriei	6 luni	Adaptarea limbajului la mediul de comunicare, timpul de lectură și nivelul de înțelegere al utilizatorului
A3	Crearea unor circuite de promovare- postare pe site, preluare pe social media sau anunț pe social media și detalierea pe site, cu conectarea acestor mijloace. Crearea unor norme de identitate vizuala si postare, astfel încât sa se utilizeze paleta unitară de culori/fonturi/integrarea brandului în mod corect, Înglobarea acestor norme și în ghidul de finanțare la Legea 350/2005 dar și în setul de reguli privind publicarea/promovarea parteneriatelor primăriei cu terți	6 luni	Creșterea calității comunicării online pe termen lung  Promovarea unei imagini unitare a Municipiului Suceava  Consolidarea unei imagini
A4	Comunicarea evenimentelor esențiale ale primăriei prin postari pe social media, transmisii live Crearea de evenimente online care sa atraga nou public Crearea unor postari neperisabile care sa permita menținerea unei bune frecvente de comunicare Realizarea de mini studii de marketing care sa stea la baza alternării conținutului informațional în funcție de grupul tinta ce se dorește a fi atras	permanent	15 postări/luna pe facebook cu informații pentru cetățeni 9 transmisii live pe facebook (1/saptamana de la audiente si ședința de CL un eveniment/conferinta de presa) 15 postari/luna pe Instagram 5 postări pe youtube (ședința de CL conferințele de presă saptamanale) min 1 eveniment online/luna care sa testeze audienta si sa atraga noi utilizatori Sondaje online lunar, pentru aplicarea corecțiilor de grup țintă

## Obiectivul 2.

**Promovarea portalului de servicii <https://eportal.primariasv.ro/> disponibil online pe site-ul [www.primariasv.ro](http://www.primariasv.ro)**

Existența portalului de servicii online permite cetățeanului acces la servicii online precum petiționarea, solicitarea unor avize, verificarea stadiului unei cereri și chiar participarea la procesul de bugetarea participativă, așadar o interacțiune complexă digitală.

<https://eportal.primariasv.ro> devine spațiul virtual de cerere și răspuns online, numai că această comunicare, pentru a crește în intensitate și ca număr de utilizatori, trebuie să facă obiectul promovării continue, care să genereze cetățeanului capacitatea depășirii eventualei bariere tehnice sau de obișnuință de comunicare.

Înrolarea, Depunerea solicitării și Răspunsul sunt etape logice dar cu care utilizatorul online trebuie să se acomodeze după ce le cunoaște, iar serviciile posibil a fi prestate în online trebuie de asemenea promovate.

Aceste servicii sunt:

- Certificat de Nomenclatură stradală și adresă
- Autorizație specială de transport
- Acord prealabil privind amplasarea și autorizarea executării construcțiilor sau instalațiilor în zona drumului public
- Aviz pentru execuția lucrărilor de săpătură în zona drumurilor publice în vederea amplasării bransamentelor tehnico-edilitare
- Certificat de Urbanism
- Autorizație transport persoane în regim de taxi (+viză și prelungire la 5 ani)
- Autorizație taxi (+viză anuală)
- Autorizație pentru desfășurarea activității de comerț/prestări servicii+Aviz pentru programul de funcționare
- Autorizație pentru desfășurarea activității de alimentație publică+Aviz pentru programul de funcționare
- Certificat de atestare fiscală persoane juridice

- Certificat de atestare fiscală persoane fizice

Cum observăm că unele pot fi solicitate o singură dată pentru un termen foarte lung, atunci îndeplinirea acestui obiectiv se poate realiza prin dezvoltarea unui plan de postări în mediul online, care să le reamintească periodic cetățenilor cum pot accesa serviciile de care aceștia au nevoie.

Pentru obținerea unor avize este necesară acceptarea plății online, iar unii utilizatori au o rezistență bazată pe neîncredere față de acest mecanism de plată.

Prin urmare, construirea unei bune reputații prin testimoniale promovate pe aplicații de social media cu explicații asupra ofertei portalului ar fi de asemenea, o măsură binevenită.

Astfel pentru acest obiectiv distingem câteva acțiuni și măsuri oportune în promovare în vederea atragerii cetățenilor spre serviciile online.

Acțiune	Măsuri	Termen	Rezultat
Popularizarea portalului	<p>Campanie de promovare pe <i>facebook</i> a beneficiilor și accesibilității serviciilor online și a modului în care pot fi solicitate acestea prin portal.</p> <p>Sugerăm realizarea unui vizual animat explicativ</p> <p>Minim două postări/săptămână cu conținut explicativ, concentrat pe servicii diferite</p> <p>Publicitate plătită pe <i>facebook</i>.</p> <p>Distribuirea postărilor pe grupuri precum Suceavalive (58 k) sau <u>SUCEAVA-Rădăuți-Botosani-Iasi-Piatra Neamt-vânzări-cumpărării-anunțuri-auto</u> (7,8K) și a altor grupuri de vânzări auto.</p> <p>Îmbinarea măsurilor online cu cele offline (fluturași sau afișe la târgurile auto)</p> <p>Promovare offline și online la Ghișeul Unic de la Camera de Comerț</p>	3 luni	<p>Min 30% din populația Sucevei ar putea afla despre aceste servicii</p> <p>O imagine de administrație modernă și apropiată de cetățean</p>
Promovarea bunei reputații privind plata online	<p>Explicații privind siguranța plăților. Explicațiile trebuie făcute în limbaj accesibil, pe pagina primăriei.</p> <p>Testimoniale pe conturi de social media.</p>		<p>Creșterea încrederii în plățile online</p> <p>Creșterea accesului la serviciile online.</p>
Solicitarea de feedback permanent din partea utilizatorilor pentru serviciile online	<p>Preluarea feedback-ului de la cetățenii care au deschis cont pe portal și au avut solicitări de servicii. Chestionarul online completat de aceștia va fi preluat imediat, fiind cea mai bună posibilitate de înaintare a sesizării unei disfuncții</p>	continuu	<p>Posibilitatea remedierii erorilor</p> <p>Un cetățean activ, implicat, mulțumit</p>

### Obiectivul 3.

#### Promovarea municipiului Suceava ca localitate cu administrație modernă și oraș turistic.

Considerăm că îndeplinirea acestui obiectiv se face prin dezvoltarea unei strategii de comunicare a informațiilor esențiale pentru turiști: restaurante, hoteluri, pensiuni, trasee turistice cu punct de plecare sau trecere prin Suceava, curiozități despre oraș, obiective turistice.

În situația în care Municipalitatea își asumă un astfel de obiectiv, avantajul ar fi ca se poate ca prin operaționalizarea acestui obiectiv să conecteze suplimentar un public din afara orașului.

Conectarea orașului la brandul Bucovina va adăuga plus valoare și la nivelul construirii imaginii de brand a orașului.

În situația unei decizii a administrației în favoarea acestui obiectiv, sugerăm:

1. Îmbunătățirea site-ului cu includerea în meniu a unor spații destinate turismului
2. Promovarea site-ului pe pagini de turism prin bannere online
3. Adresări publice ale administrației pe această temă, pentru a face cunoscută orientarea și susținerea turismului
4. Dezvoltarea de parteneriate cu creatorii de aplicații gratuite turistice pentru a primi permisiunea trimiterii spre aceste aplicații de pe site-ul Primăriei Suceava și paginile de social media.

*De exemplu: Aplicația **Suceava CityApp**<sup>8</sup> este o aplicație turistică aflată în permanentă dezvoltare, pentru a oferi turiștilor informații relevante și de actualitate.*

*Aplicația promovează informațiile referitoare la cele mai atractive puncte de interes și evenimente din zonă, la servicii (hoteluri, pensiuni, restaurante, baruri, magazine).*



<sup>8</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.schubertundfranzke.cityapp.suceava&hl=ro&gl=US>



*Toate punctele de interes conțin detalii precum: imagini, text, adresa, telefon/telefon mobil cu posibilitatea de apelare directă, adresa de email cu posibilitatea de a trimite mesaj folosind funcția email a telefonului, website, orar, locație pe Google Maps și opțiuni de navigație.*

*Aplicația se poate folosi în 6 limbi (Română, Engleză, Franceză, Poloneză, Rusă, Ucraineană) care pot fi schimbate din menu-ul aplicației.*

5. Înscrierea paginii de social media a primăriei pe grupurile de turism și vizitatori din Bucovina și transmiterea frecventă a evenimentelor din oraș sau a descrierii unor obiective turistice, impresii ale unor turiști, personalități care și-au legat numele de oraș sau care vizitează orașul
6. Realizarea de filme de prezentare a Sucevei în contextul spațiului bucovinean de la evenimente care au loc în oraș și pot fi de interes pentru turiști sau filme de prezentare. Dimensiunea acestora nu trebuie să depășească 1,5 minute și trebuie realizate în condiții tehnice bune.
7. Atribuirea de hashtaguri destinate special obiectivului promovare turistică
8. Înglobarea în site a unor tururi virtuale și promovarea lor și pe social media (exemplu: turul Cetății de Scaun, Muzeele Sucevei, Restaurante cu specific bucovinean, etc)
9. Planificarea unor evenimente fanion de atragere a turiștilor
10. Crearea unui spațiu virtual de dialog cu operatorii din turism și domeniul HORECA
11. Valorificarea unor idei precum: Suceava accesibilizată - oferta turistică pentru persoane cu dizabilități pe trasee complet accesibilizate, Suceava lui Ștefan, Suceava spațiu spiritual (tur religios), etc.

Recomandăm ca acest din urmă obiectiv să fie corelat cu Strategia de dezvoltare a Municipiului Suceava 2021-2024, Strategia județului Suceava pentru 2021-2024 și Strategia națională de turism a României, astfel încât să se asigure maximum de suport pentru domeniul turismului și de profit de imagine pentru Municipiul Suceava.



**Proiectul "APLICAT – Administrație Publică Locală Informatizată, Calitativă și Accesibilă Tuturor la Suceava", cod SIPOCA 626, cod SMIS 128093**

Editor: Municipiul Suceava

Data publicării: mai 2021

Material gratuit

*„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020”  
„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”*