

STRATEGIA DE
COMUNICARE A
CONSILIULUI SUPERIOR
AL PROCURORILOR
PENTRU ANII 2026-2031

Chișinău, 2026

CUPRINS:

CAPITOLUL I. INTRODUCERE	2
Secțiunea 1. Context și justificare	2
Secțiunea 2. Evoluții și priorități de comunicare	3
Secțiunea 3. Analiza SWOT	5
CAPITOLUL II. DIRECȚII STRATEGICE GENERALE DE COMUNICARE ȘI MĂSURI AFERENTE. MESAJE-CHEIE	6
Secțiunea 1. Direcții strategice prioritare de comunicare	6
Secțiunea 2. Organizarea comunicării la nivel instituțional	8
Secțiunea 3. Mesaje-cheie și narațiuni strategice	8
Secțiunea 4. Asigurarea resurselor pentru comunicare	9
CAPITOLUL III. TIPURI DE COMUNICARE. INSTRUMENTE ȘI CANALE DE COMUNICARE. GRUPURI-ȚINTĂ	10
Secțiunea 1. Comunicarea internă	10
Secțiunea 2. Comunicarea externă	11
Secțiunea 3. Comunicarea de criză	12
CAPITOLUL IV. POLITICI ȘI PRACTICI DE COMUNICARE REFERITOARE LA EVALUAREA, SELECȚIA ȘI RĂSPUNDEREA DISCIPLINARĂ A PROCURORILOR	16
Secțiunea 1. Comunicarea instituțională privind evaluarea performanțelor procurorilor și particularitățile vettingului	16
Secțiunea 2. Comunicarea strategică privind procesul de selecție a procurorilor	Error!
Bookmark not defined.	
Secțiunea 3. Comunicarea privind răspunderea disciplinară a procurorilor	23
CAPITOLUL V. MONITORIZAREA ȘI EVALUAREA IMPLEMENTĂRII. INDICATORII DE IMPACT ȘI BUGET	
Secțiunea 1. Mecanisme de monitorizare și evaluare	26
Secțiunea 2. Indicatori de rezultat și de impact	27
Secțiunea 3. Resurse financiare necesare	277
Secțiunea 4. Responsabilități în implementare	28
Secțiunea 5. Procedura de modificare și revizuire periodică a Strategiei	28

ANEXE: *Planul de acțiuni pentru implementarea Strategiei de comunicare a Consiliului Superior al Procurorilor pentru 2026-2031*

Secțiunea 1. Context și justificare

Consiliul Superior al Procurorilor (*în continuare - CSP*) joacă un rol esențial în asigurarea independenței, eficienței și responsabilității sistemului Procuraturii din Republica Moldova.

În prezent, CSP se află în centrul mai multor procese de reformă, printre care: evaluarea externă a procurorilor (*vetting*); alinierea la standardele UE în materie de justiție; sprijinirea procesului de aderare la Uniunea Europeană; consolidarea integrității în cadrul sistemului Procuraturii. Aceste procese sunt însoțite de un interes public crescut și necesită o comunicare instituțională clară, coerentă și pro-activă.

În acest context, elaborarea unei Strategii de comunicare pentru CSP este necesară pentru a asigura transparența deciziilor și activităților CSP; a spori încrederea publică în instituție; a preveni și combate dezinformarea; a sprijini implementarea reformelor printr-o comunicare activă cu toate părțile interesate; a asigura coerența mesajelor transmise în spațiul public; a întări imaginea și credibilitatea instituțională.

Strategia de comunicare a Consiliului Superior al Procurorilor (*în continuare - Strategia de comunicare a CSP*) urmărește tranziția de la o comunicare centrată pe instituție la una orientată spre beneficiari - cetățeni, procurori și parteneri instituționali. Aceasta oferă un cadru flexibil, dar bine definit, care valorifică structurile existente și progresele realizate în domeniul transparenței, eficienței decizionale și digitalizării.

Elaborarea și adoptarea Strategiei de comunicare a CSP constituie, de fapt, una dintre acțiunile incluse în Programul de dezvoltare strategică al Consiliului Superior al Procurorilor pentru perioada 2025-2029, precum și în Planul de acțiuni pentru implementarea acestuia¹.

Strategia de comunicare a CSP are ca **scop** principal consolidarea încrederii publice și instituționale în activitatea CSP, prin promovarea transparenței, responsabilității și profesionalismului.

Prin urmare, este necesară articularea unei Strategii de comunicare care:

- să susțină încrederea cetățenilor, a profesioniștilor din justiție și a partenerilor internaționali în integritatea și transparența proceselor gestionate de CSP;
- să consolideze legitimitatea deciziilor privind selecția, evaluarea și sancționarea procurorilor;
- să asigure o comunicare eficientă privind reformele din justiție;
- să informeze clar și accesibil despre rolul, atribuțiile și competențele CSP;
- să susțină activ eforturile de transparență instituțională;
- să asigure un răspuns prompt, argumentat și profesionist la atacurile mediatice, fie ele izolate sau concertate, în scopul protejării integrității și legitimității instituției;
- să comunice deschis și transparent cu privire la procesele de evaluare (inclusiv externă), selecție, disciplină și etică profesională a procurorilor;

¹ Aprobate prin Hotărârea CSP nr.1-214/2025 din 12 iunie 2025

- să fundamenteze comunicarea internă și externă pe principii clare, proceduri instituționalizate și bune practici;
- să consolideze imaginea publică a CSP ca instituție transparentă, integră și profesionistă;
- să dezvolte o relație de încredere durabilă cu mass-media, societatea civilă și partenerii internaționali;
- să asigure creșterea capacităților interne de comunicare strategică la nivelul CSP și al sistemului Procuraturii.

Astfel, CSP prin elaborarea Strategiei de comunicare instituțională își propune crearea unui sistem uniform de comunicare a informației, bazat pe mesaje coordonate, articulate în jurul acelorași principii și valori fundamentale: *professionalism, transparență, responsabilitate și independență*. Această uniformitate este esențială pentru a asigura coerența mesajelor transmise de către CSP și pentru a răspunde așteptărilor publicului larg într-un mod clar, accesibil și unitar.

În acest sens, Strategia promovează trecerea de la o comunicare reactivă la una pro-activă, fundamentată pe un plan de lucru cu obiective prioritare, direcții de acțiune clare și rezultate măsurabile.

Totodată, Strategia vizează consolidarea imaginii Procuraturii ca un sistem responsabil, profesionist și aliniat standardelor europene. Un obiectiv esențial este capacitatea CSP de a reacționa prompt și argumentat la atacuri mediatice, pentru a proteja integritatea profesională și legitimitatea instituțională.

Umanizarea comunicării devine un pilon central al acestei strategii - o comunicare realizată prin oameni și pentru oameni, orientată spre cetățean, practică, aplicată și adaptată nivelului de înțelegere al justițiabililor și al publicului larg. Prin urmare, se va pune accent pe reducerea complexității informației prin explicarea deciziilor într-un limbaj clar, susținut de exemple concrete, elemente vizuale și ilustrații relevante.

În paralel, consolidarea încrederii personalului propriu în eforturile instituționale rămâne un obiectiv strategic. O comunicare internă coerentă, bazată pe transparență și implicare, va contribui la crearea unei culturi organizaționale centrate pe responsabilitate și motivație profesională.

În acest sens, Strategia descrie contextul actual, cadrul legal, obiectivele strategice ale comunicării, principiile de comunicare, grupurile-țintă, instrumentele și canalele de comunicare, mesajele și ariile tematice, comunicarea în situații de criză, rolul comunicării interne, procesul de monitorizare și evaluare a activității de comunicare etc.

Strategia de comunicare este elaborată pentru o perioadă de șase ani și va servi drept reper pentru activitatea CSP în intervalul 2026-2031. Din punct de vedere structural, acest document de politică instituțională respectă cerințele cadrului normativ național, fiind compus dintr-o parte descriptivă și un plan de acțiuni.

Secțiunea 2. Evoluții și priorități de comunicare

Comunicarea CSP a cunoscut o evoluție semnificativă în ultimii ani, reflectând tranziția instituției către un rol mai activ și mai vizibil în sistemul de justiție din

Republica Moldova. În prezent, site-ul oficial al Consiliului - www.csp.md - oferă acces la informații esențiale privind activitatea CSP, inclusiv hotărâri, ordine de zi și comunicate de presă. Totodată, CSP utilizează din ce în ce mai frecvent platforme digitale și instrumente moderne pentru a-și eficientiza activitatea și pentru a spori transparența.

Un pas important în modernizarea instituțională îl reprezintă organizarea ședințelor prin teleconferință. Potrivit unei note analitice publicate de Centrul de Resurse Juridice din Moldova (CRJM), în perioada ianuarie - octombrie 2024 au fost desfășurate 52 din cele 53 de ședințe planificate. Această eficiență este însoțită de o angajare fermă pentru creșterea transparenței: contestațiile disciplinare sunt examinate preponderent în ședințe publice, iar votarea se realizează deschis, renunțându-se la practica votului secret.

Pentru actuala componență a CSP, explicarea hotărârilor într-un limbaj clar și accesibil devine o practică din ce în ce mai prezentă. În paralel, încep să prindă contur inițiative de interacțiune cu mass-media și de comunicare activă a deciziilor adoptate, chiar dacă aceste mecanisme nu sunt încă pe deplin consolidate.

Evoluția comunicării CSP reflectă atât progresele realizate, cât și necesitatea unor reforme suplimentare, care să alinieze instituția la standardele europene de comunicare publică și transparență.

Pentru a răspunde mai bine așteptărilor societății și exigențelor unei justiții moderne, CSP este chemat să consolideze comunicarea cu publicul și mass-media, să explice clar deciziile adoptate și să contribuie activ la creșterea încrederii în integritatea și profesionalismul sistemului Procuraturii. Aceasta presupune, totodată, consultarea periodică a comunității profesionale și implicarea constantă în dialogul public.

Stabilirea priorităților pentru prezenta Strategie derivă din competențele de bază ale CSP, dar și din necesitatea construirii și fortificării propriei identități instituționale. De asemenea, noile tendințe de comunicare reliefează rolul tot mai important al specialiștilor în comunicare în instituțiile publice.

Astfel, *prioritare* se consideră:

- fortificarea încrederii și promovarea identității instituționale a CSP;
- sporirea vizibilității CSP prin creșterea nivelului de înțelegere a publicului larg referitor la specificul activității CSP;
- diseminarea în mod constant mass-mediei și publicului a informației corecte și accesibile cu privire la rolul, competențele, provocările și realizările CSP;
- obținerea susținerii din partea publicului larg, a factorilor de decizie și a societății civile în promovarea rolului CSP la crearea unui corp al procurorilor responsabil, eficient și integru;
- elaborarea și transpunerea în practică a regulilor de comunicare pentru gestionarea situațiilor de criză, care vor sprijini CSP în comunicarea cu publicul în privința unor situații imprevizibile, controversate și complexe;
- crearea/dezvoltarea canalelor de comunicare moderne și eficiente cu publicul larg pentru a spori încrederea și simțul justiției în rândul cetățenilor și a crește încrederea acestora în activitățile CSP;

- elaborarea mecanismelor/instrumentelor de interacțiune eficiente cu societatea civilă, publicul profesionist, corpul de procurori, organizațiile internaționale, partenerii de dezvoltare ș.a..

Secțiunea 3. Analiza SWOT

Situația actuală a CSP pe dimensiunea comunicării este redată de analiza SWOT (Strengths (puncte tari), Weaknesses (puncte slabe), Opportunities (oportunități), Threats (amenințări)), care a fost realizată pentru a facilita dezvoltarea unei comunicări eficiente prin valorificarea punctelor tari și a oportunităților, eliminarea punctelor slabe și îndepărtarea amenințărilor.

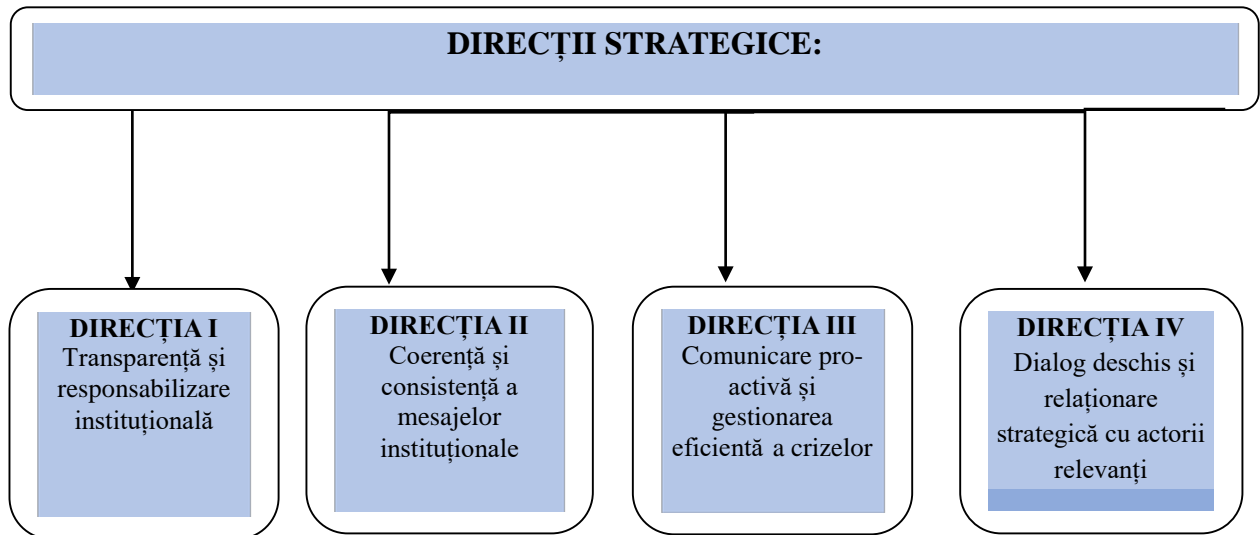
ANALIZA SWOT	
Puncte tari	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Unicitate</i>: CSP este o instituție unică în domeniul său de activitate pe teritoriul Republicii Moldova. - <i>Exclusivitate</i>: interes sporit al reprezentanților mass-media față de activitatea unei instituții distincte precum CSP. - <i>Transparență</i>: deschiderea către public prin prezența paginii-web, ședințelor publice, etc. - <i>Legalitate</i>: capacitate sporită de comunicare având la bază Legea cu privire la Procuratură. - <i>Independență</i>: imagine îmbunătățită datorită consolidării independenței și a capacităților instituționale ale CSP, care sporesc independența și profesionalismul corpului de procurori. - <i>Cooperare</i>: deschiderea partenerilor internaționali de a oferi suport și asistență. 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Acces limitat la informație</i>: canale de comunicare insuficiente pentru promovarea mesajelor CSP. - <i>Vizibilitate redusă</i>: activitatea CSP nu este mediatizată pe deplin. - <i>Neîncredere</i>: grad scăzut de încredere a cetățenilor în sistemul de justiție. - <i>Mesaj inadapdat</i>: informația publicată nu este pe înțelesul publicului larg. - <i>Percepție eronată</i>: lipsa comunicării constante generează o percepție greșită despre activitatea CSP. - <i>Personal insuficient</i>: CSP nu dispune de personal suficient calificat în domeniul comunicării. - <i>Buget limitat</i>: nu sunt planificate resurse financiare pentru acoperirea cheltuielilor aferente activităților de promovare a instituției.
Oportunități	Amenințări
<ul style="list-style-type: none"> - Capacitatea de a dezvolta campanii de conștientizare de către public a eticii și conduitei profesionale a procurorilor; - Implementarea soluțiilor informatice integrate pentru sistematizarea mesajelor CSP; - Experiență internațională – parteneriate cu instituțiile similare din alte state, unde specialiștii în comunicare ai CSP pot beneficia de cursuri de perfecționare sau schimb de experiență; - Posibilitatea de a atrage asistență externă pentru preluarea bunelor practici de comunicare; - Diversitatea canalelor de comunicare: existența rețelelor de socializare și a platformelor media online permit diseminarea mesajelor în scopul promovării activității CSP; - Capacitatea de a spori vizibilitatea CSP prin organizarea cursurilor de instruire/educație juridică. 	<ul style="list-style-type: none"> - Percepția că unele instituții publice sunt subordonare politic; - Scurgeri de informații din interiorul instituției; - Atacuri media (<i>informații false, dezinformare, denigrare etc.</i>); - Atacuri informatice; - Înrautățirea reputației profesionale din cauza deficiențelor la interpretarea legislației în vigoare, aplicarea eronată și neuniformă de către procurori a prevederilor legale; - Grad scăzut de încredere a cetățenilor în instituțiile publice, în mod special, în cele care participă la înfăptuirea justiției.

CAPITOLUL II. DIRECȚII STRATEGICE GENERALE DE COMUNICARE ȘI MĂSURI AFERENTE. MESAJE-CHEIE

Secțiunea 1. Direcții strategice prioritare de comunicare

Strategia de comunicare a CSP se fundamentează pe **4 direcții strategice** principale (*Figura nr.1.*), menite să consolideze rolul instituției în sistemul de justiție și să crească încrederea publică în activitatea sa.

Figura nr.1.



În contextul reformei justiției, al procesului de evaluare externă a procurorilor și al angajamentului Republicii Moldova față de valorile europene, CSP își propune să consolideze comunicarea instituțională printr-o abordare strategică, coerentă și profesionistă. Strategia se axează pe patru direcții prioritare:

Direcția strategică 1. Transparență și responsabilizare instituțională

CSP promovează o comunicare deschisă, accesibilă și orientată spre cetățean, în scopul creșterii încrederii publice și a responsabilității instituționale. Această direcție presupune: publicarea periodică și pro-activă a informațiilor relevante privind activitatea CSP; utilizarea unui limbaj clar și ne-tehnic pentru publicul larg; asigurarea accesului la documente, hotărâri și procese decizionale în format transparent; promovarea unei imagini de integritate și imparțialitate.

Direcția strategică 2. Coerență și consistență a mesajelor instituționale

Pentru a asigura o comunicare consecventă, profesionistă și lipsită de ambiguități, CSP urmărește alinierea tuturor mesajelor externe la misiunea, valorile și pozițiile oficiale ale instituției. La fel, pentru a asigura claritate și înțelegere publică,

comunicarea va fi structurată pe practici unitare, cu mesaje clare și echilibrate, în special în domeniile sensibile precum vettingul procurorilor.

Direcția strategică 3. Comunicare pro-activă și gestionarea eficientă a crizelor:

CSP își va consolida capacitatea de a reacționa rapid, ferm și profesionist în fața campaniilor de dezinformare, presiunilor externe sau situațiilor de criză. Această direcție include: crearea unui protocol de comunicare în situații de criză; emiterea promptă a declarațiilor oficiale verificate în contextul unor evenimente de interes public major; monitorizarea mediatică și anticiparea riscurilor reputaționale.

Direcția strategică 4. Dialog deschis și relaționare strategică cu actorii relevanți:

Pentru a susține o reformă reală și durabilă a Procuraturii, CSP va dezvolta parteneriate constructive de comunicare cu presa, societatea civilă, instituțiile statului și partenerii internaționali; va promova un dialog constructiv cu instituțiile naționale și europene implicate în procesul de reformă.

Obiectivul general al Strategiei de comunicare a CSP îl constituie consolidarea transparenței, încrederii publice și legitimitatea instituțională a CSP printr-o comunicare strategică, coerentă și pro-activă, care să susțină reformele din sistemul Procuraturii și angajamentele Republicii Moldova în procesul de integrare europeană.

Pe termen scurt și mediu, Strategia de comunicare a CSP va urmări și o serie de **obiective strategice**:

- *Vizibilitate și imagine instituțională* - poziționarea CSP ca o instituție profesionistă, transparentă, integră;
- *Comunicare strategică despre vetting și reforme* - informarea corectă și prevenirea dezinformării privind evaluările și reformele;
- *Răspuns eficient în situații de criză* - protejarea reputației instituționale și asigurarea coerenței mesajelor;
- *Profesionalizarea comunicării interne și externe* - asigurarea unei culturi comunicaționale moderne și coerente;
- *Relații de încredere cu presa și societatea civilă* - consolidarea transparenței și a dialogului instituțional deschis;
- *Selecție transparentă și meritocratică a procurorilor* - informarea clară privind concursurile, criteriile și rezultatele;
- *Valorizarea profesiei de procuror* - promovarea unei imagini corecte, respectate și atractive a procurorilor în societate, în special în rândul tinerilor și profesioniștilor în formare.

În sprijinul obiectivului general și al celor strategice, Strategia de comunicare a CSP definește și o serie de **obiective specifice și operaționale**:

- Armonizarea practicilor de comunicare instituțională în interiorul CSP și în relația cu procuraturile, pentru a asigura un proces unitar și sistematic de informare publică privind deciziile adoptate;

- Îmbunătățirea fluxului de comunicare internă și profesionalizarea resursei umane cu atribuții în comunicare publică – prin trening-uri, proceduri clare și stabilirea unor puncte focale de comunicare;
 - Consolidarea rolului CSP de coordonare și integrare a mesajelor publice în domeniul Procuraturii, inclusiv prin adoptarea de poziții oficiale în cazuri de interes public major;
 - Combaterea dezinformării și a speculațiilor privind activitatea CSP printr-o comunicare pro-activă, clarificatoare și bazată pe date;
 - Creșterea interesului mass-media și al publicului larg pentru subiectele din sfera de competență a CSP, prin explicarea impactului deciziilor asupra eficienței sistemului de justiție penală și a încrederii publice;
 - Creșterea notorietății și înțelegerii rolului CSP în rândul partenerilor naționali și internaționali, prin campanii publice tematice, materiale vizuale explicative și canale de comunicare modernizate.
- Fiecare obiectiv urmează a fi corelat cu acțiuni concrete, măsurabile, realiste și bine delimitate în timp.

Secțiunea 2. Organizarea comunicării la nivel instituțional

Serviciul de comunicare a CSP va avea un rol central în gestionarea comunicării externe și interne. Acesta va elabora mesajele instituționale, va gestiona relația cu presa și va coordona campaniile de informare publică. De asemenea, va oferi suport constant membrilor CSP și Președintelui instituției pentru exprimarea punctelor de vedere oficiale.

Președintele CSP are rolul de purtător de cuvânt oficial al instituției. Este responsabil de comunicarea publică a deciziilor cu impact major, de intervențiile în spațiul public în caz de criză reputațională și de susținerea legitimității instituției în fața opiniei publice.

În paralel, se va institui un **protocol de comunicare în situații de criză**, care va prevedea mecanisme clare și rapide de reacție la evenimente sensibile. Acesta va garanta că CSP emite mesaje clare, verificate și asumate, contribuind la protejarea încrederii publice în sistemul Procuraturii.

Secțiunea 3. Mesaje-cheie și narațiuni strategice

Mesajul central propus al comunicării CSP este: **„Integritate. Responsabilitate. Încredere.”**

Pe această bază, vor fi dezvoltate campanii de comunicare adaptate contextului instituțional:

- **„Procuratura în slujba dreptății”** - campanie de promovare a procurorilor onești, dedicați, cu impact real în societate.
- **„Cine veghează asupra procurorilor?”** - o serie de materiale video pentru explicarea rolului CSP.

▪ „Standardele care contează” - campanie educațională pentru tineri și studenți la drept, axată pe importanța meritului și integrității în cariera profesională.

La formularea mesajelor de comunicare se va urmări ca acestea să fie laconice și univoce.

Mesaje-cheie
CSP este o instituție independentă și distinctă în sistemul de justiție din Republica Moldova.
CSP este garantul independenței și imparțialității procurorilor.
Misiunea CSP este de a asigura că drepturile și interesele legitime ale persoanei și societății sunt apărate de procurori independenți și responsabili.
Interesul CSP este ca în sistemul Procuraturii să fie promovați procurori profesioniști și integri, în bază de merit și în mod transparent.
Independența procurorilor este un bun al cetățeanului și nu un privilegiu al procurorilor.
CSP a fost creat pentru ca promovarea în funcție a procurorilor să se facă în baza unor criterii obiective.
CSP contribuie la o mai bună funcționare a sistemului Procuraturii.
Independența și autonomia procurorilor este un factor de bază pentru ca sistemul justiției penale să funcționeze în mod independent și imparțial
Integritatea procurorilor este fundamentul unei prestații calitative.
CSP se preocupă ca orice cetățean să beneficieze de o justiție corectă, bazată pe responsabilitate și independență.
CSP acționează în interesul societății.
CSP este deschis către public, de aceea orice cetățean se poate adresa direct la noi cu o sesizare.

În acest sens, se vor evita frazele lungi, subiectele complicate vor fi formulate prin utilizarea unor propoziții mai scurte, iar după caz anumiți termeni vor fi explicați, astfel ca să poată fi înțeleși și de persoanele care nu au pregătire juridică, fiind asigurată o proporție dintre terminologia juridică, puțin accesibilă, și termeni simpli, ușor de înțeles pentru publicul larg.

Secțiunea 4. Asigurarea resurselor pentru comunicare

Pentru punerea în aplicare a strategiei, CSP va investi în dotări tehnice adecvate pentru serviciul de comunicare - *echipamente video, softuri de editare, dispozitive mobile etc.* De asemenea, va fi asigurată *formarea profesională continuă* în domeniul comunicării strategice pentru membrii CSP, personalul de sprijin și ofițerii de presă.

În plus, vor fi elaborate *ghiduri și proceduri interne* privind relația cu presa și gestionarea comunicării în situații sensibile, astfel încât instituția să dispună de un cadru profesional și predictibil de acțiune.

CAPITOLUL III. TIPURI DE COMUNICARE. INSTRUMENTE ȘI CANALE DE COMUNICARE. GRUPURI-ȚINTĂ.

Strategia definește *trei tipuri de comunicare: internă; externă; de criză.*

- **Comunicarea internă** – adresată actorilor instituționali și profesioniștilor din sistemul Procuraturii;
- **Comunicarea externă** – destinată publicului larg, mass-mediei și partenerilor naționali și internaționali.
- **Comunicarea de criză** - adresată mai multor categorii de public, în funcție de natura crizei și de impactul acesteia.

Secțiunea 1. Comunicarea internă

Comunicarea internă urmărește consolidarea fluxurilor informaționale și a cooperării dintre CSP și Procuratura Generală, procuraturile specializate și teritoriale, între membrii Consiliului și procurori, precum și între CSP și subdiviziunile sale structurale implicate în procesul de evaluare, selecție, răspundere disciplinară a procurorilor și în organizarea sistemului Procuraturii.

În calitate de garant al independenței și integrității procurorilor, CSP are responsabilitatea instituțională de a menține un dialog constant cu toate nivelurile de procuraturi. Deciziile privind selecția, promovarea, evaluarea și sancționarea procurorilor trebuie comunicate clar, complet și în timp util. Această comunicare contribuie la aplicarea unitară a standardelor, la clarificarea rolurilor și la asigurarea unei bune funcționări a sistemului.

O comunicare internă pro-activă facilitează transmiterea rapidă a modificărilor de politici, procedurilor de concurs, rezultatelor evaluărilor și altor decizii importante. Totodată, aceasta sprijină armonizarea practicilor instituționale și întărirea unei culturi profesionale bazate pe responsabilitate, eficiență și integritate.

Grupul-țintă intern este compus din:

- membrii Consiliului Superior al Procurorilor;
- procurori și personal din cadrul sistemului Procuraturii;
- membrii Colegiului pentru selecția și evaluarea procurorilor și a Colegiului de disciplină și etică, precum și inspecții din cadrul Inspecției procurorilor;
- personalul din cadrul Aparatului CSP;

Instrumentele de comunicare internă includ:

- întâlniri operative între membrii CSP și procurorii din teritoriu;
- buletine informative interne transmise periodic;
- canale securizate de comunicare digitală;
- ghiduri de bune practici și proceduri operaționale;
- platforme de dialog online (*forumuri, grupuri de discuție, sesiuni Q&A*);
- ateliere tematice și sesiuni de informare;
- info-grafice și materiale video sintetice.

Obiectivul principal al comunicării interne este dezvoltarea unei rețele eficiente de comunicare internă, care să asigure transmiterea clară, coerentă și rapidă a informațiilor strategice.

Pentru realizarea acestui obiectiv, CSP va întreprinde următoarele *acțiuni*:

- definirea clară a circuitului informațional între CSP și procuraturi;
- identificarea și organizarea tematică a subiectelor de interes comun;
- instituirea unui calendar regulat de informare;
- elaborarea unor proceduri standard pentru validarea și diseminarea mesajelor interne;

▪ delimitarea clară a responsabilităților comunicatorilor instituționali și instituirea unui mecanism de colectare și diseminare a informațiilor.

O rețea de comunicare internă bine definită contribuie la coerența decizională, crește transparența și îmbunătățește eficiența întregului sistem al Procuraturii. În cazurile sensibile, este recomandată comunicarea directă, față în față, pentru a evita distorsiunile și demotivarea personalului.

Secțiunea 2. Comunicarea externă

Comunicarea externă a CSP are drept scop consolidarea încrederii publice în sistemul Procuraturii, promovarea transparenței instituționale și creșterea vizibilității activității CSP în societate. Pentru a fi eficientă, comunicarea trebuie să fie structurată, coerentă și adaptată diverselor categorii de public extern, astfel încât mesajele să fie clare, relevante și accesibile.

În cadrul acestei categorii de comunicare, CSP se adresează unui *public țintă extern divers* cum ar fi: mass-media națională și regională, societatea civilă, cetățenii interesați de justiție și integritate, instituțiile statului, partenerii internaționali, profesioniștii din domeniul juridic, mediul academic și alte părți interesate. Identificarea corectă a acestor grupuri permite adaptarea strategiilor și canalelor de comunicare pentru un impact și dialog optim.

De asemenea, pentru o comunicare eficientă, CSP folosește o *gamă variată de instrumente*: conferințe de presă pentru anunțuri importante și rapoarte; comunicate și declarații de presă pentru informări oficiale și reacții rapide; dreptul la replică și precizări pentru corectarea informațiilor eronate; interviuri și participări selectivă la dezbateri pentru explicarea temelor complexe; *discuții off-the-record și întâlniri informale* („mic dejun de presă”, „cafea cu presa”) pentru consolidarea relațiilor cu jurnaliștii; *vizite ghidate* pentru a oferi o imagine clară asupra funcționării sistemului.

Mai mult ca atât, CSP susține dialogul și cooperarea continuă cu *avocați, judecători, ofițeri de urmărire penală și alte profesii juridice*, promovând respectul reciproc, profesionalismul și valori comune. Comunicarea se realizează prin întâlniri periodice, protocoale de colaborare, mecanisme de feedback, platforme digitale și materiale informative, cu scopul de a crea un mediu transparent și orientat spre colaborare profesională.

În vederea consolidării responsabilității civice și a înțelegerii rolului CSP, Consiliul organizează *campanii de conștientizare, informare, educare și valorizare a profesiei de procuror*. Mesajele sunt adaptate publicului larg, fiind clare și accesibile, promovând integritatea, transparența și atragerea unor profesioniști motivați în sistem.

Totodată, CSP dezvoltă o *relație profesională și transparentă cu presa*, oferind informații corecte, combătând dezinformarea și promovând transparența decizională. În acest sens, sunt elaborate ghiduri și proceduri clare de comunicare, sunt personalizate mesajele în funcție de audiență, se monitorizează activ spațiul mediatic și se organizează conferințe, interviuri și întâlniri informale pentru a asigura o imagine publică credibilă și o mai bună înțelegere a activității CSP.

Astfel, acest cadru strategic pentru identificarea publicului țintă și selecția tehnicilor de comunicare va permite CSP să-și consolideze rolul de autoritate de reglementare și garant al independenței sistemului Procuraturii, contribuind totodată la creșterea încrederii publice în instituțiile statului de drept.

Secțiunea 3. Comunicarea de criză

Situația de criză este un eveniment specific și neașteptat, fiind posibil în orice moment, și necesită un răspuns prompt, în ciuda nivelului ridicat de incertitudine și amenințare. Apariția situațiilor care pot periclita activitatea instituției, precum și cele cu impact asupra reputației CSP, implică activități de informare publică. Prin urmare, este necesar un mod de acțiune unitar și coordonat, bazat pe un șir de reguli, care impune instituția să comunice cât mai eficient atât în exterior, cât și către angajații săi.

Fiecare situație de criză este unică și, respectiv, comunicarea trebuie să fie adaptată la fiecare caz în parte. Cu toate acestea, există *principii comune*:

- *Transparență fără expunere excesivă* - protejarea informațiilor sensibile și a persoanelor implicate.
- *Promptitudine* - difuzarea promptă a mesajelor previne răspândirea zvonurilor.
- *Corectitudine* - informarea corectă susține credibilitatea instituției.
- *Proportionalitate și echilibru* - răspunsul se adaptează gravității atacului și evită escaladarea nejustificată.
- *Asumare instituțională* - comunicarea este emisă în numele CSP, evitând opinii personale sau poziții fragmentare.

În timpul situației de criză, vor fi respectate următoarele **reguli generale**: *informarea pro-activă și actualizarea informațiilor în mod regulat*.

Pregătirea pentru criză

Pregătirea pentru criză presupune crearea unei **echipe responsabile de gestionarea comunicării de criză** (*instruire, proceduri, manual, simulări*), cu elaborarea de proceduri minime de prevenire/stingere a crizelor de comunicare la nivel de CSP. Această echipă va acționa etapizat, pentru:

- selectarea unei platforme online de monitorizare a spațiului online;
- întocmirea unei liste cu probleme/crize posibile;

- stabilirea de roluri și responsabilități;
- stabilirea strategiei/strategiilor de răspuns;
- construirea de mesaje și canale predefinite pentru fiecare caz posibil;
- construirea de relații de încredere cu părțile interesate.

Echipa de comunicare de criză va beneficia de formare care să îi permită planificarea și implementarea acestor pași. Limbajul folosit va fi specializat, succint, axat pe consecințele practice și pe implementare imediată. Comunicarea se va face prin instrumente de comunicare internă specifice instituției.

Aspecte esențiale urmărite pentru gestionarea cu succes a unei situații de criză: *securizarea informației; comunicarea printr-o singură voce; luarea în calcul a presiunii timpului; informarea imediată și colaborarea cu conducătorul instituției; răspunsul instituției, proporțional cu anvergura crizei.*

În asemenea cazuri, se recomandă ca mesajele să fie transmise de personalități relevante și credibile: președintele CSP, sau un membru desemnat al echipei de criză.

Reacția publică a CSP la atacuri mediatice concertate

CSP trebuie să fie pregătit să reacționeze prompt și eficient în fața atacurilor publice - fie că este vorba despre campanii de discreditare a membrilor săi, încercări de subminare a legitimității instituționale sau atacuri la adresa independenței procurorilor implicați în cauze sensibile. Astfel de situații pot fi declanșate de mediatizarea excesivă, dezinformări sau campanii coordonate în presă și online și riscă să afecteze încrederea în sistemul de justiție.

În asemenea cazuri, este esențială activarea rapidă a mecanismelor de comunicare de criză și transmiterea unui mesaj public clar, coerent și susținut, care:

- protejează integritatea și reputația membrilor CSP;
- reafirmă independența instituției și legalitatea acțiunilor desfășurate;
- respinge informațiile false sau tendențioase;
- asigură transparența și informarea corectă a opiniei publice.

Etape esențiale în reacția la atacuri:

1. Monitorizarea atentă a spațiului public – identificarea timpurie a atacurilor și evaluarea gravității.

2. Colectarea rapidă a faptelor – documentarea situației din surse interne, pentru a formula un răspuns fundamentat.

3. Stabilirea unei singure voci oficiale - președintele CSP este desemnat să comunice public sau un membru al CSP delegat.

4. Redactarea unui mesaj ferm și bine structurat, care: clarifică poziția instituției; dezmente eventualele neadevăruri; susține cu date și argumente veridicitatea poziției CSP.

5. Transmiterea mesajului prin canalele potrivite – comunicate de presă, briefinguri, declarații, interviuri, canale online.

6. Comunicare internă simultană – informarea tuturor membrilor CSP și coordonarea mesajului transmis de toți reprezentanții instituției.

7. *Continuarea dialogului cu presa* – încurajarea întrebărilor, oferirea de clarificări, fără a alimenta scandalul sau polemica.

În funcție de natura atacului, în cazuri cu impact major, vocea publică poate fi reprezentată de președintele CSP sau, după caz, de un membru desemnat, pentru a întări mesajul și autoritatea poziției instituționale.

Tipuri de atacuri și kit-uri de reacție

Pentru a răspunde eficient și proporțional, CSP trebuie să anticipeze principalele tipuri de atacuri și să dispună de kit-uri de comunicare predefinite, adaptabile în funcție de context.

Atacuri la adresa unui membru CSP:

Descriere: Acuzații nefondate, campanii de discreditare personală, publicarea unor informații trunchiate sau scoase din context.

Kit de reacție:

- Comunicat oficial care clarifică statutul și atribuțiile membrului vizat;
- Precizări privind lipsa de temei a acuzațiilor (dacă este cazul);
- Asigurarea opiniei publice că CSP funcționează colegial și în interesul sistemului de justiție;
- Posibil briefing de presă susținut de președintele CSP.

Mesaj de răspuns (pentru comunicat sau briefing):

„Consiliul Superior al Procurorilor respinge ferm orice insinuaare privind influențarea procesului decizional de către unul dintre membrii săi. Activitatea CSP se desfășoară în mod colegial, conform competențelor stabilite de lege, în deplină transparență. Orice tentativă de discreditare a unui membru al Consiliului fără temei juridic constituie un atac asupra instituției în ansamblu.”

Atacuri la adresa independenței instituționale:

Descriere: Declarații publice sau insinuări privind influențarea CSP de către alte instituții sau factori politici.

Kit de reacție:

- Declarație fermă de reafirmare a independenței CSP;
- Trimitere la prevederile legale care reglementează activitatea Consiliului;
- Eventuală solicitare de reacție sau sprijin din partea partenerilor instituționali (ex. Procuratura Generală, CSM, parteneri internaționali);
- Difuzare amplă prin canale oficiale.

Mesaj de răspuns (pentru rețele sociale sau comunicat):

„CSP își exercită atribuțiile în mod independent, fără ingerințe externe. Orice încercare de a sugera influențe politice asupra deciziilor Consiliului este lipsită de fundament și periculoasă pentru încrederea publică în sistemul de justiție. Vom continua să ne exercităm mandatul cu responsabilitate și transparență, în interesul bunei funcționări a Procuraturii.”

Campanii concertate în presă sau online:

Descriere: Serii de articole, emisiuni sau postări care induc ideea că CSP blochează reforme, tergiversează cauze sau protejează persoane.

Kit de reacție:

- Monitorizare zilnică a presei și social media;
- Informare internă imediată a tuturor membrilor;
- Lansarea unei „Note explicative” care expune faptele și demontează narațiunile false;
- Posibil interviu sau apariție media cu o voce autorizată (președinte CSP, sau după caz, un membru desemnat).

Mesaj de răspuns (pentru briefing sau interviu):

„CSP nu comentează conținutul editorial al presei, dar respinge ferm afirmațiile eronate privind presupuse blocaje. Consiliul nu are competențe de intervenție în instrumentarea cauzelor penale, acestea fiind de resortul procurorilor de caz. Vom publica o informare detaliată privind deciziile luate în ultima perioadă, tocmai pentru a combate manipulările și a asigura transparență deplină.”

Manipularea unor decizii adoptate de CSP:

Descriere: Interpretări tendențioase ale unor hotărâri, scoaterea din context a voturilor sau opiniilor.

Kit de reacție:

- Publicarea rapidă a hotărârii integrale pe pagina CSP, cu o notă de însoțire explicativă;
- Clarificări într-un format Q&A (întrebări și răspunsuri);
- Evitarea polemicilor directe, dar asigurarea accesului presei la surse primare.

Mesaj de răspuns (pentru Q&A și site oficial):

„Decizia Consiliului din data de [xx] a vizat exclusiv aspecte procedurale, în strictă aplicare a normei legale. Speculațiile privind presupuse intenții sau agende ascunse nu au nicio bază. Pentru corecta informare a opiniei publice, textul integral al hotărârii, împreună cu nota explicativă, sunt disponibile pe site-ul CSP.”

Atacuri asupra procurorilor implicați în dosare sensibile:

Descriere: Presiuni indirecte asupra CSP prin atacarea procurorilor care instrumentează dosare de corupție, dosare cu impact public sau cauze sensibile.

Kit de reacție:

- Comunicat prin care CSP își reafirmă sprijinul pentru independența și protecția procurorilor;
- Colaborare cu Procuratura Generală pentru un răspuns comun;
- Eventuală sesizare a autorităților competente (ex: Inspecția Procurorilor, CNA, etc.);
- Mesaj de solidaritate adresat public și intern procurorilor vizați.

Mesaj de răspuns (pentru presă și rețele sociale):

„Consiliul Superior al Procurorilor condamnă public atacurile lansate la adresa procurorului [Nume], aflat în exercitarea atribuțiilor sale legale. Astfel de presiuni constituie o amenințare directă la adresa independenței procurorului și a sistemului de justiție. CSP își exprimă sprijinul deplin față de toți procurorii care își desfășoară activitatea cu profesionalism și curaj, indiferent de miza cauzelor gestionate.”

Mecanisme de sprijin permanent:

- Crearea unei celule de criză de comunicare, activate în 24h de la detectarea unui atac grav;
- Stoc de declarații-model și formulări standard pentru diferite scenarii;
- Listă de experți externi sau instituții partenere ce pot fi contactate pentru reacții de sprijin.

Aceste kit-uri trebuie revizuite periodic și testate în simulări interne, astfel încât CSP să acționeze rapid, profesionist și credibil în orice situație de criză de imagine sau legitimitate.

CAPITOLUL IV. POLITICI ȘI PRACTICI DE COMUNICARE REFERITOARE LA EVALUAREA, SELECȚIA ȘI RĂSPUNDEREA DISCIPLINARĂ A PROCURORILOR

Secțiunea 1. Comunicarea instituțională privind evaluarea performanțelor procurorilor și particularitățile vetting-ului

Evaluarea și selecția procurorilor, inclusiv procedura de vetting și răspunderea disciplinară reprezintă unele dintre cele mai sensibile și esențiale atribuții ale CSP. În contextul modificărilor legislative recente, comunicarea publică capătă un rol strategic în asigurarea transparenței, consolidarea încrederii publice și prevenirea interpretărilor eronate.

Prin Legea nr.200/2023, cadrul normativ privind evaluarea și selecția procurorilor a fost restructurat semnificativ. A fost instituit un colegiu unic pentru selecție și evaluare, denumit Colegiul pentru selecția și evaluarea procurorilor, iar Inspekția procurorilor a fost transferată din cadrul Procuraturii Generale în subordinea CSP.

În plus, prin Legea nr.241/2025, s-au introdus *criterii armonizate de evaluare* pentru procurori, fiind inclus *criteriul integrității cu o pondere de 40%*. La fel au fost stabiliți *indicatori specifici pentru funcțiile manageriale*, iar *repartizarea aleatorie a dosarelor* a fost reglementată pentru a asigura transparență și imparțialitate.

În acest nou cadru, *comunicarea CSP trebuie să răspundă unei duble nevoi:*

- să *informeze clar și corect* publicul despre noile mecanisme de evaluare;
- să *transmită un mesaj de coerență, profesionalism și imparțialitate*, reflectând angajamentul instituției față de integritate și transparență.

1.1. Particularitățile evaluării interne a procurorilor

Obiectivele comunicării privind evaluarea procurorilor:

- *Informarea pro-activă* a publicului și actorilor interesați despre modificările legislative și instituționale relevante;
- *Creșterea transparenței* procesului de evaluare prin explicarea clară a criteriilor, procedurilor și etapelor implicate;

- *Promovarea încrederii* în obiectivitatea și imparțialitatea procesului de selecție și evaluare;
- *Gestionarea eficientă a riscurilor de dezinformare*, mai ales în contextul vetting-ului și al evaluărilor extraordinare.

Măsurile concrete de comunicare instituțională

- ✓ **Înainte de declanșarea evaluărilor**, CSP va furniza informații actualizate prin:
 - Publicarea pe site-ul oficial a unei secțiuni dedicate evaluării și vetting-ului, redactată într-un limbaj accesibil;
 - Explicarea funcționării Colegiului pentru selecția și evaluarea procurorilor și a *criteriilor de evaluare* (profesionalism, integritate, competențe manageriale);
 - Detalierea *procedurilor de contestare* și a garanțiilor legale privind imparțialitatea;
- ✓ **Pe parcursul procesului de evaluare**, mesajele publice vor reflecta:
 - Funcționarea Colegiului pentru selecția și evaluarea procurorilor, cu *repartizarea aleatorie a dosarelor*;
 - Posibilitatea inițierii evaluărilor extraordinare doar de către *subiecți prevăzuți expres de lege*;
 - Publicarea *datelor statistice agregate* despre evaluări, cu respectarea confidențialității;
 - Utilizarea *declarațiilor standardizate* în situații cu impact mediatic ridicat, pentru prevenirea speculațiilor.
- ✓ **La finalizarea evaluării**, comunicarea va urmări:
 - Publicarea promptă a *deciziilor și notelor explicative*, în limitele legii;
 - Explicarea modului de aplicare a *criteriilor și ponderilor*, inclusiv pentru funcțiile de conducere;
 - Informarea privind *dreptul extins de contestare* (15 zile lucrătoare) și garanțiile oferite procurorilor detașați.

Coordonarea comunicării

Comunicarea va fi gestionată de *președintele CSP*, cu sprijinul *responsabilului de comunicare*, care va redacta materialele, va actualiza platformele online și va asigura interacțiunea cu mass-media. Secretariatul CSP va susține logistica, iar Colegiul pentru selecția și evaluarea procurorilor va furniza date și clarificări necesare formulării mesajelor publice.

Mecanism de reacție rapidă

Având în vedere riscul crescut de interpretări eronate, în special privind criteriile de integritate sau evaluările extraordinare, CSP va implementa un *mecanism de reacție instituțională*:

- Emiterea unei *declarații oficiale în termen de 24 de ore* de la apariția unei controverse;

- Furnizarea de *clarificări detaliate în maximum 72 de ore*;
- *Intensificarea monitorizării media și a rețelelor sociale în perioade sensibile.*

Prin această abordare strategică, comunicarea CSP privind evaluarea procurorilor va depăși simpla informare procedurală, devenind un instrument activ de consolidare a transparenței, profesionalismului și integrității instituționale, în acord cu noile exigențe legislative și cu așteptările societății.

Kit de comunicare – Evaluarea procurorilor

Mesaje-cheie (Key Messages):

- Formulate clar, scurt, repetabile, pentru a menține coerența.
- Evaluarea procurorilor se desfășoară pe criterii transparente și armonizate cu cele aplicabile judecătorilor.
- Integritatea are pondere de 40% în evaluarea performanțelor.
- Procesele sunt gestionate de un colegiu unic, cu repartizare aleatorie a dosarelor, pentru a asigura imparțialitatea.
- Dreptul de contestare este extins la 15 zile lucrătoare, pentru o protecție sporită a drepturilor.
- CSP respectă confidențialitatea, dar comunică public deciziile și motivele esențiale.

Seturi de materiale pregătite (Ready-to-use content)

- **Comunicate de presă șablon:** lansarea sesiunii de evaluare; publicarea deciziilor finale; clarificări în caz de interpretări eronate.
- **Info grafice:** criteriile și ponderea lor; etapele evaluării; diferențe între evaluarea obișnuită și cea extraordinară.
- **Fișe de întrebări și răspunsuri (Q&A):** rolul CSP; cum funcționează Colegiul pentru selecția și evaluarea procurorilor; cine poate solicita evaluarea extraordinară; cum se asigură imparțialitatea.
- **Mesaje video scurte (30–60 sec.):** explicații despre criterii; rolul integrității; beneficiile noilor proceduri pentru justiție.

Proceduri standard de reacție (Standard Operating Procedures - SOP)

- *Pre-evaluare:* anunț public, material explicativ pe site, briefing tehnic pentru presă.
- *Pe parcurs:* actualizări periodice cu date agregate, mesaje standard pentru solicitări urgente.
- *Post-evaluare:* comunicat oficial + note explicative în max. 72h, info-grafice pe social media.
- *Criză/dezinformare:* mesaj inițial în 24h, clarificări complete în 72h, coordonare directă cu președintele CSP.

Resurse interne:

- *Responsabil de comunicare* – gestionează kitul, îl actualizează și coordonează difuzarea materialelor.

- *Bază de date media* – contacte actualizate ale jurnaliștilor și partenerilor din societatea civilă.
- *Calendar de evaluare* – cu termene pentru pregătirea materialelor și publicarea lor.
- *Arhivă vizuală* – logo-uri, template-uri de prezentare, scheme grafice standard.

1.2. Particularitățile comunicării privind evaluarea externă a procurorilor (vettingul)

Spre deosebire de alte subiecte instituționale, comunicarea despre vetting intersectează teme de sensibilitate majoră pentru societate, precum: lupta împotriva corupției, integritatea în funcția publică, responsabilitatea procurorilor și așteptările legate de reforma sistemului judiciar. Astfel, nu este vorba doar despre o informare procedurală, ci despre o comunicare strategică, menită să întărească încrederea publicului și să legitimeze deciziile luate.

În acest context, comunicarea CSP trebuie să respecte următoarele *principii fundamentale*:

- *Transparență controlată* – informarea publicului se face fără a compromite informațiile confidențiale sau drepturile persoanelor evaluate;
- *Evitarea verdictelor publice* – CSP comunică exclusiv decizii finale, evitând declarațiile care ar putea afecta reputația profesională înaintea finalizării evaluării;
- *Claritate și consecvență* – utilizarea unui limbaj accesibil, adaptat publicului larg și mass-mediei, fără a compromite rigoarea juridică.

Abordare recomandată: Pentru a preveni polarizarea opiniei publice și personalizarea deciziilor, comunicarea CSP privind vettingul trebuie să se bazeze pe o abordare instituțională, ancorată în cadrul legal și în valorile neutralității. Mesajele vor reflecta poziția oficială a instituției, nu a membrilor individuali, chiar și în contexte sensibile sau controversate. Comunicatorii oficiali vor fi președintele CSP sau un reprezentant desemnat, iar declarațiile acestora vor fi echilibrate, clare și obiective, distingând între fapte și interpretări.

Comunicarea publică a CSP în domeniul vetting-ului urmărește următoarele *obiective*:

- *Informarea clară și accesibilă* a cetățenilor despre etapele și criteriile procesului de selecție și evaluare a procurorilor;
- *Creșterea încrederii publice* în CSP ca garant al unui proces corect, transparent și bazat pe merit;
- *Protejarea reputației instituției* în fața atacurilor sau tentativelor de dezinformare;
- *Asigurarea unor reacții rapide, coerente și unitare* în cazul apariției unor controverse în spațiul public legate de procesul de evaluare sau numire.

Pentru a comunica eficient deciziile legate de vettingul procurorilor, CSP utilizează următoarele *canale și instrumente de comunicare*:

- Publicarea deciziilor relevante pe site-ul oficial al CSP, însoțite de note explicative;

- Transmiterea de comunicate de presă după fiecare ședință în care se iau decizii importante privind selecția sau evaluarea procurorilor;
- Organizarea periodică de briefinguri pentru presă, mai ales în momentele-cheie ale procesului de vetting;
- Prezență activă în mediul online (*site web, rețele sociale*), prin materiale informative și info grafice despre proces;
- Participarea reprezentanților CSP la emisiuni și interviuri, pentru a explica rolul instituției în cadrul reformei justiției.

Kit de comunicare - CSP despre vetting

„Vettingul procurorilor: decizii clare, cariere bazate pe integritate”

Scop: Sprijinirea CSP în comunicarea profesionistă și credibilă a deciziilor sale legate de procesul de vetting al procurorilor.

Mesaje-cheie oficiale
„Consiliul Superior al Procurorilor susține o carieră profesională bazată pe merit, integritate și respectarea legii.”
„Deciziile CSP se întemeiază pe evaluări riguroase și documentate, nu pe opinii subiective.”
„Fiecare etapă a procesului de vetting contribuie la restabilirea încrederii cetățenilor în sistemul de justiție.”
„Consiliul Superior al Procurorilor nu are rol de arbitru moral, ci acționează ca garant al respectării criteriilor legale în parcursul profesional.”

Model de comunicat oficial – decizie în procesul de vetting

Comunicat de presă

[Data] Chișinău

CSP a validat rezultatul Comisiei de evaluare în cazul procurorului [Nume Inițiale]

Consiliul Superior al Procurorilor (CSP) a luat act astăzi de decizia Comisiei de evaluare privind rezultatul verificării integrității procurorului [inițiale nume], activ în cadrul [instituția].

Conform prevederilor legale, CSP a validat decizia Comisiei, în baza evaluării realizate cu respectarea criteriilor de legalitate, transparență și echitate.

Președintele CSP, [Nume], a declarat:

„Fiecare decizie a CSP reflectă angajamentul nostru pentru o procuratură integră și profesionistă. Ne asigurăm că parcursul în carieră rămâne unul credibil și corect.”

Informații suplimentare: [link oficial CSP]

Secțiunea 2. Comunicarea strategică privind procesul de selecție a procurorilor

Procesul de selecție a procurorilor reprezintă unul dintre instrumentele esențiale prin care Consiliul Superior al Procurorilor (CSP) contribuie la consolidarea profesionalismului și integrității în sistemul de justiție penală. Comunicarea aferentă concursurilor pentru numire, promovare sau transfer trebuie să depășească

dimensiunea pur informativă, având un rol strategic în promovarea transparenței, consolidarea încrederii publice și întărirea legitimității deciziilor instituționale.

Având în vedere impactul public ridicat al unor proceduri (ex. selecția pentru funcții de conducere sau în contexte sensibile), comunicarea trebuie să fie guvernată de principii clare: neutralitate, claritate și echilibru. Este esențială evitarea personalizării deciziilor și a percepției de lipsă de transparență.

Obiectivele comunicării în procesul de selecție

Comunicarea are un rol central în asigurarea integrității și credibilității concursurilor organizate de CSP. Scopul principal este de a garanta accesul egal la informație și înțelegerea clară a procedurilor de către toți actorii interesați.

Obiectivele specifice includ:

- **Acces egal la informație** – asigurarea disponibilității tuturor datelor relevante privind concursurile: anunțuri, termene, documentație necesară și proceduri aplicabile;
- **Claritate procedurală** – explicarea criteriilor, etapelor și mecanismelor de evaluare, astfel încât toți candidații și observatorii externi să poată înțelege procesul în mod transparent;
- **Combaterea speculațiilor** – prevenirea percepțiilor de favoritism, interferențe nejustificate sau influențe externe asupra deciziilor;
- **Promovarea meritului și integrității** – transmiterea unui mesaj clar că selecțiile sunt bazate pe competență, profesionalism și corectitudine.

Principii de comunicare aplicabile

Pentru a atinge aceste obiective, CSP își structurează comunicarea publică în cadrul proceselor de selecție conform următoarelor *principii*:

- **Transparență procedurală** – toate etapele concursurilor sunt comunicate public, în timp util, într-un limbaj clar și accesibil;
- **Neutralitate** – comunicarea se axează pe proces, nu pe candidați; se evită orice comentarii care pot influența percepția publică înainte de finalizarea procedurilor;
- **Accesibilitate** – informațiile sunt prezentate într-un format clar, ușor de consultat de către toate persoanele interesate;
- **Coerență** – mesajele difuzate prin diverse canale (*site oficial, presă, rețele sociale*) sunt uniforme, evitând confuziile sau contradicțiile.

Etapele-cheie ale comunicării

Comunicarea eficientă presupune adaptarea mesajelor și a instrumentelor de comunicare la fiecare etapă a procesului de selecție, cu scopul de a crește transparența și încrederea publică.

1. Etapa pre-concurs:

Această etapă urmărește informarea timpurie a publicului și pregătirea candidaților:

- Anunțarea publică a posturilor vacante;
- Publicarea criteriilor de eligibilitate și a calendarului concursului;
- Explicarea etapelor și formatului procesului de selecție;
- Organizarea, acolo unde este posibil, a unei sesiuni de tip Q&A (*întrebări și răspunsuri*) pentru potențialii candidați.

2. Etapa desfășurării concursului:

În timpul desfășurării procesului de selecție, comunicarea se axează pe claritate și actualizarea constantă a informațiilor:

- Informarea privind componența comisiei de selecție și regulile de desfășurare;
- Organizarea interviurilor publice, acolo unde cadrul legal permite;
- Emiterea de comunicate privind numărul candidaților și stadiul procedurii.

3. Etapa post-concurs:

Această etapă urmărește asigurarea transparenței privind rezultatele și gestionarea corespunzătoare a reacțiilor din spațiul public:

- Publicarea rezultatelor finale și, acolo unde este posibil, oferirea motivării deciziilor;
- Comunicarea clară și pro-activă cu mass-media, societatea civilă și candidați;
- Emiterea de clarificări oficiale în cazul apariției unor interpretări eronate sau distorsionate în spațiul public.

Instrumente specifice de comunicare

Pentru a sprijini comunicarea în cadrul fiecărei etape, CSP utilizează o serie de instrumente adaptate diferitelor tipuri de public:

- *Anunțuri oficiale* publicate pe site-ul CSP și în mass-media națională;
- *Comunicate de presă* cu privire la etapele și deciziile relevante din cadrul procesului de selecție;
- *Info grafice explicative*, menite să clarifice procesul de selecție într-un format vizual și accesibil;
- *Template standardizat* pentru comunicatul final al concursului, pentru a asigura coerență și predictibilitate;
- *Secțiune dedicată pe site-ul CSP* – „Concursuri în desfășurare / Rezultate”;
- *Postări tematice* pe rețelele sociale, de tipul „Știai că? Cum se selectează procurorii”;
- *Pagini FAQ* (întrebări frecvente) disponibile online, cu actualizări constante;
- *Briefinguri de presă* organizate în special pentru concursurile cu vizibilitate ridicată sau interes public major.

Riscuri de percepție și măsuri de prevenție:

Risc comunicațional	Măsură recomandată
Speculații privind influențe sau aranjamente	Explicarea clară a procedurii și publicarea criteriilor de evaluare
Confuzie între rolul CSP și al altor instituții (ex. PG)	Clarificarea publică a competențelor distincte
Lipsa reacției la critici publice	Răspuns instituțional axat pe respectarea cadrului legal
Subiectivizarea deciziilor în presă	Decizii comunicate cu justificări clare și obiective

Kit de comunicare pentru selecție

Titlu orientativ: „*Selecția procurorilor: transparență, merit, responsabilitate*”

Componente:

- Comunicat oficial de anunțare a postului vacant;
- Info grafic: „5 pași până la numire”;
- Comunicat final cu scoruri și evaluări;
- Declarația președintelui CSP: „*Responsabilitatea noastră este să alegem procurori care servesc cu responsabilitate legea, statul de drept și interesele cetățenilor*”;
- Secțiune web actualizată în timp real cu statutul fiecărui concurs.

Secțiunea 3. Comunicarea privind răspunderea disciplinară a procurorilor

Mecanismul de răspundere disciplinară este adesea perceput ca fiind inefficient și lipsit de claritate, atât din interiorul sistemului, cât și din partea societății. Procurorii semnaleză absența unor filtre inițiale solide și riscul aplicării arbitrare a normelor, în timp ce publicul larg percepe procedura ca fiind opacă și inefficientă în sancționarea abaterilor grave.

În acest context, CSP are responsabilitatea de a comunica în mod clar și transparent rolul Colegiului de disciplină și etică, principiile de echitate care guvernează procedurile, precum și progresele realizate pentru eficientizarea mecanismului disciplinar. Transparența deciziilor - cu respectarea confidențialității și a prezumției de nevinovăție - este un element esențial pentru restabilirea încrederii publice.

Pentru a corecta percepțiile de inefficientă sau disfuncționalitate, CSP trebuie să reflecte în comunicarea sa reformele aflate în curs de implementare, precum:

- clarificarea definițiilor abaterilor disciplinare;
- instituirea unor filtre riguroase pentru respingerea sesizărilor vădit neîntemeiate;
- consolidarea criteriului de *integritate* în evaluările disciplinare;
- publicarea deciziilor și jurisprudenței relevante, în format anonimizat.

Este esențial ca mesajele transmise de CSP să reflecte un echilibru corect: protejarea independenței procurorilor este consolidată - nu afectată - prin existența unui mecanism disciplinar corect, previzibil și eficient.

O comunicare coerentă, fundamentată juridic și adaptată publicului contribuie la: *creșterea încrederii publice în integritatea sistemului; protejarea legitimității instituționale a CSP; promovarea unei culturi a responsabilității profesionale în rândul procurorilor.*

Obiective de comunicare

Comunicarea privind răspunderea disciplinară a procurorilor urmărește să:

- explice clar principiile și normele care guvernează mecanismul de răspundere disciplinară;
- contracareze percepțiile de opacitate, impunitate și lipsă de reacție în fața abaterilor;
- asigure un răspuns rapid, coerent și credibil în cazurile cu interes public crescut;
- informeze transparent cu privire la reformele legislative și instituționale relevante;
- sublinieze echilibrul dintre protejarea independenței procurorilor și necesitatea sancționării comportamentelor neconforme.

Acțiuni recomandate în perioada 2026 - 2031:

- *Publicarea periodică de sinteze anonimizate* privind hotărârile Colegiului de disciplină și etică, cu explicații clare și accesibile
- *Elaborarea și difuzarea unui ghid explicativ* privind abaterile disciplinare și procedura de examinare
- *Organizarea de sesiuni de informare și dialog* între CSP, procurori, Colegiul de disciplină și etică și societatea civilă
- *Reacționarea publică promptă și argumentată* în cazurile de interes major sau atacuri asupra integrității instituției
- *Prezentarea pro-activă a reformelor legislative* și a impactului acestora asupra procesului disciplinar
- *Crearea de materiale informative vizuale* (info grafice, video explicative) pentru a explica procesul și principiile de funcționare a mecanismului disciplinar
- *Colaborarea activă cu presa* pentru a asigura o înțelegere corectă și echilibrată a procedurilor și deciziilor
- *Asigurarea accesului publicului la date statistice* privind procedurile disciplinare, sancțiunile aplicate și tendințele relevante
- *Formarea purtătorilor de cuvânt și responsabililor de comunicare* din cadrul CSP și Colegiului de disciplină și etică, pentru o abordare profesionistă și coerentă

Kit de comunicare - Răspunderea disciplinară a procurorilor

Scop: Consolidarea încrederii publice în integritatea sistemului Procuraturii prin transparență, claritate și reacții profesioniste în gestionarea procedurilor disciplinare.

Mesaj-cheie (narațiune centrală)

Un mecanism disciplinar clar, echitabil și eficient este o garanție a independenței reale a procurorilor și un pilon al încrederii în justiție.

Instrumente și materiale de comunicare

Pentru a sprijini o comunicare eficientă și adaptată contextului, CSP va utiliza următoarele materiale și instrumente:

Fișă informativă:

Titlu: „*Răspunderea disciplinară a procurorilor – ce s-a schimbat?*”

Conținut:

- Principalele noutăți legislative (Legea nr. 200/2023 și modificările ulterioare);
- Garanții privind imparțialitatea și echitatea procedurilor;
- Descrierea succintă a actorilor implicați și a termenelor procedurale;
- Rolul distinct al CSP și al Colegiului de disciplină și etică;
- Date statistice relevante privind cauzele și soluțiile din ultimii ani.

Info grafic explicativ:

Titlu: „*Cum funcționează mecanismul disciplinar?*”

Elemente vizuale:

- Etapele procedurii (sesizare → verificare → decizie);
- Drepturile garantate procurorului în cadrul procedurii;
- Tipuri de sancțiuni posibile și criteriile de aplicare.

Întrebări frecvente (FAQ):

Exemple de întrebări:

- „*Poate fi sancționat un procuror pentru opiniile exprimate?*”
- „*De ce nu sunt publice toate detaliile cazurilor disciplinare?*”
- „*Ce mecanisme previn eventualele abuzuri în procesul disciplinar?*”

Template-uri pentru reacții publice în cazuri sensibile:

Conținut standardizat pentru situații de criză:

- Formulări neutre de reacție inițială („*luăm act*”, „*analizăm*”, „*vom reveni cu concluzii*”);
- Mesaje de consolidare a credibilității și legitimității mecanismului;
- Precizări privind caracterul confidențial al procedurilor și respectarea prezumției de nevinovăție.

Ghid intern de comunicare (pentru conducerea CSP)

Destinat președintelui CSP sau purtătorului de cuvânt desemnat include:

- Teme și subiecte sensibile ce trebuie evitate în spațiul public;
- Recomandări privind formularea mesajelor în presă;

- Clarificarea responsabilităților: rolul CSP vs. Colegiul de disciplină și etică;
- Mecanisme de coordonare a comunicării cu alte instituții relevante (*ex. Ministerul Justiției, Consiliul Superior al Magistraturii*).

CAPITOLUL V. MONITORIZAREA ȘI EVALUAREA IMPLEMENTĂRII. INDICATORII DE IMPACT ȘI BUGET

Secțiunea 1. Mecanisme de monitorizare și evaluare

Implementarea Strategiei de comunicare a CSP presupune o abordare etapizată, clară și sustenabilă în timp. Calendarul de acțiuni, resursele alocate și repartizarea responsabilităților sunt esențiale pentru atingerea obiectivelor propuse și pentru asigurarea unei comunicări instituționale eficiente și credibile.

Strategia de comunicare va fi implementată în perioada anilor 2026-2031, în baza unui plan de acțiuni detaliat, structurat în funcție de prioritățile instituționale și resursele disponibile.

Monitorizarea aplicării strategiei va avea loc pe parcursul a 12 luni, prin instrumente specifice de evaluare cantitativă și calitativă, precum:

- numărul aparițiilor CSP în mass-media tradițională și online;
- numărul inițiativelor de colaborare cu societatea civilă;
- numărul instruirilor organizate pentru personalul din cadrul CSP;
- frecvența și tematica subiectelor de interes major pentru presă și public;
- capacitatea de gestionare a situațiilor neprevăzute (*crize de imagine, atacuri publice, dezinformare etc.*).

Evaluarea finală a strategiei va fi realizată la încheierea perioadei pentru care a fost aprobată, sau, dacă este cazul, înainte de aprobarea unei noi strategii ori a unui plan revizuit de acțiuni.

Pentru ca Strategia de comunicare a CSP să își atingă obiectivele, este esențial ca implementarea să fie însoțită de o monitorizare continuă, atât a acțiunilor desfășurate, cât și a efectelor generate. Această monitorizare vizează în special impactul asupra percepției publice, nivelului de transparență și coerenței instituționale în comunicare.

În acest sens, CSP va institui un sistem de monitorizare și evaluare integrată a activităților de comunicare, structurat în jurul următoarelor componente:

- *Monitorizarea lunară a canalelor de comunicare* (website, social media, comunicate);
- *Raport semestrial intern* privind implementarea acțiunilor planificate de comunicare, inclusiv analiza reacțiilor generate în spațiul public, monitorizarea presei și evaluarea mențiunilor online relevante pentru imaginea CSP și desfășurarea procesului de vetting;
- *Consultări anuale* cu partenerii de dezvoltare și reprezentanții societății civile, concomitent cu aplicarea chestionarelor de satisfacție adresate procurorilor și

publicului extern, în vederea evaluării percepțiilor asupra activității CSP și a eficienței comunicării instituționale.

Secțiunea 2. Indicatori de rezultat și de impact

Categorie	Indicatori de rezultat	Indicatori de impact
Clarificarea rolului CSP în procesul de evaluare externă	Numărul solicitărilor de clarificare din partea procurorilor, mass-mediei și societății civile, soluționate prin răspunsuri oficiale; Numărul de comunicate publicate;	Îmbunătățirea percepției privind separarea clară a competențelor instituționale în procesul de vetting;
Transparență instituțională	Numărul postărilor explicative și al secțiunilor tematice actualizate pe pagina web	Nivelul perceput de transparență în rapoarte externe (UE, CRJM etc.)
Combaterea dezinformării	Timpul mediu de reacție la informații false; Numărul clarificărilor publice emise;	Reducerea cazurilor de confuzie sau dezinformare în mass-media
Implicare și vizibilitate	Numărul aparițiilor publice, interviurilor și participărilor la evenimente	Creșterea vizibilității pozitive în presa națională și internațională
Coerență instituțională	Gradul de uniformizare a mesajelor instituționale transmise de CSP pe diferite canale de comunicare; Numărul ședințelor/consultărilor interne dedicate alinierii pozițiilor instituționale;	Creșterea gradului de încredere publică în activitatea CSP; Reducerea riscurilor reputaționale generate de comunicări neuniforme; Sporirea percepției de unitate instituțională în relația cu procurorii, partenerii de dezvoltare și societatea civilă.
Încredere publică	Numărul campaniilor și activităților de informare publică realizate de CSP; Numărul solicitărilor de informații soluționate în termen și al răspunsurilor oferite publicului; Feedback pozitiv în comentarii și interacțiuni publice	Sporirea gradului de transparență și a nivelului de încredere în CSP (<i>sondaje, focus grupuri</i>)

Secțiunea 3. Resurse financiare necesare

Implementarea eficientă a Strategiei de comunicare presupune asigurarea unor resurse financiare adecvate și sustenabile. Bugetul necesar va fi constituit din următoarele surse:

- *alocări de la bugetul de stat*, prin finanțarea anuală a CSP, în limitele aprobate;
- *finanțări externe* obținute prin parteneriate strategice cu organizații internaționale și mecanisme de asistență tehnică;

▪ *proiecte comune* realizate în colaborare cu societatea civilă și mediul academic.

Resursele financiare vor fi orientate prioritar către:

- modernizarea infrastructurii tehnice a serviciului de comunicare;
- elaborarea și distribuirea materialelor informative;

- organizarea instruirilor pentru purtătorii de cuvânt, membrii CSP și personalul implicat în activități de comunicare;

- dezvoltarea și profesionalizarea prezenței CSP în mediul digital.

Prin diversificarea surselor de finanțare și prioritizarea cheltuielilor strategice, CSP urmărește consolidarea unei comunicări instituționale eficiente, sustenabile și orientate spre rezultate măsurabile.

Secțiunea 4. Responsabilități în implementare

Implementarea Strategiei de comunicare a CSP presupune un efort instituțional coordonat, bazat pe delimitarea clară a responsabilităților între structurile implicate.

Responsabilitățile principale sunt distribuite după cum urmează:

- *Consiliul Superior al Procurorilor* – asigură coordonarea generală a implementării Strategiei și desemnează echipa responsabilă de monitorizarea executării acesteia;

- *Președintele CSP* – reprezintă vocea oficială a instituției, în special în situații de criză sau în subiecte de interes public major;

- *Aparatul CSP* – acordă suport administrativ și logistic activităților de comunicare și asigură documentarea și arhivarea acestora;

- *Serviciul de comunicare al CSP* – planifică și execută activitățile de comunicare, gestionează relația cu mass-media și monitorizează spațiul informațional;

- *Procuratura* – contribuie la aplicarea uniformă a mesajelor instituționale și la menținerea comunicării cu presa;

- *Institutul Național al Justiției* – susține componenta de formare profesională în domeniul comunicării publice și gestionării crizelor de imagine.

Această structură instituțională urmărește consolidarea transparenței, creșterea încrederii publice și susținerea reformei sistemului Procuraturii printr-o comunicare profesionistă și coerentă.

Secțiunea 5. Procedura de modificare și revizuire periodică a Strategiei

Strategia de comunicare a CSP reprezintă un instrument instituțional dinamic, susceptibil de ajustare permanentă în funcție de evoluțiile cadrului juridic, instituțional, mediatic și social.

Revizuirea sau actualizarea Strategiei poate fi inițiată în următoarele situații:

- modificarea cadrului normativ relevant pentru activitatea CSP;

- schimbarea priorităților instituționale sau strategice;

- concluziile evaluărilor anuale care relevă neconcordanțe semnificative între obiective și implementare;

- schimbări ale mediului mediatic, digital sau ale percepției publice;

- recomandări formulate de partenerii internaționali, societatea civilă sau alte instituții relevante;

- apariția unor crize instituționale majore care necesită ajustarea abordării strategice.

Orice modificare sau actualizare a Strategiei se aprobă exclusiv prin hotărâre a Consiliului Superior al Procurorilor, adoptată în ședință plenară.

Procedura de modificare se inițiază de membrii CSP, având la bază raportul anual de monitorizare a implementării Strategiei, întocmit de subdiviziunea specializată din cadrul Aparatului CSP, care ar urma să includă: *circumstanțele care justifică necesitatea modificării; prevederile propuse spre modificare și conținutul modificărilor preconizate; impactul estimat asupra implementării Strategiei și asupra obiectivelor acesteia.*

Raportul anual de monitorizare se prezintă Consiliului, care decide asupra oportunității inițierii procedurii de modificare a Strategiei. Raportul anual de implementare se publică pe pagina web oficială a CSP.