



Curtea de Conturi a României

**Strategia de Comunicare
a
Curții de Conturi
pentru perioada
2016 – 2020**

2016

CUPRINS

I.	Introducere	2
II.	Contextul și scopul Strategiei de comunicare	3
III.	Viziunea și misiunea Curții de Conturi în domeniul comunicării	4
IV	Metode și canale de comunicare	4
V	Principiile care stau la baza Strategiei de comunicare	6
VI	Țintele Strategiei de comunicare	7
VII	Suportul tehnic și financiar	9
Anexă	Planul de implementare a Strategiei de Comunicare a Curții de Conturi pentru perioada 2016-2020	

I. Introducere

Instituția Supremă de Audit (SAI) joacă un rol esențial în responsabilizarea Guvernului pentru buna gestionare a fondurilor publice asigurând, prin rapoartele întocmite, ca urmare a verificărilor pe care le organizează și le desfășoară, transparența asupra operațiunilor economice și financiar-contabile guvernamentale și modul în care serviciile sunt create și oferite cetățenilor. SAI este un partener al Parlamentului căruia îi furnizează rapoartele în care sunt consemnate rezultatele verificărilor, măsurile și recomandările propuse Guvernului în scopul de a-l ajuta la îmbunătățirea controlului financiar și, în cele din urmă, la performanța sectorului public.

Această atribuție pe care și-o asumă Curtea de Conturi nu poate fi realizată decât printr-o politică proprie de comunicare și transparență, politică concretizată în strategia de comunicare, cu cele două componente: comunicarea externă și comunicarea internă.

Curtea de Conturi dă dovadă de transparență, asigurând liberul acces la informațiile de interes public, garantând dreptul de petiționare.

Comunicarea externă se adresează publicului format din instituțiile și persoanele din afara Curții de Conturi: *Parlament, Guvern și structuri guvernamentale, autorități publice locale, mass-media, organizațiile societății civile și cetățeni.*

Cea mai importantă formă de comunicare externă o constituie rapoartele întocmite de Curtea de Conturi, acestea constituind surse de informații obiective și concrete cu privire la utilizarea fondurilor publice.

Rapoartele și toate documentele publicate oficial de Curtea de Conturi trebuie să fie la un standard ridicat din punct de vedere al comunicării, să fie ușor de înțeles pentru utilizatori, concise și informative.

Schimbul de informații cu alte SAI-uri este asigurat prin publicarea în limba engleză a Raportului public – Sinteză și a Raportului de activitate.

Curtea de Conturi prin comunicarea internă asigură diseminarea hotărârilor conducerii colegiale și a deciziilor conducerii executive către *toți salariații*, ce se constituie în public intern, aceștia fiind strâns legați de viața și imaginea instituției.

Comunicarea interpersonală este în atenția Curții de Conturi, deoarece, în cele mai multe cazuri, imaginea unei organizații este formată de angajații ei. De aceea există o preocupare deosebită față

de publicul intern, în aceeași măsură ca și față de cel extern. Imaginea negativă a unei instituții provine, de regulă, din comportamentul angajaților săi față de publicul extern, pe care instituția dorește să-l atragă de partea sa.

Pentru comunicarea activă se aplică metode eficiente și actuale prin oportunitățile oferite de World Wide Web, astfel răspunzând nevoilor utilizatorilor.

II. Contextul și scopul Strategiei de comunicare

Potrivit Ghidului INTOSAI privind construcția capacității instituționale a Instituțiilor Supreme de Audit, elaborat în 2007 de către membrii Sub-Comitetului 1 privind creșterea capacității instituționale, prezidat de către Oficiul Național de Audit al Marii Britanii, întărirea capacității de a interacționa este unul dintre cele trei aspecte cheie ale construcției capacității instituționale alături de întărirea capacității profesionale și întărirea capacității organizaționale. Comunicarea se circumscrie domeniului întăririi capacității de interacționare cu mediul extern și cel intern.

Ca membră INTOSAI, în vederea armonizării cu buna practică internațională, Curtea de Conturi va urmări respectarea principiilor de comunicare, astfel încât informațiile privind activitatea Curții să fie ușor accesibile atât publicului intern cât și publicului extern.

Pentru a fi eficientă, o instituție supremă de audit trebuie ca, în limita mandatului său, să mențină legături apropiate, dar independente, cu o gamă largă de entități, de la Parlament și entități verificate, la mass-media și organizații din societatea civilă.

Cele două componente principale, comunicarea internă și cea externă, contribuie decisiv la eficiența și transparența instituțională, asigurând Curții de Conturi vizibilitate și credibilitate. Comunicarea internă susține activitatea specifică, iar comunicarea externă oferă acces la informații părților externe interesate (autorități și instituții publice, organizații profesionale, mass-media, categoriile socio-profesionale, cetățeni).

Unele instituții supreme de audit consideră utilă înființarea unui compartiment specializat de comunicare și menținerea legăturii cu părțile cheie externe și interne în vederea realizării de relații apropiate și promovării activității și rolului instituției supreme de audit. Pe această linie, în Curtea de Conturi funcționează ”Serviciul comunicare, imagine și relații publice”, în subordinea directă a președintelui.

III. Viziunea și misiunea Curții de Conturi în domeniul comunicării



Viziunea:

- cetățenii, instituțiile statului și organismele internaționale au informații coerente, clare și transparente despre modul în care se utilizează resursele în România prin rezultatele verificărilor efectuate în limita mandatului dat Curții de Conturi de lege.
- comunicarea transparentă cu publicul intern astfel încât acesta să fie informat corect cu privire la modul de acțiune pentru realizarea atribuțiilor și activităților Curții de Conturi.



Misiunea:

- informarea publicului extern cu privire la modul de formare, de administrare și de întrebuințare a resurselor financiare ale statului și ale sectorului public și informarea publicului intern cu privire la mandatul Curții de Conturi.

IV. Metode și canale de comunicare

Încă de la lansare, website-ul Curții de Conturi are și versiune în limba engleză unde pot fi accesate cele mai importante informații, în special cele privind activitatea Curții de Conturi prezentată în Raportul de activitate și Sinteza Raportului public, cât și activitatea internațională. În același timp website-ul nostru este o carte de vizită în fața cetățenilor.

Relația cu presa este, de asemenea, o prioritate, astfel că, prin Serviciul de comunicare, imagine și relații publice, Curtea de Conturi furnizează informații și date din rapoartele existente în arhiva instituției, cât și din rapoartele curente, iar rapoartele anuale, Raportul public, Raportul de activitate și Rapoartele finanțelor publice locale sunt transmise presei, în format electronic, odată

cu lansarea publică a acestora, în luna ianuarie a fiecărui an, pentru activitatea anului anterior. Datorită acestei politici de deschidere, tot mai multe rapoarte au fost prezentate în media, munca Curții de Conturi devenind publică, remarcându-se o creștere a interesului publicului. În perioada 2013-2015 materialele au constituit obiectul a aproximativ 3500 de știri.

O deschidere deosebită s-a arătat a fi și practica obținerii unor opinii ale entităților auditate, din toată țara, despre calitatea muncii noastre, obiectivitatea afirmațiilor și comunicarea ce are loc între auditorii publici externi și angajații entităților respective. În anul 2014 acest proiect a demarat prin conceperea unor chestionare și transmiterea lor prin e-mail, iar rezultatele, deși timide inițial, vor fi din ce în ce mai reprezentative.

Curtea de Conturi se apleacă asupra tuturor nemulțumirilor cetățenilor în legătură cu utilizarea banului public și a patrimoniului public de către instituțiile publice prin abordarea cu maximă atenție a petițiilor primite, gestionarea acestora și răspunsurile transmise în timp constituind un obiectiv în sine.

De maximă importanță este și comunicarea către angajații Curții de Conturi sens în care se acționează cu promptitudine la postarea pe portalul website intern Salv@tor a tuturor materialelor de interes general: hotărârile plenului, rapoarte, ghiduri, exemple de bună practică, standarde de audit, rapoarte prezentate în plen de către cei care participă la grupuri de lucru internaționale (INTOSAI, EUROSAI) ș.a.

Pentru comunicarea, atât pe verticală cât și pe orizontală există sistemul INTRANET, securizat, ceea ce permite transmiterea rapidă a informațiilor precum, la fel de rapid și feedback-ul.

De asemenea, pentru diseminarea experienței în instrumentarea constatărilor și abordarea unitară a acestora, tot personalul angajat în activitatea de audit are acces la bazele de date, astfel că accesul este nelimitat, dar securizat.

Valorile de bază urmărite prin strategia de comunicare sunt cooperarea și deschiderea printr-o comunicare directă și echilibrată.

V. Principiile care stau la baza Strategiei de comunicare



Curtea de Conturi trebuie să fie vizibilă și accesibilă tuturor părților interesate, respectând dreptul la informare al publicului intern și extern. De aceea Curtea de Conturi promovează o politică deschisă în comunicarea cu media și cu cetățenii, cât și cu propriii angajați;



Informațiile trebuie să fie clare, evitându-se furnizarea unor informații în paralel și/sau contradictorii;



Informații neutre din punct de vedere politic;



Fluxul de informații trebuie să circule în ambele sensuri, atât în relația cu publicul extern, cât și în cadrul Curții de Conturi, pe ambele axe: pe verticală și pe orizontală;



Informațiile trebuie să fie oportune, comunicate în timp util și conforme cu necesitățile publicului;



Comunicarea trebuie să se desfășoare în flux neîntrerupt. Prin portalul de internet se transmit informații, în mod constant, asupra activității Curții de Conturi. Cetățenii, parlamentarii, personalul instituțiilor publice, jurnaliștii au acces la rapoartele noastre privind rezultatele diverselor acțiuni de audit;



Informațiile cu care se operează trebuie să se refere la fapte ce corespund realității;



Abordarea selectivă a metodei/căii de comunicare, precum și diferențierea mesajelor, ținându-se astfel cont de nevoile de informare ale grupurilor țintă; vor fi adăugate mesajelor nediferențiate, mesaje construite în raport cu nevoile de informare ale fiecărui grup-țintă. Studenții și elevii pot să-și îmbunătățească cunoștințele despre rolul Curții de Conturi, organizarea, structura și istoria sa.

VI. Țintele Strategiei de comunicare

Având în vedere că politica de comunicare transparentă aplicată de Curtea de Conturi a avut rezultate pozitive în creșterea vizibilității instituției în spațiul extern, cât și a activităților proprii specifice către publicul intern, prin prezenta Strategie, care vizează perioada 2016-2020, ne propunem, ca **obiective generale**:

optimizarea comunicării externe către mediul național și internațional

îmbunătățirea fluxului intern de comunicare

Prin atingerea acestor obiective dorim ca:

gradul de încredere al publicului extern și vizibilitatea Curții de Conturi să crească;

impactul acțiunilor Curții de Conturi să se regăsească în îmbunătățirea performanței gestionării fondurilor publice și în creșterea gradului de conformare cu legile și reglementările proprii ale instituțiilor auditate;

personalul Curții de Conturi, publicul intern, să fie informat corect și la timp în legătură cu toate aspectele care pot îmbunătăți calitatea muncii depuse;

schimbul de informații obținute pe parcursul auditurilor să fie luat în considerare de către auditorii publici externi, iar aceștia să fie deschiși la discuțiile privind rezultatul muncii lor.

Cum putem să realizăm aceste deziderate?

- Prin dezvoltarea practicilor, deja aplicate, în următoarele direcții:

sondaje prin chestionare privind munca de audit

organizarea unor focus-grupuri cu categorii profesionale conexe (magistrați, auditori interni, asociații profesionale cum ar fi Camera Auditorilor Financiari din România, Asociația Auditorilor Interni din România etc.);

orientarea auditului către domenii care prezintă interes pentru cetățeni, Parlament;

colaborarea la revistele organizațiilor INTOSAI și EUROSAI cu articole de interes pentru SAI-uri;

promovarea unor articole de interes profesional prin Revista Curții de Conturi;

prezentări în Parlament a rezultatelor muncii noastre.

- Prin utilizarea diverselor canale de comunicare, și anume:

electronice, care presupun: website, e-mail, rețeaua securizată internă (intranet), videoconferințe;

materiale tipărite constând în: rapoarte de bună calitate, manuale, ghiduri, reglementări interne, broșuri, revista de specialitate;

participări la reuniuni tehnico-științifice, grupuri de lucru, team-building-uri;

colaborarea cu mediul academic.

- Prin continuarea formării profesionale pentru a îmbunătăți capacitatea de comunicare, scrisă și verbală, în situații diverse și cu diferite grupuri țintă.

Pentru realizarea obiectivelor propuse este necesar a fi elaborat un Plan de implementare, care trebuie să îndeplinească următoarele criterii:

- să fie realist;
- să fie obiectiv;
- să producă efectele scontate.

Planul de implementare va cuprinde măsurile prin care obiectivele vor fi realizate, termenele de realizare, persoanele responsabile în aplicarea măsurilor și monitorizarea rezultatelor și, în măsura în care rezultatele pot fi cuantificate, stabilirea unor indicatori de rezultate.

Planul de implementare a Strategiei de Comunicare a Curții de Conturi pentru perioada 2016-2020 este prevăzut în Anexă la prezenta Strategie.

VII. Suportul tehnic și financiar

Pentru atingerea obiectivelor propuse prin Strategia de comunicare, Curtea de Conturi trebuie să dezvolte baza logistică pentru activitățile de comunicare, respectiv: echipamente IT, asistența tehnică pentru acestea, materiale de birotică și prestări de servicii specifice comunicării. Suportul financiar pentru susținerea acestor necesități se asigură anual prin bugetul Curții de Conturi, în limita fondurilor atrase de la bugetul de stat. Aceste costuri vor fi prevăzute la articolele și alineatele bugetare la care se prevăd fondurile cu astfel de destinații pentru activitatea de ansamblu a Curții de Conturi.

oOo

