



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Strategia de promovare și comunicare a măsurilor de reformă și investițiilor Agenției Naționale a Funcționarilor Publici finanțate din Planul Național de Redresare și Reziliență pentru perioada octombrie 2024 - iunie 2026





„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Cuprins

CONTEXT	3
SCOP	6
OBIECTIV GENERAL	6
OBIECTIVE SPECIFICE	7
PUBLIC ȚINTĂ	10
DOMENII DE INTERVENȚIE	13
MESAJE CHEIE	13
ELEMENTE GRAFICE	28
TEHNICI ȘI CANALE DE COMUNICARE	33
SINTEZA MĂSURILOR ȘI ACȚIUNILOR DE COMUNICARE	36
MONITORIZARE ȘI EVALUARE	52
ANEXE:	62



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

CONTEXT

Referințe contractuale: *Strategia de promovare și comunicare a măsurilor de reformă și investițiilor Agenției Naționale a Funcționarilor Publici finanțate din Planul Național de Redresare și Reziliență pentru perioada septembrie octombrie 2024 - iunie 2026 a fost elaborată în cadrul contractului privind achiziția publică de servicii de organizare evenimente, informare, promovare, publicitate și conexe cu privire la reformele implementate prin proiectele finanțate prin PNRR, LOTUL I - SIMRU - Componenta 7 - Transformarea digitală Investiția 10 - Transformarea digitală în managementul funcției publice - jalon nr. 177 „S-au instituit și sunt operaționale platforme interactive și colaborative pentru managementul standardizat al resurselor umane în administrația publică centrală (SIMRU)”*

Contractul de servicii fost încheiat între Agenția Națională a Funcționarilor Publici și NOSCE GROUP SRL și înregistrat la ANFP cu nr. 22661 /2024, iar la NOSCE GROUP SRL cu nr. 4561/2024.

Referințe: Proiect finanțat prin acordul de finanțare privind implementarea reformelor și/sau investițiilor finanțate prin Planul național de redresare și reziliență nr. 38921/05.04.2022, semnat între Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, în calitate de coordonator național pentru Planul național de redresare și reziliență și Agenția Națională a Funcționarilor Publici, în calitate de coordonator de reformă și investiții pentru Planul Național de Redresare și Reziliență - Componenta 7 - Transformarea digitală, Investiția 10 - Transformarea digitală în managementul funcției publice - jalon nr. 177 „S-au instituit și sunt operaționale platforme interactive și colaborative pentru managementul standardizat al resurselor umane în administrația publică centrală (SIMRU)”

Planul Național de Redresare și Reziliență al României, prin pilonul II, Componenta 7 - Investiția 10 - Transformarea digitală, reforma 4 - Creșterea competențelor digitale pentru exercitarea funcției publice și educație digitală pe parcursul vieții pentru cetățeni și investițiile propuse și Investiția 16 - Program de formare de competențe digitale avansate pentru funcționarii publici și prin pilonul IV, Componenta 14 - Buna guvernare, reforma 3 - Management performant al resurselor umane în sectorul public abordează sinergic nevoia de eficientizare a sectorului public. Aceste reforme se concentrează pe tranziția către un management strategic, modern, digital și verde al resurselor umane.

Pe baza Acordului de finanțare privind implementarea reformelor și/sau investițiilor finanțate prin Planul Național de Redresare și Reziliență nr. 38921/05.04.2022, semnat între Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, în



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

calitate de coordonator național pentru PNRR, și Agenția Națională a Funcționarilor Publici (ANFP), în calitate de coordonator de reformă și investiții pentru PNRR, ANFP este responsabilă pentru implementarea următoarelor reforme și intervenții specifice (identificate pe parcursul documentului și cu denumirea de proiecte):

1. Identificarea și implementarea unor soluții privind creșterea prestigiului funcției publice (Componenta C3, Reforma 3 - Management performant al resurselor umane în sectorul public);
2. Concurs național de intrare în corpul funcționarilor publici (Componenta C3, Reforma 3 - Management performant al resurselor umane în sectorul public);
3. Introducerea cadrelor de competențe și evaluarea bazată pe performanțe (Componenta C3, Reforma 3 - Management performant al resurselor umane în sectorul public);
4. Dezvoltarea competențelor digitale, de leadership și talent management Componenta C7, Investiția 16 - Program de formare de competențe digitale avansate pentru funcționarii publici);
5. E-ANFP - Dezvoltarea și extinderea platformei de gestiune a funcționarilor publici pentru toate procesele aferente parcursului de carieră și pentru interconectarea cu instituțiile colaboratoare (Componenta C7, Investiția 10 - Transformarea digitală în managementul funcției publice);
6. SIMRU - Sistem integrat de management al serviciilor de resurse umane pentru administrația publică centrală(Componenta C7, Investiția 10 - Transformarea digitală în managementul funcției publice).

4

Detalii privind jaloanele/țintele aferente se regăsesc mai jos:

1. Jalon 177 SIMRU - S-au instituit și sunt operaționale platforme interactive și colaborative pentru managementul standardizat al resurselor umane în administrația publică centrală;
2. Jalon 177 e-ANFP - S-au instituit și sunt operaționale platforme interactive și colaborative pentru managementul standardizat al resurselor umane în administrația publică centrală;
3. Ținta 185 - Funcționari publici care au urmat un curs de formare digitală;
4. Jalon 417 - Finalizarea anuală a cel puțin două concursuri naționale de recrutare a funcționarilor publici pentru cel puțin trei categorii/grade de funcții publice;
5. Jalon 418 - Intrarea în vigoare a două acte legislative privind managementul resurselor umane;
6. Jalon 419 - Cadre de competență operaționale în administrația publică centrală.

Prin implementarea măsurilor și țăntelor atribuite ANFP din PNRR, Agenția asigură continuitatea demersurilor sale de profesionalizare a funcției publice și de reformă a managementului resurselor umane din administrația publică, reflectate în cele peste 20 de proiecte cu finanțare externă finalizate sau în derulare. De asemenea,



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

ANFP se aliniază cu implementarea la nivelul autorităților și instituțiilor publice din România a celorlalte reforme din PNRR, cu accent pe digitalizare și pe o abordare sistemică bazată pe competențe și performanță.

În calitate de coordonator de reformă și investiții pentru PNRR, ANFP este obligată să asigure informarea și comunicarea transparentă, corectă și coerentă asupra componentelor, reformelor și investițiilor finanțate prin Mecanismul de Redresare și Reziliență (MRR). Obligatorietatea asigurării vizibilității finanțării din partea Uniunii Europene este prevăzută în Regulamentul (UE) 2021/241 al Parlamentului European și al Consiliului din 12 Februarie 2021 de instituire a Mecanismului de Redresare și Reziliență, articolul 34.

Astfel, ANFP își propune să asigure activitățile de promovare, informare și comunicare a reformelor și investițiilor implementate prin PNRR, precum și asigurarea vizibilității și promovării rezultatelor obținute prin implementarea următoarelor servicii:

1. consultanță pentru dezvoltarea și implementarea platformei interactive și colaborative pentru managementul standardizat al resurselor umane în administrația publică centrală (SIMRU), jalonul 177 - PNRR;
2. consultanță și dezvoltare software personalizat pentru dezvoltarea și implementarea sistemului e-ANFP, jalonul 177 - PNRR;
3. formare și conexe în vederea dezvoltării competențelor digitale a 30.000 de funcționari publici și a dezvoltării competențelor de leadership și talent management pentru 2.500 funcționari publici de conducere, ținta 185 - PNRR;
4. consultanță și dezvoltare software personalizat pentru dezvoltarea și implementarea Sistemului pentru Concurs Național PNRR, jalonul 417 - PNRR;
5. consultanță în vederea elaborării de studii, analize, ghiduri și proiecte de acte normative și acordarea de suport în vederea implementării jalonului 418 - PNRR;
6. consultanță în vederea elaborării de studii/analize și proiecte de acte normative și acordarea de suport în vederea implementării jalonului 419 - PNRR.



SCOP

Scopul Strategiei de Comunicare

Scopul acestei strategii de comunicare este de a asigura o informare și promovare eficientă a reformelor și investițiilor implementate de Agenția Națională a Funcționarilor Publici (ANFP) prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR). Strategia urmărește să răspundă nevoii de transparență și coerență în comunicarea măsurilor de reformă și investițiilor finanțate, având în vedere impactul semnificativ al acestora asupra eficienței Managementului Resurselor Umane (MRU) din sectorul public și, indirect, asupra calității serviciilor furnizate cetățenilor.

Nevoia de Informare și Transparentizare

Implementarea reformelor și investițiilor prin PNRR necesită o informare concisă, eficientă și clară a tuturor părților interesate, inclusiv a funcționarilor publici, a cetățenilor și a altor actori implicați. Această nevoie derivă din complexitatea și amploarea măsurilor, care pot afecta direct și indirect diverse aspecte ale administrației publice și ale vieții cetățenilor.

Necesitatea Promovării și Vizibilității

În contextul creșterii vizibilității instrumentului financiar NextGenerationEU și a măsurilor specifice din PNRR, există o nevoie de promovare a rezultatelor și impactului reformelor și investițiilor implementate de ANFP, pentru a evidenția realizările obținute și a demonstra eficiența utilizării fondurilor PNRR.

În vederea asigurării unei imagini și abordări unitare a celor șase măsuri de reformă/investiții implementate de către ANFP, strategia de promovare și comunicare și planul de acțiune aferent acestora urmăresc obiectivul general și pe cele specifice.

OBIECTIV GENERAL

Obiectivul general al strategiei este acela de a elabora un cadru unitar care să asigure informarea, promovarea și comunicarea transparentă, corectă, complementară și coerentă asupra reformelor și investițiilor implementate de Agenția Națională a Funcționarilor Publici (ANFP) prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR), în perioada octombrie 2024 - iunie 2026.

Obiectivul general și obiectivele specifice ale strategiei urmăresc și obiectivele din Strategia de comunicare cuprinsă în Partea a III a din PNRR - Secțiunea 3.5.



OBIECTIVE SPECIFICE

Obiectivele specifice ale strategiei sunt:

1. Creșterea gradului de informare a 20% dintre funcționarii publici cu privire la investițiile și reformele implementate de ANFP prin PNRR și cu privire la finanțarea din partea Uniunii Europene prin instrumentul “Următoarea Generație UE” până la finalul proiectelor. *(Obiectivul specific 1 vizează toate Jaloanele PNRR asumate de ANFP.)*
2. Consolidarea transparenței proceselor de reformă și a investițiilor realizate de ANFP prin publicarea pe site-ul și pe platformele sociale ANFP a rezultatelor măsurilor de reformă pe tot parcursul implementării proiectelor PNRR. *(Obiectivul specific vizează toate Jaloanele PNRR asumate de ANFP.)*
3. Creșterea gradului de atractivitate a programelor de formare pentru competențe digitale, leadership și talent management organizate de ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri în termen de 9 luni de la lansarea campaniei. *(Obiectivul specific 3 vizează Ținta 185 din PNRR.)*
4. Creșterea vizibilității concursurilor naționale de recrutare a funcționarilor publici, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri la aceste concursuri până la finalul proiectului. *(Obiectivul specific 4 vizează Jalonul 417 din PNRR.)*
5. Creșterea vizibilității platformelor SIMRU și E-ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de utilizatori care accesează platformele, în termen de 6 luni de la lansarea acestora.¹ (estimată în decembrie 2025). *(Obiectivul specific 5 vizează Jalonul 177 din PNRR.)*
6. Creșterea vizibilității reformelor care pot contribui la îmbunătățirea imaginii funcționarilor publici, prin publicarea și promovarea de informații privind stadiul dezvoltării acestora pe o perioadă de 12 luni. *(Obiectivul specific 6 vizează Jaloanele 417, 418 419 și 177 (SIMRU) din PNRR din PNRR.)*
7. Creșterea nivelului de înțelegere în rândul funcționarilor publici și personalului contractual cu privire la reformele managementului resurselor umane din administrația publică, prin informarea a peste 1.000 de persoane până la finalul proiectelor. *(Obiectivul specific 7 vizează Jaloanele 417, 418 și 419 din PNRR.)*

¹ În cazul acestui obiectiv creșterea numărului de utilizatori este estimată în comparație cu numărul de utilizatori ai portalului ANFP utilizat în 2024.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv	Elementul specific (S)	Elementul măsurabil (M)	Elementul abordabil (de atins) (A)	Elementul relevant (R)	Încadrarea în timp (T)
Creșterea gradului de informare a 20% dintre funcționarii publici cu privire la investițiile și reformele implementate de ANFP prin PNRR și cu privire la finanțarea din partea Uniunii Europene prin instrumentul “Următoarea Generație UE” până la finalul proiectelor	Informarea a 20% dintre funcționarii publici din administrația publică și a 100% dintre funcționarii publici din cadrul ANFP	Rata de vizualizare /deschidere a materialelor informative online, trimise prin e-mail marketing și promovate pe rețelele sociale și pe site-ul ANFP, măsurate prin indicatorii Meta și indicatorii de performanță din Google ADS și platforme similare.	Realizarea de anunțuri sponsorizate, articole de presă și implementarea e-mail marketing pentru a distribui informațiile necesare.	Informarea despre investițiile/ reformele și transformările ANFP sunt critice pentru succesul implementării acestora în administrația publică.	Până la finalizarea proiectelor ANFP PNRR.
Consolidarea transparenței proceselor de reformă și a investițiilor realizate de ANFP prin publicarea pe site-ul și pe platformele sociale ale ANFP a rezultatelor măsurilor de reformă, pe tot parcursul implementării proiectelor PNRR	Publicarea și/sau promovarea pe site-ul ANFP și pe rețelele sociale a 100% din rezultatele măsurilor de reformă și a investițiilor.	Numărul livrabililor și al rezultatelor publicate.	Colaborarea cu departamentele interne pentru a obține materialele și pentru a le publica în format accesibil pe site-ul ANFP și pentru a le promova pe rețelele sociale.	Transparența în implementarea reformelor și investițiilor este esențială pentru a menține încrederea beneficiarilor și actorilor interesați și a asigura succesul proiectelor ANFP finanțate prin PNRR.	Publicarea se va face pe parcursul întregii perioade de implementare a proiectelor ANFP PNRR.
8					
Creșterea gradului de atractivitate a programelor de formare pentru competențe digitale, leadership și talent management organizate de ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri în termen de 9 luni de la lansarea campaniei	Creșterea cu cel puțin 20% a numărului de înscrieri	Numărul de înscrieri la cursurile de formare digitală, măsurat prin platforma/formularele de înscriere.	Crearea unui calendar de cursuri și trimiterea acestuia prin e-mail marketing și pe portalul ANFP.	Creșterea numărului de funcționari înscriși la cursuri este primul pas pentru creșterea competențelor digitale ale acestora, esențiale pentru modernizarea și eficientizarea administrației publice.	În termen de 9 luni de la lansarea campaniei.
Creșterea vizibilității concursurilor naționale de recrutare a funcționarilor publici, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri la aceste concursuri până la finalul campaniei	Creșterea cu 20% a numărului de aplicații pentru concursurile naționale de recrutare a funcționarilor publici din cel puțin 3 categorii/grade de funcții publice.	Numărul de aplicații primite, măsurat prin platforma de recrutare online utilizată de ANFP.	Realizarea unei campanii de promovare targetate pe rețelele sociale și pe platformele specializate în recrutare și oferte locuri de muncă.	Un număr mai mare de candidați va permite selecționarea celor mai potriviți funcționari pentru posturile disponibile, asigurând calitatea administrației publice.	Până la finalul campaniei.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Creșterea vizibilității platformelor SIMRU și E-ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de utilizatori care accesează platformele, în termen de 6 luni de la lansarea acestora.	Creșterea cu 20% a numărului de utilizatori pe platformele interactive și colaborative pentru managementul resurselor umane în administrația publică nou dezvoltate, în comparație cu numărul de utilizatori ai portalului ANFP utilizat în 2024.	Numărul de utilizatori măsurat prin rapoartele de utilizare ale platformelor.	Lansarea unei campanii de promovare online, inclusiv tutoriale și evenimente pentru a încuraja utilizarea platformelor.	Utilizarea eficientă a acestor platforme este esențială pentru standardizarea și modernizarea managementului resurselor umane în administrația publică.	În termen de 6 luni de la lansarea platformelor.
Creșterea vizibilității reformelor care pot contribui la îmbunătățirea imaginii funcționarilor publici, prin publicarea și promovarea informării privind stadiul dezvoltării acestora pe o perioadă de 12 luni	Promovarea reformelor și rezultatelor lor, obținute și potențiale, prin intermediul a 10 articole și interviuri publicate online.	Numărul de articole și interviuri publicate pe site-ul ANFP, în media și pe rețelele sociale.	Colaborarea cu publicații relevante și lideri de opinie din domeniul public pentru a distribui aceste informații.	Vizibilitatea pozitivă a funcționarilor publici va contribui la îmbunătățirea imaginii și la creșterea prestigiului funcției publice.	Într-o perioadă de 12 luni, aferentă desfășurării campaniei
Creșterea nivelului de înțelegere în rândul funcționarilor publici și personalului contractual cu privire la reformele managementului resurselor umane din administrația publică, prin informarea a peste 1.000 de persoane, până la finalul proiectelor	Creșterea nivelului de înțelegere a reformelor în rândul funcționarilor publici și personalului contractual din administrația publică, prin intermediul evenimentelor și a materialelor de promovare publicate online.	Numărul de participanți la evenimentele organizate pentru promovarea reformelor și diseminarea rezultatelor și numărul de vizualizări/ deschideri a materialelor informative online, trimise prin e-mail marketing și promovate pe rețelele sociale și pe site-ul ANFP, măsurate prin indicatorii Meta și indicatorii de performanță din Google Ads și platforme similare.	Organizarea de evenimente, precum și realizarea de anunțuri sponsorizate, articole de presă și implementarea e-mail marketing pentru a distribui informațiile necesare.	Creșterea nivelului de înțelegere în rândul funcționarilor publici și personalului contractual din administrația publică cu privire la reformele managementului funcției publice promovate de ANFP crește calitatea implementării acestor reforme și contribuie la atingerea rezultatelor lor.	Până la finalizarea proiectelor

Tabel 1. Obiective specifice



PUBLIC ȚINTĂ

1. Funcționari publici și personal contractual din administrația publică centrală și locală, inclusiv personalul din departamentele de resurse umane (DRU)

Funcționarii publici și personal contractual, angajați ai instituțiilor și autorităților publice centrale și locale din România. Aceștia sunt beneficiarii direcți ai reformelor și investițiilor, fiind implicați în implementarea acestora.

Personalul din departamentele responsabile de gestionarea resurselor umane din cadrul instituțiilor și autorităților publice centrale și locale din România vor fi un sub-public țintă vizat, fiind principalii responsabili, alături de ANFP, de implementarea reformelor și vor fi principalii (și printre primii) utilizatori ai platformelor informatice dezvoltate. Informarea lor și câștigarea încrederii lor în beneficiile aduse de investiții și reforme este esențială pentru atingerea rezultatelor așteptate.

2. Personalul Agenției Naționale a Funcționarilor Publici (ANFP)

Personalul ANFP, care are nevoie să fie bine informat cu privire la reformele și investițiile PNRR asumate de Agenție, pentru a participa eficace și eficient la implementarea lor.

3. Publicul general

Cetățenii, beneficiarii direcți și indirecti ai tuturor schimbărilor și proceselor de îmbunătățire calității și eficienței serviciilor publice. Populația generală a României cu vârste între 14 și 65+ care beneficiază direct (datorită investițiilor și reformelor de creștere a transparenței, inclusiv a Jalonului 417) sau indirect (prin mecanismul descris mai jos) de reformele și investițiile realizate de ANFP prin PNRR.

Toate investițiile și reformele PNRR asumate de ANFP își propun (în măsuri diferite, direct sau indirect) să asigure o creștere a calității managementului resurselor umane din administrația publică, prin aceasta să crească nivelul de motivare, competențe și performanță a resurselor umane din administrația publică și în acest mod să contribuie la creșterea nivelului de calitate a serviciilor publice și a nivelului de încredere a cetățenilor în administrația publică. Modul în care ANFP contribuie la o administrație mai bună pentru cetățeni va fi comunicat către acest grup țintă: publicul larg.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

4. Mass-Media

Organisme de presă și publicații joacă un rol important în diseminarea informațiilor și în formarea percepțiilor publicului asupra reformelor și investițiilor implementate de ANFP prin PNRR. Mass-media este o țintă pentru strategia de promovare și comunicare de față deoarece prin intermediul său se ajunge la alte ținte, în special publicul larg. Mai mult decât atât, o bună informare și colaborare cu mass-media clasică și cu persoanele cu influență în rețelele sociale poate genera efecte de promovare pe termen lung, după finalizarea campaniilor planificate, deoarece

5. Mediul academic

Universitățile partenere în demersurile de reformă a managementului funcției publice și a funcționarilor publici derulate de ANFP, precum și studenții din România, potențiali candidați la rundele concursului național reprezintă un grup țintă important pentru promovarea și comunicarea reformelor promovate de ANFP.

6. ONG-uri

Organizații non-guvernamentale care beneficiază indirect de reforme și de promovarea transparenței și responsabilității ANFP în implementarea PNRR. O administrație publică mai eficientă și transparentă asigură ONG-urilor acces mai ușor și rapid la informațiile necesare pentru desfășurarea activităților lor.

Publicurile țintă sunt vizate în comunicarea care se va realiza pentru fiecare obiectiv specific în parte, după cum este prezentat în tabelul următor.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific	Public țintă					
	Funcționari publici și personal contractual	Personal ANFP	Publicul larg	Mass-media	Mediul academic	ONG
Creșterea gradului de informare a 20% dintre funcționarii publici cu privire la investițiile și reformele implementate de ANFP prin PNRR și cu privire la finanțarea din partea Uniunii Europene prin instrumentul “Următoarea Generație UE”, până la finalul proiectelor	✓	✓				
Consolidarea transparenței proceselor de reformă și a investițiilor realizate de ANFP prin publicarea pe site-ul și pe platformele sociale ale ANFP a rezultatelor măsurilor de reformă, pe tot parcursul implementării proiectelor PNRR	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Creșterea gradului de atractivitate a programelor de formare pentru competențe digitale, leadership și talent management organizate de ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri în termen de 9 luni de la lansarea campaniei	✓					
Creșterea vizibilității concursurilor naționale de recrutare a funcționarilor publici, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri la aceste concursuri până la finalul campaniei	✓		✓	✓	✓	✓
Creșterea vizibilității platformelor SIMRU și E-ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de utilizatori care accesează platformele, în termen de 6 luni de la lansarea acestora.	✓	✓		✓	✓	✓
Creșterea vizibilității reformelor care pot contribui la îmbunătățirea imaginii funcționarilor publici, prin publicarea și promovarea informării privind stadiul dezvoltării acestora pe o perioadă de 12 luni			✓	✓	✓	✓
Creșterea nivelului de înțelegere în rândul funcționarilor publici și personalului contractual cu privire la reformele managementului resurselor umane din administrația publică, prin informarea a peste 1.000 de persoane, până la finalul proiectelor	✓	✓				

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROfficial>



DOMENII DE INTERVENȚIE

Intervențiile specifice care vor fi realizate în cadrul proiectelor vizează:

1. Creșterea PRESTIGIULUI funcției publice și îmbunătățirea imaginii funcționarilor publici;
2. RECRUTARE: promovarea noii modalități de recrutare în funcția publică - concursul național;
3. PERFORMANȚĂ: introducerea cadrelor de competențe și evaluarea funcționarilor publici bazată pe performanțe;
4. FORMARE ȘI PERFECȚIONARE: dezvoltarea competențelor digitale, de leadership și talent management a funcționarilor publici;
5. DIGITALIZARE: dezvoltarea și extinderea platformei de gestiune a funcționarilor publici E-ANFP (nivel central, teritorial, local) pentru toate procesele aferente parcursului de carieră și pentru interconectarea cu instituțiile colaboratoare și a Sistemului integrat de management a serviciilor de resurse umane pentru administrația publică centrală (SIMRU).

MĂSURILE ȘI ACȚIUNILE CONCRETE se regăsesc în cadrul tabelului care prezintă sintetic: măsuri și acțiuni concrete de comunicare, canale de comunicare și tehnici de comunicare pentru fiecare mesaj și proiect/lot/jalon, tabel regăsit la finalul prezentei strategii și în **Planul de acțiune** aferent prezentei strategii, anexat.

13

MESAJE CHEIE

În acord cu Strategia de comunicare, activitățile de comunicare vor fi organizate în jurul unui set de mesaje cheie pentru a răspunde obiectivelor enunțate. Aceste mesaje vor fi incluse în acțiunile de informare, comunicare și promovare dedicate fiecărui proiect în parte.

Fiecare dintre proiectele implementate, în acord cu specificul fiecăruia și cu obiectivele acestei strategii va avea elemente de comunicare unice (diferențiatori), personalizate, dar complementare cu toate celelalte proiecte.

Concret, elaborarea mesajelor cheie urmărește unitatea, coerența și complementaritatea cu mesajele aferente fiecărui jalon/țintă.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Pornind de la aceasta, conceptul pe care îl propunem are următoarea componență:

- Cel puțin un mesaj cheie aferent fiecărui proiect, în raport cu obiectivele specifice;
- Elemente de grafică (culoare și logo) unice pentru fiecare proiect în parte și o culoare diferită a elementelor grafice pentru fiecare proiect;
- Un hashtag # unic pentru fiecare proiect;
- Pentru fiecare proiect în parte stabilirea unei zile din săptămână care va fi dedicată postărilor în mediul online.

Mesajele cheie vor fi declinate în mesaje specifice pentru comunicare prin următoarele canale:

- Canalele social media ale ANFP (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube);
- Site-ul ANFP (www.anfp.gov.ro);
- În articolele de marketing pentru presă;
- În materialele video, inclusiv spoturi TV și scurtmetraje;
- În materialele audio, inclusiv spoturi radio;
- În cadrul evenimentelor organizate, prin dezvoltarea ideilor din mesaje în comunicările reprezentanților ANFP și ale prestatorilor selectați pentru fiecare lot.

14

Mesajele cheie sunt concepute ca o bază a comunicării, de la care se pot declina diferite alte tipuri produse de comunicare, fie pentru mediul online, cât și pentru cel offline, cum ar fi: slogane, hashtag-uri, call to action, mesaje pentru materialele de promovare și comunicare: broșuri, spoturi, afișe etc., în funcție de specificul publicului țintă și al canalelor de comunicare.

Mesajele cheie pot fi folosite pe tot parcursul implementării proiectelor, declinate în toate materialele de comunicare realizate, corelat cu informația care se intenționează a fi transmisă.

O detaliere a canalelor și tehnicilor de comunicare utilizate pentru transmiterea fiecărui mesaj este prezentată la finalul prezentei strategii. Pe de altă parte, mesajele propuse sunt adaptate la publicurile țintă diverse avute în vedere de prezenta strategie. Modul în care mesajele se vor transforma în sloganuri/motto-uri pentru canalele de comunicare unde acestea sunt necesare (flyere, bannere digitale, materiale promovate în social media, pop-up-uri etc.) va face obiectul dezvoltării creative a fiecărui material în parte, alături de alegerea imaginilor simbol sau imaginilor reprezentative pentru aceleași materiale. O serie de declinări posibile ale mesajelor sunt incluse în tabelul următor.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Totodată, mesajele cheie dezvoltate pe fiecare proiect gestionat de ANFP și finanțat din PNRR vor include în campaniile specifice pe proiecte mesajele cheie din Strategia de comunicare cuprinsă în Partea a III a din PNRR - Secțiunea 3.5, adaptate conform specificului fiecărui proiect.

Enumerăm mai jos mesajele cheie ale Strategiei de comunicare cuprinsă în Partea a III a din PNRR - Secțiunea 3.5:

„România modernă și reformată”:

- Fondurile din RRF de 29.2 miliarde euro, un sprijin benefic pentru România pentru a implementa reforme esențiale pentru dezvoltarea țării
- PNRR, impulsul necesar pentru tranziția verde și cea digitală, chei pentru economia viitorului, în toate sectoarele majore (transport, energie, mediu, administrație publică)
- PNRR și infuzia sa de fonduri, un ajutor vital pentru redresarea economică și socială a României după criza COVID-19, în special pentru cele mai afectate sectoare (de exemplu sănătate, IMM-uri și alți antreprenori)
- Generația tânără, mai bine pregătită pentru provocările viitoare, cu ajutorul instrumentului „UrmătoareaGenerațieUE”
- Șansă unică pentru România de a se concentra pe dezvoltare durabilă, locuri de muncă de calitate și convergența cu economiile dezvoltate ale UE, prin absorbția celor 29.2 miliarde euro din PNRR.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

În tabelul de mai jos se regăsesc propunerile de mesaje cheie în funcție de activitățile proiectelor.

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
Creșterea gradului de informare a 20% dintre funcționarii publici cu privire la investițiile și reformele implementate de ANFP prin PNRR și cu privire la finanțarea din partea Uniunii Europene prin instrumentul “Următoarea Generație UE” până la finalul proiectelor	1-6	1. ANFP, cu sprijinul PNRR, derulează noi reforme ce au la bază transparența și accesul la o carieră de succes a funcționarilor publici pe baza performanțelor acestora, pentru a promova excelența și meritocrația. <i>Slogan posibil: Performanță și meritocrație pentru o carieră de succes în administrație</i> 2. ANFP sprijină dezvoltarea carierei și a competențelor funcționarilor publici, pentru ca aceștia să se bucure de șanse egale în ceea ce privește drumul către un parcurs profesional de succes. <i>Slogan posibil: Șanse egale și dezvoltare pentru o carieră de succes în administrație</i> 3. Funcționarii publici și departamentele de resurse	1. Funcționari publici, personal ANFP 2. Funcționari publici, personal ANFP 3. Funcționari publici, funcționari publici din departamentele de RU personal ANFP



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		umane din instituții și autorități publice sunt partenerii de încredere ai ANFP în implementare noilor reforme din administrația publică. <i>Slogan posibil: Parteneri de încredere pentru reforme durabile în administrația publică</i> 4. Funcționarii publici vor beneficia de cursuri de îmbunătățire a competențelor pentru a-și crește șansele în ceea ce privește dezvoltarea unei cariere de succes în sectorul public. <i>Slogan posibil: Cursuri pentru competențe sporite și performanță în administrație</i>	4. Funcționari publici și personalul ANFP
Consolidarea transparenței proceselor de reformă și a investițiilor realizate de ANFP prin publicarea pe site-ul și pe platformele sociale ale ANFP a rezultatelor măsurilor de reformă, pe tot parcursul implementării proiectelor PNRR	1-6	<i>Mesajul principal:</i> ANFP asigură implementarea PNRR cu deplină responsabilitate și deschidere față de administrația publică din România și față de societatea civilă. Declinări posibile pentru diferitele grupuri țintă/ <i>sloganuri posibile:</i>	1. Funcționari publici



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		1. <i>Servicii mai eficiente și procese transparente în sectorul public! Noi reforme cu noi avantaje la nivelul instituțiilor publice!</i> 2. <i>Reforme noi în cadrul administrației publice! Funcționarii publici au șansa de a-și dezvolta cariere de succes!</i> 3. <i>Schimbări în sectorul public! Recrutare transparentă și avans în carieră pe bază de meritocrație. Recompensăm performanța!</i> 4. <i>ANFP implementează noi măsuri pentru o administrație publică mai eficientă! Servicii optimizate pentru instituții și cetățeni!</i> Mesaje adaptate pentru mediul academic și ONG-uri: 5. <i>ANFP introduce noi reforme pentru o administrație publică care promovează transparența, meritocrația și posibilitatea de a accede la o carieră de succes în sectorul public.</i> 6. <i>Transparența și orientarea către cetățean stau la baza reformelor din cadrul funcției</i>	și personal contractual din administrația publică 2. Funcționari publici și personal contractual din administrația publică 3. Publicul larg, inclusiv tinerii, funcționari publici și personal contractual din administrația publică 4. Mass-media, Publicul general 5. Mediul academic 6. Mediul academic 7. ONG-uri



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		publice și din cadrul noilor schimbări implementate de ANFP. 7. ANFP implementează procese de digitalizare care vor crește transparența, vor facilita colaborarea și comunicarea atât cu instituții publice, cât și cu sectorul non-guvernamental și vor sprijini luarea de decizii pe bază de date. 8. Funcționarii publici participă la cursuri de îmbunătățire a competențelor, creând astfel mai multe oportunități de colaborare și sprijin și pentru ONG-uri. Investim în educație pentru un sector public mai eficient!	8. ONG-uri
Creșterea gradului de atractivitate a programelor de formare pentru competențe digitale, leadership și talent management organizate de ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri în termen de 9 luni de la lansarea campaniei	3	<i>Mesajul principal:</i> Îmbunătățirea competențelor digitale este esențială pentru ca activitatea funcționarilor publici să fie mai productivă, cu eforturi mai mici și mai bine adaptată cerințelor societății actuale, fiind astfel mai motivantă și aducând satisfacție profesională. Declinări posibile pentru diferitele grupuri țintă/ <i>sloganuri posibile:</i>	1. Funcționari



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		1. Tu îți dorești să avansezi în carieră? Crește-ți șansele de a crește în funcție în sectorul public! Participă la programele de îmbunătățire a competențelor funcționarilor publici și dezvoltă-te profesional! 2. Programele de formare pentru creșterea competențelor funcționarilor publici ating o gamă largă de subiecte care vor ajuta participanții să își dezvolte noi abilități pentru procese mai simple și mai eficiente în cadrul sectorului public.	publici 2. Funcționari publici
Creșterea vizibilității concursurilor naționale de recrutare a funcționarilor publici, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri la aceste concursuri până la finalul campaniei	4	1. Concursul național de recrutare a funcționarilor publici permite oamenilor competenți, pregătiți, să schimbe în bine viitorul țării, să devină funcționari publici care promovează excelența 2. Deschidem	1. Mass-media Mediul academic, Publicul larg 2. Publicul larg,

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		administrația publică oamenilor talentați, cu vocație către serviciul public! 3. Tu știi? Se organizează concursuri pentru tineri ca tine! Unde? În administrația publică! Înscrie-te și tu pentru un parcurs profesional bazat pe competență și performanță! Împreună schimbăm în bine administrația publică! 4. Căutăm oameni competenți pentru funcții publice. TU ești pregătit/ă să schimbi viitorul? 5. ANFP organizează concursuri naționale de recrutare pentru toți tinerii care își doresc să exceleze în sectorul public! Transparență și carieră dezvoltată pe baza de performanță într-un sistem care pune accent pe meritocrație și	inclusiv tineri 3. Publicul larg, inclusiv tineri 4. Publicul larg, inclusiv tineri 5. Mass-Media, Publicul general, ONG-uri 6. Funcționari publici și personal



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		pe recompensarea performanței. 6. Descoperiți oportunități de dezvoltarea a unei cariere de succes în cadrul sectorului public. <i>Slogan posibil: Împreună putem contribui la o administrație publică mai bună.</i>	contractual (personalul din administrația publică pentru a crea interes pentru participarea la concursuri pentru alte posturi decât cele deținute)
Creșterea vizibilității platformelor SIMRU și E-ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de utilizatori care accesează platformele, în termen de 6 luni de la lansarea acestora	1 și 2	Mesaj general: ANFP asigură creșterea eficienței și accesibilității procedurilor administrative prin digitalizarea proceselor de management al RU cu ajutorul a două noi platforme interactive și colaborative în administrația publică	1. Funcționari publici și personal contractual, personalul ANFP
		Mesaje adaptate: Vești bune pentru funcționarii publici: sunt introduse două noi platforme interactive pentru facilitarea proceselor MRU în cadrul administrației publice! Îmbunătățirea comunicării.	2. Funcționari publici și personal contractual, personalul ANFP 3. Funcționari



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		- Funcționarii publici se bucură de noi instrumente pentru eficientizarea proceselor MRU din sectorul public! Două noi platforme vor fi introduse pentru simplificarea și facilitarea fluxului de muncă în administrația publică. - ANFP reformează administrația publică pentru eficientizarea comunicării între instituții publice și MRU! Două platforme pentru administrarea activităților funcționarilor publici vor fi integrate în sectorul public.	publici și personal contractual, personalul ANFP 4. Mass-media, mediul-academic, ONG-urile
Creșterea vizibilității reformelor care pot contribui la îmbunătățirea imaginii funcționarilor publici, prin publicarea și promovarea informări privind stadiul dezvoltării acestora pe o perioadă de 12 luni	4 5 6	1. ANFP promovează reforme care reflectă devotament pentru oameni și un angajament ferm pentru competență, meritocrație și performanță în administrația publică. Pentru atingerea acestui obiectiv specific, mesajul cheie va fi	1. Mediul academic, ONG-uri



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		declinat în mesaje mai specifice, aferente fiecărui proiect/lot, astfel: <i>Mesajul specific pentru lotul 4 va pune accentual pe promovarea performanței administrației publice prin intermediul reformelor promovate de ANFP</i> <i>Mesaj adaptat:</i> În urma noilor reforme introduse de către ANFP vor avea loc anual procese de recrutare în prin intermediul unor concursuri care vor pune accent pe performanță, pentru a aduce în sectorul public oameni competenți, care pot furniza servicii optimizate pentru cetățeni. <u>Vor fi utilizate și sloganurile și mesajele specifice, adaptate la publicurile țintă, pentru concursul național, prezentate și mai sus</u> <i>Mesajul specific pentru lotul 5 va pune</i>	Publicul larg, Mass-media, Mediul academic, ONG-uri Public larg



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		<i>accentual pe promovarea meritocrației prin intermediul reformelor promovate de ANFP</i> • <i>Mesaj adaptat:</i> (a) Noile reforme din administrația publică oferă noi oportunități funcționarilor publici. Performanță și meritocrație pentru o carieră de succes în administrație ! (b) Promovarea în administrația publică se va face prin competiție mai acerbă, iar funcțiile de conducere vor fi evaluate strategic, pentru a asigura meritocrația în funcția publică. • <i>Mesajul specific pentru lotul 6 va pune accentual pe promovarea competențelor prin intermediul reformelor promovate de ANFP</i> • Mesaje adaptate: Cadre de competență operaționale în administrația publică.	Mass-media, Mediul academic, ONG-uri Mediul academic Publicul larg, mass-media, mediul academic, ONG-uri



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		Verificarea și evaluarea competențelor funcționarilor publici, pe parcursul carierei, va crește performanța administrației publice.	
Creșterea nivelului de înțelegere în rândul funcționarilor publici și personalului contractual cu privire la reformele managementului resurselor umane din administrația publică, prin informarea a peste 1.000 de persoane, până la finalul proiectelor	4 5 6	- ANFP propune noi reglementări pentru o gestiune mai bună a resurselor umane din administrația publică! Competențe noi, verificarea și evaluarea competențelor pentru servicii mai eficiente! - Funcționarii publici sunt în centrul reformelor ce au loc în administrația publică! Mai multă performanță, procese optimizate și oportunități de carieră în sectorul public! - Serviciul public se îmbunătățește! Cursuri de formare digitală, recrutare transparentă, motivație pentru cariere	- Funcționari publici, personal contractual - Funcționari publici - Funcționari publici, personal contractual



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Mesaj cheie	Public țintă
		de succes pe baza de performanță! Toate cu scopul de a îmbunătăți serviciile din administrația publică!	



ELEMENTE GRAFICE

Pentru a asigura coerența și complementaritatea identității vizuale a proiectelor gestionate de ANFP și finanțate din PNRR și în vederea asigurării vizibilității finanțării din partea Uniunii Europene, așa cum este prevăzută în Regulamentul (UE) 2021/241 al Parlamentului European și al Consiliului din 12 februarie 2021 de Instituire a Mecanismului de Redresare și Reziliență, art. 34, materialele și produsele de comunicare, informare și promovare realizate în cadrul acestor proiecte vor respecta prevederile minime și obligatorii din Manualul de identitate vizuală PNRR și obligația de a informa că Uniunea Europeană asigură finanțarea și de a face cunoscute activitățile și rezultatele finanțării.

Toate materialele/ produsele de comunicare, informare și promovare, inclusiv elementele de vizibilitate elaborate în cadrul proiectelor gestionate de ANFP și finanțate din PNRR vor respecta toate regulile și toate cerințele minime și obligatorii prevăzute în Manualul de identitate vizuală PNRR.

Manualul de Identitate Vizuală al PNRR conține un set de instrucțiuni, reguli și recomandări de aplicare și dezvoltare a elementelor vizuale fundamentale ale mecanismului: semnătură vizuală (logo + logotip + slogan), culori acceptate, fonturi, atitudine vizuală și ton. Scopul acestui sistem este acela de a asigura coerența, stabilitatea și dezvoltarea armonioasă în timp a imaginii PNRR, care vor contribui la mai buna receptare de către public, potențiali beneficiari/ beneficiari /beneficiari finali, mass media și actori interesați.

28

În acest sens, pe toate materialele/ produsele de comunicare, informare și promovare gestionate de ANFP și finanțate din PNRR destinate publicului, beneficiarilor sau potențialilor beneficiari vor fi utilizate, obligatoriu, următoarele elemente de identitate vizuală:

- Logo-ul Uniunii Europene cu textul „Finanțat de Uniunea Europeană NextGenerationEU” stânga sus;
- Sigla Guvernului României - mijloc, sus;
- Logo-ul PNRR (siglă) - colțul din dreapta sus, obligatoriu ultima din rândul de sus;
- Logo-ul beneficiarului (dacă există și se dorește a fi folosită) - partea de jos a documentului;



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

- Textul care va apărea pe toate materialele de promovare finanțate prin PNRR, poziționat în partea de jos a materialelor este: „PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”;
- Adresa paginii de web a programului: <https://mfe.gov.ro/pnrr/> va apărea pe toate materialele, împreună cu pagina de Facebook (<https://www.facebook.com/PNRROficial/>).

De asemenea, fiecare material/ produs de comunicare, informare și promovare elaborat în cadrul proiectelor gestionate de ANFP și finanțate din PNRR vor respecta toate regulile și toate cerințele minime și obligatorii prevăzute în Manualul de identitate vizuală PNRR pentru fiecare tip de material/ produs în parte. Din motive de economie, nu vom replica în cadrul acestei strategii toate aceste reguli, considerând sublinierea acestei obligativități ca fiind suficientă pentru îndeplinirea cerințelor specifice finanțării PNRR.

Totodată, vor fi respectate prevederile Ghidului de Identitate Vizuală al Guvernului României în cadrul tuturor materialelor/ produselor de comunicare, informare și promovare gestionate de ANFP și finanțate din PNRR.



Elemente grafice de delimitare a proiectelor

Principalul element grafic de delimitare a proiectelor se recomandă să fie reprezentat de linii subțiri de culori diferite, care dezvoltă coerent și complementar identitatea vizuală a PNRR și a Guvernului României.

Liniile utilizate vor avea culori diferite pentru fiecare proiect, astfel:

- **Jalon 177 SIMRU** - Culoare: albastru deschis, sugerând ideea de calm, concentrare și liniște interioară a funcționarului public care va beneficia de avantajele digitalizării oferite de SIMRU
- **jalon 177 E-ANFP** - Culoare: roșu, sugerând dinamism și hotărârea ANFP în implementarea sistemului E-ANFP
- **ținta 185 FORMARE DIGITALĂ** - Culoare: albastru închis, pentru a sugera încrederea și transparență obținute odată cu creșterea nivelului de competențe digitale a funcționarilor publici.
- **jalon 417 CONCURS NAȚIONAL** - Culoare: albastru-indigo, pentru a reflecta responsabilitatea aduse de concursul național de recrutare în funcția publică
- **Jalonul 418 PRESTIGIUL FUNCȚIEI PUBLICE** - Culoare: tricolor, simbolizând devotamentul pentru țară și administrația publică urmărit prin obiectivul general de creștere a prestigiului funcției publice din România, urmărit de Jalonul 418.
- **Jalonul 419 CADRE DE COMPETENȚĂ** - Culoare: violet, pentru a sugera diversitatea reflectată de cadrele de competență care urmează să fie utilizate la nivel extins în administrația publică.

Elementele grafice legate de culori vor fi completate de câte un logo elaborat pentru fiecare proiect. Se recomandă ca, în ceea ce privește logourile, acestea să aibă în vedere culorile și simbolistica propuse pentru fiecare jalon sau să utilizeze culorile tricolorului, simbolizând devotamentul pentru administrația publică din România și impactul național al reformelor PNRR și/sau să utilizeze jocuri de linii - forme create din linii simple, curbe sau formând imagini.

Este important ca identitatea vizuală și de comunicare dezvoltată deja pentru unele proiecte/jaloane până la momentul elaborării prezentei strategii, respectiv identitatea vizuală dezvoltată - jalonul 418 Prestigiul Funcției Publice pentru ținta 185 Formare Digitală și pentru jalon 417 Concurs Național să nu se schimbe, pentru asigurarea coerenței în comunicare. Utilizarea elementelor grafice bazate



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

pe linii și jocuri de linii, așa cum este propus în prezenta strategie, va asigura că elementele de identitate vizuală deja dezvoltate, culori alese și logouri elaborate, sunt integrate armonios cu cele ce urmează a fi dezvoltate.

În cazul materialelor care includ imagini/ fotografii, recomandăm folosirea elementelor grafice linii subțiri pentru a încadra fotografia/ imaginea în părțile superioară și/sau inferioară sau părțile stânga și/sau dreapta în comunicarea prin intermediul platformelor online și pe materialele tipărite (acolo unde este cazul).

În cazul materialelor care nu includ imagini/fotografii, recomandăm utilizarea liniilor pentru a marca textele care transmit mesajul cheie aferent comunicării pe acel proiect. *Modul în care această recomandare se regăsește pe materiale grafice de tipologii diverse, fie tipărite, fie online, este inclus în Manual de Elemente Grafice care este anexă la prezenta strategie.*



Fonturi

În conformitate cu Ghidul de Identitate Vizuală al Guvernului României se va utiliza fontul Trebuchet MS pentru toate materialele de comunicare ANFP.

Trebuchet MS

Utilizare: Comunicate de presă, website-uri și alte materiale informative oficiale.
Caracteristici: Trebuchet MS este un font sans-serif modern și elegant, cunoscut pentru claritatea și lizibilitatea sa, ideal pentru formate tipărite și digitale.

Exemple:

Titlu: "ANFP Anunță Lansarea Noilor Proiecte Finanțate prin PNRR" (Trebuchet MS Bold, 28pt, albastru #00529c)

Text Principal: "În cadrul noilor inițiative, ANFP se concentrează pe îmbunătățirea eficienței și transparenței în administrația publică..." (Trebuchet MS Regular, 14pt, negru)

Imagini

În ceea ce privește imaginile care vor fi utilizate pe materialele care implică acest suport vizual, se va asigura faptul că ANFP deține drepturile de utilizare. Se vor utiliza fie imagini preluate - fotografii sau video realizate - în timpul evenimentelor și altor activități ANFP, fie fotografii sau video realizate special pentru materialele produse, fie fotografii sau video pentru care se vor achiziționa drepturile de utilizare. Pe de altă parte, o atenție deosebită va fi acordată reprezentării în fotografii a persoanelor din categorii de vârstă diferite și a altor alte elemente de diversitate: diversitatea de gen, includerea persoanelor cu dizabilități etc.

În ceea ce privește dimensiunea și rezoluția utilizate pentru materialele de comunicare, printre cele mai comune rezoluții cu raport aspect de 16:9 sunt 1280×720, 1920×1080, 3840×2160 (4K).

Pentru o imagine sau un video de 1080×1920 pixeli, elementele importante este necesar să se încadreze în 1080×1420 pixeli.

Dimensiunile imaginilor pe Facebook și Instagram:

ARTICOLE INSTANT PE FACEBOOK

Raport Aspect: 9:16 la 16:9

Raport Aspect cu link: 1:1 (imagini decupate)

Rezoluție Recomandată: 1080×1080



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

VIDEO IN-STREAM FACEBOOK și YOUTUBE

Raport Aspect: 4:5 la 1.91:1

Raport Aspect cu link: 1:1 la 1.91:1

Rezoluție Recomandată: 1080×1080

FLUX PE INSTAGRAM

Raport Aspect: 4:5 la 1.91:1

Raport Aspect cu link: format pătrat 1:1

Rezoluție Recomandată: 1080×1080

MESAJ SPONSORIZAT

Raport Aspect: 4:5 la 1.91:1

Raport Aspect cu link: 1.91:1 (imagini decupate)

Rezoluție Recomandată: 1.200 x 628 sau 1080×566

FACEBOOK/INSTAGRAM STORIES

Raport Aspect: 9:16 la 1.91:1

Raport Aspect cu link: vertical 9:16

Rezoluție Recomandată: 1080×1920

TEHNICI ȘI CANALE DE COMUNICARE

Tehnicile de promovare presupun combinarea canalelor tradiționale și moderne pentru a asigura o acoperire maximă și pentru a transmite informații relevante despre proiecte, de interes pentru publicul țintă.

Pentru a ne asigura că mesajele legate de proiectele ANFP finanțate prin PNRR ajung la toate categoriile de public țintă, se va folosi o varietate de instrumente și canale de comunicare. Se vor utiliza platformele de social media precum Facebook, Instagram, LinkedIn și YouTube pentru a distribui informații și a interacționa cu publicul. Comunicarea către media generală și specializată va fi realizată prin intermediul agenților de presă, TV și media scrisă și online. Publicul general va fi informat prin articole în presa scrisă și online, precum și prin promovarea pe conturile social media și paginile dedicate proiectelor sin cadrul site-ului oficial ANFP.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Prezentarea sintetică realizată în continuare este urmată de un tabel analitic în care principalele canale și tehnici de comunicare sunt prezentate separat pentru fiecare lot și pentru fiecare mesaj propus, pentru a asigura claritate în implementarea viitoare a strategiei.

Promovare online și media:

Principalele canale de comunicare online și media recomandate sunt:

- Site-ul ANFP (www.anfp.gov.ro)
- Social pe rețelele sociale: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube
- Promovare Google AdWords (text, imagine, video)
- Promovare pe site-uri cu impact în zona administrație publică/social
- Promovare în mediile de socializare online - cum ar fi grupurile Facebook (imagine, video)
- E-mailuri pentru transmitere de newslettere
- Posturi de televiziune și radio cu acoperire națională

Transmiterea mesajelor prin canale online va fi optimizată pentru motoarele de căutare (SEO).

În vederea transmiterii mesajelor prin canalele de comunicare menționate, recomandăm utilizarea următoarelor tehnici de media relations:

- Articole de marketing pentru presă
- Comunicate de presă
- Formatori de opinie

Instrumentele de marketing online recomandate pentru a fi utilizate sunt:

- E-mail marketing
- Social media marketing (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube)
- Publicitate Pay-per-Click (Google ADS, Facebook ADS)

În vederea transmiterii mesajelor prin canalele de comunicare, vor fi utilizate următoarele tehnici de advertising:

- Materiale vizuale de impact: spoturi grafice, video (clipuri video), filme de prezentare de scurtmetraj
- Bannere și materiale de promovare digitală (flyere, broșuri, infografice)
- Postări unice și materiale grafice personalizate pentru social media



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Tehnicile de promovare presupun utilizarea următoarelor instrumente și resurse: flyer digital, broșură digitală, banner digital animat GIF, background virtual, spoturi grafice (spoturi video animate), infografice, articole pentru presă, postări canale social media, videoclipuri informative de scurtmetraj, spoturi radio, spoturi TV, parteneriate cu lideri de opinie.

Promovare offline

Materiale promoționale vor fi produse pentru distribuire la evenimente și în cadrul altor întâlniri organizate de ANFP. Acestea includ materiale de tip roll-up, pop-up spider, pop-up spider cilindric (tower), afiș, mape personalizate, căști fără fir (wireless) personalizate pentru proiect, tabletă digitală pentru scris (digital notebook/ smart writing pad) personalizată pentru proiect, HDD extern, smart notepad / tableta e-ink, mouse optic profesional reîncărcabil, personalizat, agendă/mapă ecologică, sacoșă ecologică, rucsac, stick memorie, cană termoizolantă, agendă electronică, căști cu microfon, baterie externă 20.000 mAh, card memorie, pix.

Evenimente de tip conferință vor fi organizate conform planului prezentat mai jos. Acestea includ evenimente de lansare și închidere proiect, seminare, mese rotunde, workshop-uri, evenimente/conferințe de prezentare a activităților și diseminare a rezultatelor, evenimente de promovare a beneficiilor organizate în centre universitare, conferințe de presă, evenimente promovare analize și propuneri acte normative, evenimente de promovare cadre de competență operaționale în administrația publică centrală - ghiduri și metodologie, evenimente organizate la nivel regional.

Toate canalele și metodele de promovare și comunicare sunt utilizate astfel încât informațiile relevante despre proiecte și de interes pentru publicul țintă să capteze atenția rapid și să fie memorabile pentru acesta.

Detalierea este realizată în cadrul anexei Plan de acțiune.

De asemenea, în cadrul anexei Plan de acțiune activități am detaliat pe fiecare activitate, pași orientativi necesari a fi realizați pentru îndeplinirea fiecărei activități.

SINTEZA MĂSURILOR ȘI ACȚIUNILOR DE COMUNICARE

Tabelul următor oferă o sinteză a măsurilor și acțiunilor de comunicare planificate în raport cu obiectivele specifice. Pentru fiecare obiectiv specific vor fi desfășurate măsuri și acțiuni de comunicare, utilizând canalele și tehnicile de comunicare identificate pentru transmiterea mesajelor prezentate pentru fiecare obiectiv specific în cadrul secțiunii dedicate mesajelor.

Mesajele (prezentate pentru fiecare obiectiv specific în cadrul secțiunii dedicate mesajelor) se vor declina în slogane și texte (postări scurte sau texte pentru flyere, borșuri, spoturi etc.), în raport cu grupurile țintă și canalele și tehnicile de comunicare ce se vor utiliza și perioadele când vor fi utilizate.

Forma grafică a materialelor utilizate va fi coerentă pentru toate obiectivele specifice și indiferent de mesajul transmis și va fi ghidată de Manualul de Elemente Grafice care este anexă la prezenta strategie.

În ceea ce privește calendarul activităților, o planificare detaliată a activităților de comunicare și a producției materialelor de comunicare, pe loturi, este anexată la prezenta strategie. Tabelul următor prezintă doar intervalele generale de timp pentru realizarea tuturor măsurilor și acțiunilor de comunicare planificate pentru fiecare obiectiv specific.

De asemenea, în conformitate cu Strategia de comunicare PNRR (secțiunea 3.5 din Plan), în activitățile de comunicare a proiectelor gestionate de ANFP și finanțate prin PNRR se va respecta lista de activități minime de comunicare indicată de MIPE.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsură și acțiuni de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
Măsură de comunicare transversală pentru toate proiectele (loturile), cu excepția Jalonului 417 (lotului 4)			Concepție și producție elemente de identitate vizuală	Toate canalele	Toate tehnici	Pe toată perioada implementării strategiei
Creșterea gradului de informare a 20% dintre funcționarii publici cu privire la investițiile și reformele implementate de ANFP prin PNRR și cu privire la finanțarea din partea Uniunii Europene prin instrumentul “Următoarea Generație UE” până la finalul proiectelor	1-6	Funcționari publici, personal contractual, personalul ANFP	Includerea informațiilor despre contribuția ANFP la PNRR în newsletter-ul ANFP Implementarea campaniilor de promovare online, utilizând rețele sociale	E-mailuri/ e-mail marketing	Newsletter-ul ANFP	Octombrie 2024 - Iunie 2026
			Implicarea, pe baza parteneriatelor, a liderilor de opinie în informarea funcționarilor publici cu privire la investițiile și reformele implementate de ANFP prin PNRR	Rețele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn,) și YouTube Google ADS Promovare în mediile de socializare online	Postări pe rețelele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn) și YouTube, incluzând materiale vizuale de impact	
			Promovarea materialelor promoționale online (bannere, articole) pe site-uri cu impact în zona administrație publică/social	Promovare pe site-uri cu impact în zona administrație publică/social	Elaborare, publicare și promovare articole de presă online Utilizare imagini cu impact, bannere și materiale de promovare digitală care vor însoți articolele	

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsurile și acțiunile de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
			Publicarea pe pagina ANFP a bannerului SIMRU, a comunicatelor de presă și anunțurilor privind implementarea Jaloanelor 417, 418 și 419 și privind evenimentele organizate în cadrul lor	Website ANFP	Banner pe site-ul ANFP Comunicare de presă Anunțuri pe site-ul ANFP Distribuire informații pe rețelele sociale pentru toate cele 3 proiecte/loturi/jaloane	Octombrie 2024 - Iunie 2026
Consolidarea transparenței proceselor de reformă și a investițiilor realizate de ANFP prin publicarea pe site-ul și pe platformele sociale ale ANFP a rezultatelor măsurilor de reformă, pe tot parcursul implementării proiectelor PNRR	1-6	Toate publicurile țintă	Publicarea rezultatelor măsurilor de reformă realizate de ANFP pe website-ul ANFP	Website ANFP	Publicarea pe site-ul ANFP Comunicate de presă Anunțuri pe site-ul ANFP	Octombrie 2024 - Iunie 2026 (prin intermediul tuturor activităților specifice fiecărui proiect/lot)
			Transmiterea de anunțuri/știri privind publicarea celor mai importante rezultate ale măsurilor de reformă Promovarea publicării rezultatelor măsurilor de reformă realizate de ANFP prin intermediul rețelelor sociale	Rețele sociale ale ANFP (Facebook, Instagram, LinkedIn)	Postări pe rețelele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn), incluzând materiale vizuale de impact Anunțuri/știri	
Creșterea gradului de atractivitate a programelor de formare pentru competențe digitale, leadership și talent	3	Funcționari publici	Organizarea de evenimente de promovare a beneficiilor și diseminare a rezultatelor țintei 185, transmiterea mesajelor și distribuirea materialelor tipărite și promoționale, pentru toate publicurile țintă identificate	Conferințele / evenimentele organizate în cadrul lotului 3 Utilizarea materialelor de comunicare și	Comunicare directă și în scris (invitații) Materialele promoționale produse pentru lotul 3	Evenimente: Septembrie 2024 - mai 2026 Promovare online și radio: Octombrie 2024 - Ianuarie

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

39

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsurile și acțiunile de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
management organizate de ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri în termen de 9 luni de la lansarea campaniei				prezentare utilizând șabloanele elaborate		2025
			Implementarea campaniei de promovare online aferente țintei 185	Rețele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube), Google ADS Promovare în mediile de socializare online (grupuri Facebook etc.)	Postări pe rețelele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn), incluzând distribuția/difuzarea GIF-urilor de prezentare, videoclipurilor de scurtmetraj, broșurilor digitale, materialelor vizuale de impact și promovare aferentă prin tehnici de marketing	
			Promovare radio, prin campanie de difuzare spoturi cadrul țintei 185	3 posturi radio selectate	Spoturi radio	
Creșterea vizibilității concursurilor naționale de recrutare a funcționarilor publici, prin creșterea cu 20% a numărului de înscrieri la aceste concursuri până la finalul campaniei	4	Funcționari publici, personal contractual, Mass-media Mediul academic, ONG-uri, Publicul larg	Organizarea de evenimente , transmiterea mesajului și distribuirea materialelor tipărite și promoționale, pentru toate publicurile țintă identificate Publicarea informațiilor despre concursul național pe site-ul ANFP și pe site-ul dedicat Promovare prin rețele sociale	Conferințele / evenimentele organizate în cadrul Jalonului 417 - Utilizarea materialelor de comunicare și prezentare Site-ul ANFP Rețele sociale (Facebook, Instagram,	Comunicare directă și în scris (invitații) Promovare prin scurtmetraje video din cadrul evenimentelor Materialele promoționale Publicare de noutăți pe site-ul ANFP Postări pe rețelele sociale	Evenimente: septembrie 2024- finalul anului 2026 Promovare online și offline: pe toată perioada proiectului, conform calendarului propriu și planului de recrutare care include perioadele de organizare a

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsurile și acțiunile de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
			Promovarea prin intermediul cadrelor didactice din Universități	LinkedIn, YouTube), Google ADS Promovare în mediile de socializare online (grupuri Facebook etc.) Cadre didactice din Universități	Comunicare prin multiplicatori (cadre didactice universitare)	etapei de recrutare a concursului național
Creșterea vizibilității platformelor SIMRU și E-ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de utilizatori care accesează platformele, în termen de 6 luni de la lansarea acestora	1	Funcționari publici, personalul contractual, personalul ANFP personalul DRU Mass-media Mediul academic ONG-uri	Includerea informațiilor despre dezvoltarea SIMRU în newsletter-ul ANFP	E-mailuri/ e-mail marketing	Newsletter-ul ANFP	Noiembrie 2024- Decembrie 2025
			Publicarea pe pagina ANFP a bannerului aferent SIMRU, a comunicatelor de presă și anunțurilor privind implementarea proiectului și a rezultatelor acestuia, inclusiv ale campaniei de comunicare SIMRU (în special evenimentele organizate)	Website ANFP	Banner pe site-ul ANFP Comunicate de presă Anunțuri pe site-ul ANFP	
			Implementarea campaniei online de promovare a SIMRU, cu utilizarea materialelor de comunicare online produse, având două categorii de public țintă: • Cat. 1 - Funcționari publici, personalul DRU • Cat. 2 - Mediul academic,	Rețele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube), Google ADS Promovare în mediile de socializare online (grupuri Facebook etc.)	Postări pe rețelele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn), incluzând distribuția/difuzare de flyer, banner, broșură, infografice, spoturi grafice, fotografii, spoturi video materiale vizuale de impact și cu promovare	

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

41

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsurile și acțiunile de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
			ONG-uri	Promovare pe site-uri cu impact în zona administrație publică/ social;	aferentă prin tehnici de marketing,	
			Elaborare și promovare articole pentru presă pentru toate publicurile țintă identificate	Publicarea articolelor în presa online și promovarea pe canalele de social-media ale instituției de presă Promovare pe rețelele sociale ale ANFP	Elaborare, publicare și promovare articole de presă online Utilizare imagini cu impact și materiale de promovare digitală care vor însoți articolele	
			Organizarea de evenimente (lansare, închidere, evenimente regionale), transmiterea mesajelor și distribuirea materialelor tipărite și a celor promoționale, pentru toate publicurile țintă identificate	Conferințele / evenimentele organizate în cadrul proiectului SIMRU Utilizarea materialelor de comunicare și prezentare utilizând șabloanele elaborate	Comunicare directă și în scris (invitații) Promovare prin scurte spoturi video din cadrul evenimentelor și prin fotografii Materialele promoționale produse pentru SIMRU	
	2	Funcționari publici, personal contractual, personalul ANFP	Organizarea evenimentului de diseminare a rezultatelor, transmiterea mesajelor și distribuirea materialelor tipărite și promoționale	Eveniment de diseminare rezultat în cadrul proiectului E-ANFP	Comunicare directă și în scris (invitații) Materialele promoționale produse pentru proiectul E-ANFP	Septembrie 2025

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROfficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsurile și acțiunile de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
Creșterea vizibilității reformelor care pot contribui la îmbunătățirea imaginii funcționarilor publici, prin publicarea și promovarea informării privind stadiul dezvoltării acestora pe o perioadă de 12 luni	4 5 6	Funcționari publici, personal contractual, Mass-media, Mediul academic, ONG-uri, Publicul larg	Implementarea campaniei de promovare online având ca scop contribuția la CREȘTEREA PRESTIGIULUI FUNCȚIEI PUBLICE, cu utilizarea materialelor de comunicare online produse (cu trei categorii de public țintă: Cat. 1 - Administrația publică centrală Cat. 2 - Mediul academic, ONG-uri <i>În completarea mesajului transmis prin intermediul campaniei organizate în cadrul lotului 5 va fi transmis și mesajul specific lotului 4, având în vedere complementaritatea dintre jaloanele 417, referitor la recrutarea funcționarilor publici și 418, referitor la cariera funcționarilor publici și cea a personalului contractual din administrația publică.</i>	Rețele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube), Google ADS Promovare în mediile de socializare online (grupuri Facebook etc.) Promovare prin intermediul liderilor de opinie / de influență din rețele sociale	Postări pe rețelele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn), incluzând distribuția/difuzare banner, broșură, spot video, videoclip de scurtmetraj, materiale vizuale de impact și cu promovare aferentă prin tehnici de marketing	Octombrie - Noiembrie 2024
			Promovare radio și TV, prin campanie de difuzare spoturi radio și TV având ca scop contribuția la creșterea prestigiului funcției publice, având ca țintă publicul larg	4 posturi radio selectate 4 posturi TV	Difuzare: Spot radio Spot TV Videoclip scurtmetraj	Octombrie-Noiembrie 2024 (lot 5) Mai-Iunie 2025 (lot 6)



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsurile și acțiunile de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
			Implementarea campaniei de promovare online având ca scop contribuția la PROMOVAREA INTRODUCERII UNUI CADRU DE COMPETENȚE ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ CENTRALĂ CARE SĂ SUSȚINĂ PROCESELE DE RESURSE UMANE, cu utilizarea materialelor de comunicare online produse cu trei categorii de public țintă: - Cat. 1 - Administrația publică centrală - Cat. 2 - Mediul academic, ONG-uri	Rețele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube), Google ADS Promovare în mediile de socializare online (grupuri Facebook etc.) Promovare prin intermediul liderilor de opinie / de influență din rețele sociale	Postări pe rețelele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn), incluzând distribuție/difuzarea banner animat GIF, broșură, video scrutmetraj, spot radio, materiale vizuale de impact și cu promovare aferentă prin tehnici de marketing	Mai - Iunie 2025
			Promovare radio, prin campanie de difuzare spoturi având ca scop contribuția la PROMOVAREA INTRODUCERII UNUI CADRU DE COMPETENȚE ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ CENTRALĂ, având ca țintă publicul larg	4 posturi radio selectate	Spoturi radio	Mai - Iunie 2025
			Implicarea, pe baza parteneriatelor, a liderilor de opinie în informarea cu privire la investițiile și reformele implementate de ANFP prin PNRR	Lideri de opinie	Comunicare prin multiplicatori	Octombrie-Noiembrie 2024 (lot 5) Mai-Iunie 2025 (lot 6)
			Includerea informațiilor despre implementarea Jaloanelor 417, 418 și 419 în newsletter-ul ANFP	E-mailuri/ e-mail marketing	Newsletter-ul ANFP	Octombrie 2024 - Iunie 2026



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsurile și acțiunile de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
			Publicarea pe pagina ANFP a bannerului SIMRU, a comunicatelor de presă și anunțurilor privind implementarea Jaloanelor 417, 418 și 419 și privind evenimentele organizate în cadrul lor	Website ANFP	Banner pe site-ul ANFP Comunicare de presă Anunțuri pe site-ul ANFP Distribuire informații pe rețelele sociale pentru toate cele 3 proiecte/loturi/jaloane	Octombrie 2024 - Iunie 2026
Creșterea nivelului de înțelegere în rândul funcționarilor publici și personalului contractual cu privire la reformele managementului resurselor umane din administrația publică, prin informarea a peste 1.000 de persoane, până la finalul proiectelor	4 5 6	Funcționari publici, personal contractual, personalul ANFP	Organizarea de evenimente (lansare, închidere, evenimente regionale), transmiterea mesajului și distribuirea materialelor tipărite și promoționale, pentru toate publicurile țintă privind propunerile de reformă din cadrul Jalonului 418 (lot 5) <i>În completarea mesajului transmis prin intermediul evenimentelor în cadrul Jalonului 418 va fi transmis și mesajul specific lotului 4, având în vedere complementaritatea dintre jaloanele 417, referitor la recrutarea funcționarilor publici și 418, referitor la cariera funcționarilor publici și cea a personalului contractual din administrația publică.</i>	Conferințele / evenimentele organizate în cadrul Jalonului 418 Utilizarea materialelor de comunicare și prezentare utilizând șabloanele elaborate	Comunicare directă și în scris (invitații) Materialele promoționale produse pentru Jalonul 418	August - Decembrie 2024
			Organizarea de evenimente (lansare, închidere, evenimente regionale), transmiterea	Conferințele / evenimentele	Comunicare directă și în scris (invitații)	Octombrie 2024 - Septembrie 2025



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

45

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsurile și acțiunile de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
			mesajului și distribuirea materialelor tipărite și promoționale, pentru toate publicurile țintă privind propunerile de reformă din cadrul Jalonului 419 (lot 6) <i>În completarea mesajului transmis prin intermediul evenimentelor în cadrul Jalonului 419 vor fi transmise și mesaje specifice loturilor 4 și 5, având în vedere complementaritatea dintre jaloanele 419, referitor la utilizarea cadrelor de competențe în procesele de resurse umane și jaloanele 418, referitor la cariera funcționarilor publici și cea a personalului contractual din administrația publică și 417 referitor la recrutarea funcționarilor publici pe baza competențelor</i>	organizate în cadrul Jalonului 419 Utilizarea materialelor de comunicare și prezentare utilizând șabloanele elaborate	Materialele promoționale produse pentru Jalonului 419	
			Implementarea campaniilor de promovare online	Rețele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube), Google ADS Promovare în mediile de socializare online (grupuri Facebook etc.)	Postări pe rețelele sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn), incluzând distribuția/difuzarea GIF-urilor de prezentare, videoclipurilor de scurtmetraj, broșurilor digitale, materialelor	Pe toată durata proiectului, conform calendarului propriu (lot 4) Octombrie-Noiembrie 2024 (lot 5)

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Obiectiv specific de comunicare	Lot	Public țintă	Măsurile și acțiunile de comunicare	Canale de comunicare	Tehnici de comunicare	Interval de timp
					vizuale de impact și promovare aferentă prin tehnici de marketing	Mai-Iunie 2025 (lot 6)
			Includerea informațiilor despre implementarea Jaloanelor 417, 418 și 419 în newsletter-ul ANFP	E-mailuri/ e-mail marketing	Newsletter-ul ANFP	Octombrie 2024 - Iunie 2026



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Tabelul următor oferă o sinteză a măsurilor și acțiunilor de comunicare planificate, în raport cu producția de materiale de comunicare și promoționale, respectiv utilizarea tehnicilor de comunicare, precum și cu loturile pentru care urmează să fie utilizate.

Lot / jalon		Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Măsurile și acțiunile de comunicare							
Acțiuni transversale							
1	Publicarea rezultatelor măsurilor de reformă realizate de ANFP pe website-ul ANFP și pe paginile sale de rețele sociale, pe tot parcursul implementării PNRR	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Includerea informațiilor despre proiectele PNRR ANFP în newsletter-ul ANFP	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Publicarea pe pagina web a ANFP a bannerelor, a comunicatelor de presă și anunțurilor privind stadiul implementării/rezultatele proiectelor PNRR	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Acțiuni specifice pentru asigurarea identității vizuale							
4	Concepție și producție	✓	✓	✓	n/a	✓	✓

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot / jalon		Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
	Măsurile și acțiunile de comunicare						
	elemente de identitate vizuală						
Elemente de identitate vizuală							
4.1	Slogan	✓	✓	✓	n/a	✓	✓
4.2	Logo	✓	✓	✓	n/a	✓	✓
4.3	Concept grafic pentru corespondența scrisă	✓	✓	✓	n/a	✓	✓
4.4	Concept grafic șablon ppt. pentru prezentări	✓	✓	✓	n/a	✓	✓
4.5	Producție background virtual	✓	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Acțiuni de comunicare online							
5	Implementarea campaniei de promovare online, cu utilizarea materialelor de comunicare online produse	Concept elaborat și campanie de promovare online desfășurată Plan de postări realizat și conținut postări pentru canalele social media elaborat Design - 12 vizualuri	n/a	Concept elaborat și campanie de promovare online desfășurată Plan de postări realizat și elaborare conținut postări pentru canalele	n/a	Concept elaborat și campanie de promovare online desfășurată Plan de postări realizat și conținut postări pentru canalele social media	Concept elaborat și campanie de promovare online desfășurată Plan de postări realizat și elaborare conținut postări pentru canalele

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

49

Lot / jalon		Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Măsurile și acțiunile de comunicare							
		pentru postări social media - 12 postări și producție 4 infografice, 1 flyer digital, 1 broșură digitală, 1 banner digital, 2 spoturi grafice, 3 articole de presă		social media Design 2 videoclipuri informative de scurtmetraj, 1 banner GIF de prezentare, 1 broșură tematică digitală, 2 spoturi audio radio		elaborat Design 1 banner web animat GIF de prezentare, Crearea și distribuția a 1 spot radio, a 1 spot video VIDEO-TV și a 1 videoclip de scurt metraj, 1 broșură tematică digitală Identificare și realizare de parteneriate cu lideri de opinie	social media Design 1 banner web animat GIF Crearea și distribuția 1 spot radio, 1 videoclip scurtmetraj, 1 broșură digitală, Colaborare influenceri - parteneriate cu lideri de opinie
Materiale digitale produse pentru campaniile digitale							
5.1	Broșură digitală	√		√		√	
5.2	Flyer digital	√					
5.3	Banner digital animat/ GIF	√		√		√	√
5.4	Infografice	√					

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot / jalon		Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Măsurile și acțiunile de comunicare							
5.5	Postări social media	√		√		√	√
5.6	Spoturi grafice	√					
5.7	Producție video scurtmetraj / informative			√		√	√
6	Parteneriate cu lideri de opinie					√	√
Acțiuni de promovare prin media clasice							
7	Promovare radio			√		√	√
8	Promovare TV					√	
9	Elaborare și promovare articole pentru presă	√					
Acțiuni de comunicare offline							
10	Organizarea de evenimente	2 evenimente (conferință de lansare și închidere proiect) 8 evenimente (de tip seminarii, mese	1 eveniment	2 evenimente de diseminare rezultate realizate 4 evenimente de promovare a	2 evenimente (de lansare și închidere proiect) 6 evenimente de promovare a	2 conferințe diseminare rezultate 4 evenimente de promovare analize și	2 conferințe diseminare rezultate 4 evenimente de promovare cadre de

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot / jalon		Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Măsurile și acțiuni de comunicare				beneficiilor privind dezvoltarea competențelor digitale ale funcționarilor publici realizate	jalonului 417, care includ conferințe de presă	propuneri de acte normative	competență operațională în administrația publică centrală
10.	Producția și distribuirea de materiale promoționale în cadrul evenimentelor	roll-up - 6 buc afiș - 50 buc măpe personalizate -300 buc căști fără fir (wireless) personalizate pentru proiect - 320 buc. tabletă digitală pentru scris (digital notebook/ smart writing pad) personalizată pentru proiect - 150 buc	HDD extern 2TB - 50 buc smart notepad / tableta e-ink - 20 buc roll-up- 2 buc	afiș print/digital - 100 buc, pop-up spider cilindric (tower)- 6 buc, mouse optic profesional reîncărcabil, personalizat - 300 buc, agendă - 300 buc, sacoșă ecologică - 300 buc	rucsac - 200 buc, stick memorie - 205 buc, cană termoizolantă - 200 buc, agendă electronică - 50 buc, căști cu microfon - 65 buc, baterie externă 20.000 mAh- 200 buc, card memorie (min. 256 GB) - 4 buc	roll-up - 3 buc, pop-up spider - 1 buc, agendă - 400 buc., pix - 400 buc.	roll-up - 3 buc., agendă - 250 buc., pix - 250 buc., caști audio -250

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>

MONITORIZARE ȘI EVALUARE

Impactul campaniilor de promovare online va fi monitorizat în mod constant de fiecare responsabil pentru fiecare lot/proiect, pentru a permite intervenții de îmbunătățire atunci când este necesar. Printre instrumentele utilizate pentru monitorizare se numără: Google Analytics pentru analiza traficului web, Facebook Insights și LinkedIn Analytics pentru rețelele sociale, alături de diverse instrumente de monitorizare a e-mailurilor, cum ar fi Conectoo.

Rezultatele obținute vor fi evaluate prin intermediul indicatorilor măsurabili de tipul:

- Interacțiunile cu conținutul pe paginile de social media, măsurate prin numărul de clicuri, creșterea numărului de urmăritori pe Facebook, Instagram și LinkedIn înainte și după campanii
- Rezultatele înregistrate în social media: numărul de urmăritori și de interacțiuni (aprecieri, comentarii) pentru conținutul realizat de către liderii de opinie
- Numărul de interacțiuni: aprecieri și comentarii (like-uri, share-uri) la postările realizate pe canalele social media ale Agenției
- Creșterea traficului pe site-ul oficial al instituției pe durata campaniilor, evidențiată prin numărul de vizualizări și vizitatori unici
- Creșterea numărului de candidaturi pentru posturi în funcția publică în următorul ciclu de recrutare
- Urmărirea rezultatelor campaniilor de e-mail marketing este evaluată prin metrici precum rata de deschidere a e-mailurilor, rata de clicuri pe link-urile incluse și rata de conversie (clicuri pe link-urile către site)
- Valorile de audiență ale difuzării spoturilor radio, defalcat pe posturi și interval orar
- Valorile de audiență ale difuzării spoturilor TV, defalcat pe posturi și interval orar
- Numărul de participanți la evenimentele organizate.

Monitorizarea strategiei va fi în sarcina responsabililor fiecărui lot/proiect în parte și/sau a prestatorului de servicii contractat, responsabil pentru realizarea acțiunilor de comunicare, responsabili care vor genera indicatorii măsurați. Procesul de monitorizare va fi făcut în funcție de recomandările din această strategie, precum și de indicatorii stabiliți pentru monitorizare pe fiecare lot în parte. Acesta include procese precum recepția și acceptanța, monitorizarea permanentă a progresului în derularea campaniilor de promovare online și a comunicării offline.

Prestatorii de servicii responsabili de fiecare lot în parte vor întocmi rapoarte periodice în funcție de specificațiile fiecărui contract, care să reflecte toate

activitățile desfășurate în cadrul contractului și gradul de îndeplinire al activităților de comunicare.

Astfel, procesul de monitorizarea va include următoarele etape:

- 1) Recepția propunerilor de materiale de comunicare de toate tipurile, conform contractelor;
- 2) Acceptanța propunerilor de materiale de comunicare de toate tipurile, conform contractelor, inclusiv, unde este cazul, acceptanța de tip „bun de tipar”;
- 3) Recepția materialelor produse pe baza propunerilor acceptate, incluzând specificații clare privind numărul de materiale produse;
- 4) Rapoarte periodice, în funcție de specificațiile fiecărui contract cu prestatorii responsabili de comunicare în cadrul fiecărui proiect/lot, care vor include, în funcție de tipul de acțiuni și măsuri de comunicare de care fiecare prestator este responsabil, informații privind:
 - Numărul de postări pe rețelele sociale și datele acestora, precum și numărul de interacțiuni cu aceste postări (aprecieri, distribuiri, comentarii, în funcție de specificațiile premise de fiecare rețea), defalcate pentru fiecare rețea socială. Se recomandă prezentarea acestor informații în forma unor tabele
 - Numărul de postări pe rețelele sociale și datele acestora, precum și numărul de interacțiuni cu aceste postări (aprecieri, distribuiri, comentarii, în funcție de specificațiile premise de fiecare rețea), defalcate pentru fiecare rețea socială pentru conținuturile dezvoltate de liderii de opinie
 - Elementele de metrică ale campaniilor de e-mail marketing ce pot fi monitorizate prin tehnologia utilizată pentru aceste campanii, după caz
 - Valorile de audiență ale difuzării spoturilor radio, defalcate pe posturi și interval orar
 - Valorile de audiență ale difuzării spoturilor TV, defalcate pe posturi și interval orar
 - Numărul de participanți la evenimentele organizate
 - Numărul de obiecte promoționale distribuite la evenimente.

„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Evaluarea strategiei de comunicare se va realiza pentru fiecare lot în parte, de către prestatorul responsabil pentru realizarea acțiunilor de comunicare pentru fiecare lot, prin prezentarea succintă a acțiunilor și rezultatelor desfășurate, în forma unei sinteze a rapoartelor de activitate și indicatorilor de monitorizare prezentați anterior. La această sinteză, la finalul activităților de comunicare pentru fiecare lot, va fi inclusă raportarea privind îndeplinirea indicatorilor de performanță pentru fiecare obiectiv specific așa cum este prezentat în următorul tabel. Fiecare prestator va raporta date pentru indicatorii relevați din perspectiva activităților de care este responsabil.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot/jalon	Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Obiectiv specific						
Creșterea gradului de informare a 20% dintre funcționarii publici cu privire la investițiile și reformele implementate de ANFP prin PNRR și cu privire la finanțarea din partea Uniunii Europene prin instrumentul “Următoarea GenerațieUE” până la finalul proiectelor	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare pe rețelele sociale Numărul de e-mailuri transmise pentru campania de e-mail marketing, atât de fiecare prestator pentru fiecare eveniment în parte, cât și de ANFP (dacă a fost necesar) În cadrul campaniei online, numărul de vizualizări/reach/impreșii/like-uri/distribuiți etc. (rezultate care sunt în platforma meta și Google ADS) pentru 12 postări, 4 infografice, 2 spoturi grafice, 1 flyer digital	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare utilizând pe rețelele sociale Numărul de e-mailuri transmise pentru campania de e-mail marketing, atât de fiecare prestator pentru fiecare eveniment în parte, cât și de ANFP (dacă a fost necesar)	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare pe rețelele sociale Numărul de e-mailuri transmise pentru campania de e-mail marketing, atât de fiecare prestator pentru fiecare eveniment în parte, cât și de ANFP (dacă a fost necesar) În cadrul campaniei online, numărul de vizualizări/reach/impreșii/like-uri/distribuiți etc. (rezultate care sunt în platforma meta și Google ADS) pentru cele 2 videoclipuri informative de scurtmetraj și postările realizate	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare pe rețelele sociale Numărul de e-mailuri transmise pentru campania de e-mail marketing atât de fiecare prestator pentru fiecare eveniment în parte, cât și de ANFP (dacă a fost necesar) Numărul de vizualizări pe canalele online/rețelele social media pentru produsele de comunicare tip videoclipuri informative	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare pe rețelele sociale Numărul de e-mailuri transmise pentru campania de e-mail marketing atât de fiecare prestator pentru fiecare eveniment în parte, cât și de ANFP (dacă a fost necesar) În cadrul campaniei online, numărul de vizualizări/reach/impreșii/like-uri/distribuiți etc. (rezultate care sunt în platforma meta și Google ADS) pentru postările realizate, videoclipul de scurtmetraj și spotul video	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare pe rețelele sociale Numărul de e-mailuri transmise pentru campania de e-mail marketing atât de fiecare prestator pentru fiecare eveniment în parte, cât și de ANFP (dacă a fost necesar) În cadrul campaniei online, numărul de vizualizări/reach/impreșii/like-uri/distribuiți etc. (rezultate care sunt în platforma meta și Google ADS) pentru videoclipul de scurtmetraj, postările săptămânale

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea GenerațieUE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot/jalon	Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Obiectiv specific	Numărul de vizualizări/reach/impre- sii/like-uri/distribuiri etc. (rezultate care sunt în platforma meta și Google ADS) pentru postarea privind realizarea broșurii digitale		Numărul de vizualizări/reach/impre- sii/like-uri/distribuiri etc. (rezultate care sunt în platforma meta și Google ADS) pentru postarea privind realizarea broșurii digitale		Numărul de vizualizări/reach/impre- sii/like-uri/distribuiri etc. (rezultate care sunt în platforma meta și Google ADS) pentru postarea privind realizarea broșurii digitale	Numărul de vizualizări/reach/impre- sii/like-uri/distribuiri etc. (rezultate care sunt în platforma meta și Google ADS) pentru postarea privind realizarea broșurii digitale
56	Banner SIMRU publicat pe website-ul ANFP		Broșură digitală publicată pe website-ul ANFP		Broșură digitală publicată pe website-ul ANFP	Broșură digitală publicată pe website-ul ANFP
	Broșură digitală publicată pe website- ul ANFP				Numărul de vizualizări pe canalele online/ rețelele social media pentru campania liderilor de opinie	Numărul de vizualizări pe canalele online/ rețelele social media pentru campania liderilor de opinie
	Nr. comunicate de presă/ anunțuri/ știri publicate pe website- ul ANFP			Nr. comunicate de presă/ anunțuri/ știri publicate pe pagina web ANFP	Nr. comunicate de presă/ anunțuri/ știri publicate pe pagina web ANFP	Nr. comunicate de presă/ anunțuri/ știri publicate pe pagina web a ANFP
Consolidarea transparenței	Numărul de livrabile/rezultate	Numărul de livrabile/rezultate	Numărul de livrabile/rezultate	Numărul de livrabile/rezultate	Numărul de livrabile/rezultate	Numărul de livrabile/rezultate

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot/jalon	Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Obiectiv specific						
proceselor de reformă și a investițiilor realizate de ANFP prin publicarea pe site-ul și pe platformele sociale ale ANFP a rezultatelor măsurilor de reformă, pe tot parcursul implementării proiectelor PNRR	publicate pe website-ul ANFP Numărul de știri/anunțuri/comunicate și noutăți publicate pe website-ul ANFP Numărul de accesări ale website-ului ANFP	publicate pe website-ul ANFP Numărul de știri/anunțuri/comunicate și noutăți publicate pe website-ul ANFP Numărul de accesări ale website-ului ANFP	publicate pe website-ul ANFP Numărul de știri/anunțuri/comunicate și noutăți publicate pe website-ul ANFP Numărul de accesări ale website-ului ANFP	publicate pe website-ul ANFP Numărul de știri/anunțuri/comunicate și noutăți publicate pe website-ul ANFP Numărul de accesări ale website-ului ANFP	publicate pe website-ul ANFP Numărul de știri/anunțuri/comunicate și noutăți publicate pe website-ul ANFP Numărul de accesări ale website-ului ANFP	publicate pe website-ul ANFP Numărul de știri/anunțuri/comunicate și noutăți publicate pe website-ul ANFP Numărul de accesări ale website-ului ANFP
Creșterea gradului de atractivitate a programelor de formare pentru competențe digitale, leadership și talent management	n/a	n/a	Numărul de persoane înscrise la cursurile de formare digitală, înainte și după desfășurarea campaniilor de promovare a programelor de formare <i>(date comunicate de prestatorul responsabil de organizarea cursurilor)</i>	n/a	n/a	n/a

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot/jalon	Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Obiectiv specific						
organizate de ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de înscriseri în termen de 9 luni de la lansarea campaniei						
Creșterea vizibilității concursurilor naționale de recrutare a funcționarilor publici, prin creșterea cu 20% a numărului de înscriseri la aceste concursuri până la finalul campaniei	n/a	n/a	n/a	Numărul de candidați înscriși, pentru fiecare categorie de funcții publice și fiecare sesiune de recrutare (<i>date centralizate de departamentul de specialitate al ANFP</i>)	n/a	n/a
Creșterea vizibilității	Numărul de utilizatori SIMRU (ANFP va comunica și numărul	Numărul de utilizatori E-ANFP (ANFP va comunica	n/a	n/a	n/a	n/a

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot/jalon	Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Obiectiv specific						
platformelor SIMRU și E- ANFP, prin creșterea cu 20% a numărului de utilizatori care accesează platformele, în termen de 6 luni de la lansarea acestora.	de utilizatori ai portalului ANFP în 2023 și 2024, pentru comparație)	și numărul de utilizatori ai portalului ANFP în 2023 și 2024, pentru comparație)				
Creșterea vizibilității reformelor care pot contribui la îmbunătățirea imaginii funcționarilor publici, prin publicarea și promovarea informări privind stadiul	n/a	n/a	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare pe rețelele sociale Date statistice furnizate de canalele radio privind distribuția campaniei realizate	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare pe rețelele sociale Numărul de e- mailuri transmise pentru campania de e-mail marketing, atât de fiecare prestator pentru fiecare eveniment în parte, cât și de ANFP (dacă a fost	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare pe rețelele sociale Numărul de e-mailuri transmise pentru campania de e-mail marketing, atât de fiecare prestator pentru fiecare eveniment în parte, cât și de ANFP (dacă a fost necesar)	Rata de vizualizare (reach) pentru toate activitățile de comunicare pe rețelele sociale Numărul de e-mailuri transmise pentru campania de e-mail marketing, atât de fiecare prestator pentru fiecare eveniment în parte, cât și de ANFP (dacă a fost necesar)

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot/jalon	Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Obiectiv specific						
dezvoltării acestora pe o perioadă de 12 luni			Numărul de vizualizări pe canalele online/ rețelele social media pentru campania videoclipuri informative de scurtmetraj	necesar)	Numărul de vizualizări pe canalele online/ rețelele social media pentru campania liderilor de opinie Numărul de vizualizări pe canalele online/ rețelele social media pentru campania spot video și videoclip de scurtmetraj Date statistice furnizate de canalele TV și radio privind distribuția campaniilor realizate	Numărul de vizualizări pe canalele online/ rețelele social media pentru campania liderilor de opinie Numărul de vizualizări pe canalele online/ rețelele social media pentru campania videoclip de scurtmetraj Date statistice furnizate de canalele radio privind distribuția campaniei realizate
60						
Creșterea nivelului de înțelegere în rândul	n/a	n/a	n/a	Număr de participanți la evenimentele organizate pentru a comunica despre	Număr de participanți la evenimentele organizate pentru a comunica despre Jalonul 418 (date	Număr de participanți la evenimentele organizate pentru a comunica despre Jalonul 419 (date

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website - <https://mfe.gov.ro/pnrr/>

Facebook - <https://www.facebook.com/PNRROficial>



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Lot/jalon	Lot 1 Jalon 177 (SIMRU)	Lot 2 Jalon 177 (E-ANFP)	Lot 3 Ținta 185	Lot 4 Jalon 417	Lot 5 Jalon 418	Lot 6 Jalon 419
Obiectiv specific						
funcționarilor publici și personalului contractual cu privire la reforme managementu lui resurselor umane din administrația publică, prin informarea a peste 1.000 de persoane, până la finalul proiectelor				Jalonul 417 (date comunicate de prestatorul responsabil de organizarea evenimentelor)	comunicate de prestatorul responsabil de organizarea evenimentelor)	comunicate de prestatorul responsabil de organizarea evenimentelor)

Evaluarea strategiei de comunicare se va realiza de către NOSCE GROUP S.R.L, la finalul contractului, pe baza datelor privind indicatorii specificați mai sus, comunicați de fiecare dintre prestatorii implicați în desfășurarea activităților.



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

ANEXE:

1. Manual Elemente Grafice
2. Plan de acțiune
3. Plan de acțiune pe activități

Elaborat

Prestator S.C NOSCE GROUP S.R.L

Stoica Georgiana - administrator



„PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!”

Titlul proiectului: Jalon nr. 177 „S-au instituit și sunt operaționale platforme interactive și colaborative pentru managementul standardizat al resurselor umane în administrația publică centrală (SIMRU)”, Componenta 7 - Transformarea digitală, Investiția 10 - Transformarea digitală în managementul funcției publice

Editorul materialului: Agenția Națională a Funcționarilor Publici (ANFP)

Data publicării: octombrie 2024

Date de contact: Bulevardul Mircea Vodă nr. 44, tronsonul III, intrarea C, sectorul 3, cod poștal 030669, București, România, E-mail: comunicare@anfp.gov.ro, Telefon: 0374 112 724; 0374 112 719

Material distribuit gratuit.

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”

„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

Website: mfe.gov.ro/pnrr/

Facebook: <https://www.facebook.com/PNRROficial>