



STRATEGIA DE COMUNICARE A ANBPR

2009-2013

1. ARGUMENT	2
1.1. Introducere	2
1.2. Consideratii generale.....	3
1.3. Principii de comunicare	4
2. ANALIZA SITUATIEI.....	4
2.1. Cadrul general.....	4
2.2. Viziunea si misiunea ANBPR.....	6
2.2.1. Viziunea	6
2.2.2. Misiunea	6
2.3. Evaluarea concurentei.....	7
2.4. Mediul de comunicare si canalele media.....	8
2.4.1. Comunicarea interna	8
2.4.2. Comunicarea externa	10
2.5. Aspectele organizationale ale informarii si comunicarii	10
2.6. Grupuri-tinta, mesaje, mijloace si tehnici de comunicare	11
2.8. Comunicarea in situatii de criza	13
3. STRATEGIA DE COMUNICARE.....	14
3.1. Obiective strategice si directii de actiune	14
3.2. Imaginea si perceptia actuala a ANBPR	16
3.3. Imaginea spre care tinde ANBPR	17
3.4. Pachete de mesaje	18
3.5. Activitati de informare si comunicare	19
3.6. Parteneriate	20
3.7. Monitorizarea si evaluarea.....	21

1. ARGUMENT

1.1. Introducere

Strategia de comunicare a ANBPR este conceputa ca un instrument de optimizare a informarii si comunicarii Asociatiei. Metodele si mecanismele de comunicare descrise in prezenta Strategie vor fi analizate, evaluate si adaptate nevoilor punctuale ale organizatiei, precum si intereselor de promovare identificate de responsabilii de comunicare din Departamentul Operational.

Strategia de comunicare este structurata pe mai multe sectiuni: analiza situatiei, o scurta evaluare a stadiului actual al comunicarii la nivelul Asociatiei, recrutarea si fidelizarea partenerilor, mediul de comunicare extern, comunicarea anterioara si actuala a Asociatiei, precum si principalele directii si actiuni de comunicare programate sa se desfasoare pe termen mediu si lung.

Prezenta strategie se concentreaza pe aspectele relevante ale comunicarii, cu accent pe punctele forte, domeniile care trebuie imbunatatite, oportunitatile si riscurile demersurilor de comunicare. Cea de-a doua sectiune a strategiei, reprezentand strategia de comunicare propriu-zisa, defineste obiectivele, grupurile-tinta, abordarea strategica si principalele actiuni de comunicare de intreprins.

Strategia este importanta nu doar pentru conducerea ANBPR, ci si pentru toti cei care sunt implicati in elaborarea, promovarea si prestarea serviciilor de profil furnizate de Asociatie. Strategia va contribui la evitarea blocajelor de comunicare din cadrul organizatiei si va imprima directia si frecventa corecta a fluxurilor informationale.

Planul de actiuni de comunicare include un calendar detaliat al activitatilor si constituie in Anexa 1, atasata Strategiei de comunicare.

Departamentul Operational al Asociatiei este responsabil de implementarea planului de actiuni de comunicare in conformitate cu strategia propusa si aprobata in sedinta Biroului Executiv al Asociatiei.

1.2. Consideratii generale

Scopul acestei Strategii este acela de a identifica metodele si instrumentele optime prin care ANBPR sa-si poata exercita rolul de promotor si aparator al profesiei de bibliotecar.

In respectul valorilor profesionale ale bibliotecarilor pe care ii reprezinta, ANBPR s-a angajat sa exprime si sa sustina public, oridecate ori este nevoie, interesele si opiniile membrilor sai. Aceste luari de pozitie ale Asociatiei au in vedere atat initiativele de ordin profesional, masurile guvernamentale, modificarile legislative, cat si actiunile civice, care pot influenta, intr-o masura mai mare sau mai mica, evolutia si perceptia profesiei de bibliotecar in comunitate. ANBPR si-a asumat programatic misiunea de a creste importanta bibliotecilor publice in societatea romaneasca. In acest sens, Asociatia doreste sa potenteze rolul acestei institutii in emanciparea publicului romanesc - acela de centru social, centru pentru educatie si invatare, centru IT&C, centru cultural, cat si de centru de informare generala.

Pe de alta parte, prin masurile pe care le intreprinde, ANBPR doreste sa cultive comunitatii interesul pentru lectura, in sens restrans, si pentru cultura, in sens larg. Din acest motiv, mesajul de comunicare al Asociatiei va avea si un pronuntat caracter de informare si de educare a publicului. Accentul se va pune in special pe importanta bibliotecii in conectarea comunitatii la mijloacele IT&C, in stransa legatura cu obiectivele programului Biblionet.

Potrivit tendintelor actuale in domeniu, ANBPR va cauta sa-si dezvolte vocatia comunitara, prin adaugarea de noi servicii si diversificarea celor existente. Sub aspectul comunicarii, acest lucru se va reflecta in mesaje de popularizare a serviciilor moderne de biblioteca.

Odata cu cresterea nevoii de informatie si extinderea utilizarii canalelor IT moderne, ANBPR incurajeaza si faciliteaza dialogul si cooperarea dintre profesionistii bibliotecari si utilizatorii serviciilor de biblioteca. Din perspectiva comunicarii, acest lucru se va reflecta in difuzarea de mesaje personalizate pentru diferite categorii de utilizatori.

1.3. Principii de comunicare

Diversitatea mesajelor de comunicat, varietatea ocaziilor care favorizeaza comunicarea si multitudinea mijloacelor de promovare, impun pastrarea catorva constante. Principiile generale carora trebuie sa li se subordoneze intregul demers de comunicare al Asociatiei sunt urmatoarele:

Transparenta - capacitatea de a furniza, in timp optim, informatie obiectiva si corecta privind activitatile ANBPR;

Permanenta - capacitatea de a furniza in mod constant si coerent informatii utile grupurilor-tinta (membri si non-membri) in scopul fidelizarii/ atragerii acestora;

Flexibilitate - capacitatea ANBPR de a se adapta rapid la semnalele venite din partea membrilor si partenerilor sai sociali;

Eficienta - utilizarea optima a resurselor in vederea atingerii impactului maxim;

Unitate - oferirea unui mesaj coerent si unitar („o singura voce”);

Receptivitate – capacitatea ANBPR de a fi deschisa si sensibila la semnalele venite din partea membrilor si a mediului exterior si de a le transforma in actiuni viabile cuantificabile.

2. ANALIZA SITUATIEI

2.1. Cadrul general

Asociatia Nationala a Bibliotecarilor si Bibliotecilor Publice din Romania (ANBPR) este cea mai mare organizatie profesionala a bibliotecarilor din Romania. Ratiunea

principala a infiintarii ANBPR este data de nevoia de asociere pe plan national a persoanelor fizice si juridice care, prin profesie, atributii si preocupari sunt implicate in sau sustin profesia de bibliotecar, dezvoltarea biblioteconomiei si a stiintelor informarii si documentarii.

Succesul si impactul actiunilor guvernate de ANBPR depind in mare masura de eficienta si continuitatea demersurilor de comunicare ale organizatiei. Numai o suita de actiuni conjugate in domeniul comunicarii pot asigura o buna cunoastere in randul opiniei publice a intereselor profesionistilor bibliotecari, precum si a politicii de dezvoltare pe termen lung a Asociatiei.

ANBPR functioneaza inca din 1990 in conditii de concurenta cu alte entitati similare care isi revendica dreptul de a se considera, fiecare dintre ele, organizatia cel mai bine reprezentata la nivel national sau la nivelul unui anumit segment de biblioteci.

ANBPR experimenteaza deja de cativa ani diverse forme de comunicare, acestea devenind mai consistente odata cu maturizarea organizatiei. In ultimii ani, s-au realizat progrese insemnate in acest sens, initiativele in domeniul comunicarii fiind din ce in ce mai bine articulate si mai coerente. Conducerea actuala a organizatiei a contribuit la intensificarea actiunilor de promovare a Asociatiei si la strangerea legaturilor dintre membrii sai. Aceasta regandire a politicii de comunicare este esentiala in cadrul procesului de emancipare organizationala a Asociatiei.

Pentru a asigura coerenta actiunilor de comunicare la nivel central, judetean si regional, se impune sincronizarea eforturilor comune ale conducerii la varf a Asociatiei, ale membrilor organizatiei, dar si ale partenerilor de programe si ale colaboratorilor externi.

Odata cu lansarea programului national Biblionet si obtinerea grantului din partea Fundatiei Bill & Melinda Gates, ANBPR a considerat necesara infiintarea unui Departament Operational propriu. Aceasta structura de management va face posibila implementarea rapida si eficienta a actiunilor asumate de conducerea Asociatiei. Gestiunea corecta a tuturor aspectelor organizationale nu poate fi realizata in absenta unei informari de calitate intre Asociatie si publicul sau. Este vorba de nevoia de informare constanta intre Asociatie si partenerii sai, pe de-o parte, si intre Asociatie si membrii cotizanti, pe de alta parte.

Pentru coerența și unitatea acțiunilor de comunicare la nivelul tuturor filialelor județene ale ANBPR este necesară dezvoltarea unei comunicări instituționale pe orizontală la nivelul conducerii și membrilor unităților respective. Faptul că ANBPR numără în prezent 37 de filiale județene este un bun argument pentru ca relația de comunicare să fie una susținută și generalizată, la nivel național. Mai ales că, în momentul de față, sunt disponibile o serie de canale de comunicare moderne, care permit interacțiunea filialelor în derularea de proiecte și programe comune.

2.2. Viziunea și misiunea ANBPR

2.2.1. Viziunea

ANBPR va atinge un nivel de recunoaștere superior în rândul asociațiilor profesionale cu acoperire națională, capătând rolul de catalizator al tuturor acțiunilor de susținere a profesiei de bibliotecar și a disciplinelor asociate. Acționând ca un liant al ideilor de emancipare și de modernizare a profesiei și a statutului de bibliotecar, Asociația va sprijini inițiativele membrilor săi și va valorifica potențialul de auto-reprezentare al acestora.

ANBPR va fi cea mai puternică asociație profesională din domeniu (a bibliotecarilor) cunoscută și recunoscută ca atare în plan național și internațional.

2.2.2. Misiunea

ANBPR își propune să devină un factor de stabilitate organizațională pentru membrii săi, în scopul emancipării de substanță a categoriei profesionale a bibliotecarilor. Pornind de la principiile de bază în organizarea de tip asociativ - solidaritate, coeziune, angajare socială și competitivitate – ANBPR se angajează să castige drepturi noi pentru membrii săi, să standardizeze activitatea de profil, să intensifice colaborarea cu alte entități din România și străinătate și să pledeze pentru revigorarea statutului și misiunii bibliotecarului în societate, în acord cu noile tendințe în domeniu.

2.3. Evaluarea concurenței

ANBPR se afla în relație de competitivitate cu celelalte asociații profesionale ale bibliotecarilor existente la nivel național, și anume: **Asociația Bibliotecarilor din România (ABR)**, **Asociația Bibliotecarilor și Documentaristilor din România (ABIDOR)**, **Asociația Bibliotecarilor Maghiari din România (RMKE)**. Deși, practic, fiecare dintre aceste asociații se adresează unui anumit segment de public, există paliere ale activității pe care aceste asociații sunt concurente, sau chiar rivalizează.

ABR este o organizație profesională a bibliotecarilor care reunește într-o structură comună atât biblioteci naționale, biblioteci universitare, biblioteci școlare, biblioteci publice, cât și biblioteci specializate. Această organizație apolitică, neguvernamentală și nonprofit cu personalitate juridică din 19 mai 2007 număra, în prezent peste 2000 de membri.

ABIDOR a luat ființă, la 17 mai 1991, ca filială a A.N.B.B.P.R. (Asociația Națională a Bibliotecarilor și Bibliotecilor Publice din România) cu un număr de 64 de membri. Începând cu 31 octombrie 1997, aceasta obține statut juridic sub denumirea de A.B.I.D.O.B. (Asociația Bibliotecarilor și Documentaristilor din București), devenind ulterior ABIDOR. În activitatea sa de până acum, ABIDOR s-a implicat într-o serie de programe de perfecționare profesională a bibliotecarilor, în editarea de publicații de specialitate și organizarea de manifestări cu profil biblioteconomic.

RMKE a luat ființă în anul 1990 la Sfântu Gheorghe, ca secțiune de biblioteconomie a Societății Maghiare de Cultură din Transilvania, după care a devenit o asociație profesională. Membrii asociației sunt bibliotecari maghiari din toate tipurile de biblioteci din România. Actuala asociație se preocupă de pregătirea și formarea continuă a bibliotecarilor maghiari din România, menținând o legătură strânsă cu asociația-mamă din Ungaria – prin cursuri, achiziții de carte, donații, schimburi de experiență etc. ANBPR și **RMKE** au identificat puncte de interes comune, Asociația Maghiară exprimându-și recent dorința de a fuziona cu ANBPR și a fi asimilată de aceasta.

2.4. Mediul de comunicare si canalele media

Strategia are in vedere cele doua componente esentiale ale comunicarii: **interna** si **externa**. Aceste tipuri de comunicare sunt convergente si complementare si se vor dezvolta simultan. Eficienta comunicarii la nivelul Asociatiei depinde, in egala masura, de implementarea ambelor tipuri de comunicare. Daca exista o comunicare interna eficienta, Asociatia, in ansamblu, va fi capabila sa comunice, in aceleasi coordonate, si cu exteriorul. Cu cat procesul de comunicare este mai omogen si mai lipsit de sincope, cu atat va creste nivelul de credibilitate si reputatia ANBPR. Daca, dimpotriva, comunicarea interna se desfasoara cu dificultate, Asociatia nu va putea sa deruleze programe realiste si articulate de relationare cu publicul de profil si cu societatea civila, in ansamblu.

2.4.1. Comunicarea interna

Mesajele interne pot viza:

Pozitionarea si perspectivele Asociatiei – acestea trebuie sa fie cunoscute de toti membrii ANBPR, pentru a intelege mai bine implicarea lor si conexiunile pe care le au la dispozitie la nivelul organizatiei;

Rolul individual in organizatie – este util ca fiecare membru al Asociatiei sa cunoasca drepturile, si responsabilitatile ce-i revin si, mai ales, sa inteleaga cum influenteaza activitatea si atitudinile proprii perceptia de ansamblu a ANBPR;

Evenimentele curente (locale, regionale, nationale si internationale)

Acestea trebuie sa fie cunoscute de membrii si angajatii organizatiei, care sunt datori sa se implice in derularea acestor evenimente.

Exemplele de bune practici / povesti de succes din activitatea filialelor si a bibliotecilor publice din care provin membrii ANBPR

Oportunitati de formare si dezvoltare profesionala

Noutati si trenduri la nivel international

Mesajele de comunicare vizeaza urmatoarele categorii de adresanti:

- Membrii Biroului Executiv;
- Membrii Consiliului de Conducere;
- Comisiile de specialitate;
- Membri de onoare ai organizatiei, care sunt consultati in legatura cu deciziile importante din viata organizatiei;
- Voluntarii si personalul angajat (Departamentul Operational), prin activitatea carora ANBPR isi planifica si desfasoara, in mod organizat, procedurile interne.

Canalele media pentru informarea interna:

Materialele tiparite (mape de prezentare, buletin informativ, pliante, publicatii profesionale, foi volante etc.).

Aceste categorii de materiale au caracter periodic si raspund unor scopuri bine determinate:

- contribuie la instaurarea unor relatii colegiale la nivelul Asociatiei;
- fiecarui membru i se explica valoarea si importanta activitatii sale;
- furnizarea unor informatii obiective asupra vietii si evenimentelor sociale de interes pentru Asociatie;
- ofera fiecarui membru posibilitatea de a se exprima.

Mijloacele electronice de comunicare (Internetul, Skype, Yahoo Messenger);

Discutiile orale (directe) - presupun transmiterea informatiei la toate nivelurile (ierarhic, de sus in jos, dar si dinspre membri simpli spre reprezentantii conducerii ANBPR).

Conferintele anuale si intalnirile regionale.

2.4.2. Comunicarea externa

Pentru reusita demersurilor sale de comunicare, ANBPR trebuie sa intre in relatie cu anumite institutii si organizatii care pot contribui, intr-o masura mai mare sau mai mica, la atingerea cu succes a scopurilor propuse de Asociatie:

- Autoritatile administratiei centrale si locale;
- Mass-media centrala si locala;
- Asociatiile profesionale similare (nationale si internationale);
- ONG-uri din domeniul culturii, educatiei, patrimoniului etc.;
- Asociatii si fundatii internationale.

2.5. Aspectele organizationale ale informarii si comunicarii

Fiind vorba de o asociatie profesionala, deci o organizatie non-profit, cea mai mare parte a demersurilor de comunicare iau forma informarii publice. Practic, comunitatea bibliotecarilor, in sens restrans, si societatea civila, in sens larg, beneficiaza, periodic, de informari din partea Asociatiei cu privire la actiunile si programele in care este implicata aceasta.

Odata cu dezvoltarea organizationala, Asociatia recurge si la alte forme de promovare, cum ar fi: publicatii proprii, Newsletter-uri, manuale, spoturi audio si video, prezentari, discursuri si aparitii publice, comunicari electronice etc.

Spre deosebire de publicitatea clasica, in sistem platit, mesajele de informare publica in regim gratuit nu ofera siguranta ca acestea vor fi preluate si difuzate intocmai de catre canalele media. Pentru ca aceste mesaje sa prezinte interes pentru presa, trebuie sa se tina seama de stilul, audienta si specificul canalului mediatic respectiv. Mesajele emantate de Asociatie trebuie sa respecte caracteristicile impuse de fiecare canal de informare in parte si de tehnologia de care dispune acesta.

2.6. Grupuri-tinta, mesaje, mijloace si tehnici de comunicare

Grupuri-tinta ale Asociatiei, la nivel national:

Beneficiarii directi:

- Membrii proprii;
- Consiliul de Conducere;
- Biroul Executiv;
- Comisiile profesionale;
- Personalul angajat.

Beneficiarii indirecti:

- Bibliotecarii non-membri;
- Alte categorii profesionale inrudite;
- Potentialii beneficiarii si beneficiarii finali ai programelor derulate de Asociatie;
- Mediul academic (cadrele didactice din domeniul biblioteconomic);
- Functionari publici si politicieni;
- Reprezentantii Consiliilor locale si Consiliilor judetene;
- Reprezentantii mass-media;
- Partenerii si colaboratorii;
- Ministerul de resort;
- Alte entitati publice interesate;
- Potentialii sponsori;
- Publicul larg.

Grupuri-tinta ale Asociatiei, la nivel international:

- Asociatii profesionale ale bibliotecarilor;
- Organizatii internationale cu profil apropiat;
- Potentiali finantatori.

Diversitatea grupurilor-tinta pe care le are in vedere Asociatia determina necesitatea ca mesajul de comunicare sa fie adaptat in functie de particularitatile fiecarui grup.

In primul rand, vorbim de persoanele direct interesate de activitatea Asociatiei din perspectiva profesiei – membrii ANBPR, de regula bibliotecari, dar si functionari publici, persoane cu functii de decizie, politicieni, jurnalisti, cercetatori, profesori etc.

In al doilea rand, trebuie avut in vedere publicul larg, pentru care trebuie gandite activitati specifice si ample de informare si comunicare, transmise prin diferite mijloace (media, mese rotunde, dialoguri, campanii de informare si sensibilizare, campanii de advocacy etc.).

Mesajele de comunicare alese de Asociatie vor imbraca diferite forme de prezentare, intre care amintim:

- distribuirea de buletine informative, carti, reviste, brosure si alte materiale de informare;
- redactarea si distributia de articole de presa, stiri si reportaje in mass-media si in mediul online;
- raspunsuri la diferite intrebari si solicitari venite din partea membrilor;
- postarea regulata a noutatilor pe site-ul Asociatiei, pe Blog;
- folosirea forumului si a platformei de e-learning atasata website-ului ANBPR;
- intensificarea contactelor cu Filialele judetene ale Asociatiei;
- cooperarea cu ONG-urile active in domeniul cultural;
- intrarea in dialog cu mass-media si organizarea de conferinte de presa tematice;
- lansarea de spoturi publicitare si campanii media de informare (la TV, radio, in presa scrisa);
- forme speciale de comunicare cu autoritatile administratiei publice centrale si locale;
- organizarea de seminarii si traininguri pe domeniile concrete de interes ale bibliotecarilor.

Mijloace de comunicare

Campaniile – identificarea problemelor care necesita rezolvare, setarea obiectivelor, planificarea actiunilor de intreprins, bugetarea si implementarea propriu-zisa.

Relatia cu mass-media – are ca finalitate informarea publica privind actiunile si masurile intreprinse de Asociatie in sprijinul membrilor sai. Concretizarea bunei colaborari cu reprezentantii media poate lua urmatoarele forme:

- **comunicarea directa** - intalniri, prezentari, adunari, mese rotunde, conferinte etc.;

- **comunicarea in scris** - rapoarte, anunturi de interes public, articole, comunicate etc.;
- **organizarea de evenimente** - conferinte de presa, seminarii, sarbatori, decernari etc.

Activitati de advocacy pentru promovarea imaginii Asociatiei:

- ONG-urile – semnarea de memorandumuri de colaborare/parteneriat;
- Finantatori & ordonatori de credite – planificarea de intalniri periodice;
- Liderii de opinie - de invitat la evenimentele Asociatiei;
- Personalitati politice si factori de decizie – de implicat in grupurile de lucru si de atras in manifestarile curente ale Asociatiei.

2.7. Comunicarea in situatii de criza

In viata unei organizatii pot aparea anumite situatii tensionate, denumite crize. Crizele implica intotdeauna oameni si fapte care intrerup fluxul normal al activitatilor din cadrul organizatiei cu efecte de multe ori imprevizibile.

Pentru a se pune la adapost de potentiale crize (tehnologica, din cauze de mediu, legate de tulburari sociale, de crize financiare etc.), orice organizatie este datoare sa elaboreze o serie de scenarii posibile si sa conceapa planuri de depasire a acestor situatii dificile.

Managementul unei crize este cu atat mai eficient cu cat organizatia are pregatit, din timp, un set de masuri bine fundamentate menite sa dezamorseze criza. Intre masurile de urgenta pe care trebuie sa le intreprinda o organizatie in criza se numara urmatoarele:

- Asumarea responsabilitatii;
- Identificarea contextului real al crizei;

- Cunoasterea si investigarea segmentelor de public afectate de criza;
- Tratarea reprezentantilor presei ca multiplicatori de mesaje, nu ca inamic;
- Monitorizarea tuturor canalelor media disponibile;
- Luarea de pozitie intr-un mod deschis si onest.

Comunicarea ineficienta in timp de criza poate transforma o situatie problematica intr-un adevarat dezastru. Chiar si crizele de mica amploare pot genera informatii si reactii contradictorii. Credibilitatea organizatiei poate fi grav periclitata.

De aceea, organizatia trebuie sa elaboreze preventiv:

- Lista de contacte utile in caz de criza;
- Lista responsabililor cu putere de decizie;
- Categoriile de public interesate de evolutia organizatiei.

3. STRATEGIA DE COMUNICARE

3.1. Obiective strategice si directii de actiune

Prin angajamentul sau de a adopta o comunicare deschisa, onesta si transparenta, ANBPR doreste sa-si arate disponibilitatea de a reflecta dorintele si interesele membrilor in toate demersurile de comunicare. In acest scop, ANBPR vrea sa atraga contributia membrilor pe toate palierele de activitate ale asociatiei. Acest lucru nu afecteaza raspunderea fundamentala a ANBPR de a decide politica si strategia de implementare a acestor actiuni, in acord cu obiectivele asumate in cadrul Asociatiei.

I. Imbunatatirea comunicarii cu membri si cresterea implicarii membrilor in elaborarea si realizarea activitatilor asociatiei

Directii de actiune

- Informare asupra inceperii procesului de crestere a capacitatii organizationale a ANBPR;
- Realizarea strategiei de comunicare a Asociatiei pentru perioada 2009 -2013;
- Planurile anuale de punere in practica a strategiei;
- Implementarea planurilor anuale;
- Evaluarea anuala a capacitatii organizationale;
- Implicarea membrilor in activitati;
- Comunicare prin filialele judetene;
- Participarea membrilor Biroului Executiv la Adunarile Generale sau intalniri ale filialelor.

II. Consolidarea formarii si dezvoltarii profesionale si adaptarea la cerintele contemporane

Directii de actiune

- Dezvoltarea structurilor de formare si dezvoltare profesionala in interiorul Asociatiei;
- Marirea retelei de formatori in interiorul Asociatiei;
- Elaborarea si actualizarea ofertei de cursuri acreditate de Asociatie;
- Colectarea bunelor practici si diseminarea/promovarea lor – realizarea unui Corpus de bune practici;
- Crearea de standarde profesionale (metodisti + centre de formare);
- Idee de explorat – "Ziua profesionala" sau Ziua dialogului profesional", precum si "Noaptea bibliotecilor".

III. Cresterea capacitatii ANBPR de a deveni partener strategic al autoritatilor publice

Directii de actiune

- Constientizarea asociatiilor APL asupra rolului important al bibliotecii publice intr-o comunitate;

- Informarea si educarea publicului asupra rolului bibliotecii publice in comunitate (biblioteca = centru de cultura si informare) – campanii tematice anuale;
- Advocacy pentru infiintarea unui compartiment specializat pe biblioteci publice in cadrul Ministerului Culturii;
- Advocacy pentru crearea unui cadru legislativ coerent si adecvat necesitatilor de functionare ale unor biblioteci publice moderne;
- Dezvoltarea de politici publice (directii strategice) in domeniu, impreuna cu factorii de decizie la nivel national si/sau local a caror aplicare si bugetare sa fie sustinute si promovate de asociatie.

IV. Recunoasterea de catre categoriile de public-tinta a rolului, responsabilitatilor si serviciilor ANBPR

- Intelegerea de catre publicul intern si extern a viziunii, misiunii, valorilor ANBPR;
- Cresterea gradului de participare a publicului-tinta la activitatile ANBPR si la utilizarea serviciilor sale.

V. Promovarea pe plan intern si extern a ANBPR si a potentialului ei socio-profesional

- Dezvoltarea si promovarea identitatii Asociatiei;
- Realizarea si distribuirea materialelor de promovare a ANBPR si a oportunitatilor de reprezentare la nivel national si international;
- Actualizarea periodica si dezvoltarea site-ului www.anbpr.org.ro si a paginilor de internet dedicate programelor/proiectelor la care ANBPR este parte.

3.2. Imaginea si perceptia actuala a ANBPR

In prezent, ANBPR reprezinta una dintre verigile institutionale care contribuie la recunoasterea si apararea drepturilor unei categorii profesionale bine definite, si anume aceea a bibliotecarilor. Desi ANBPR este recunoscuta, in mediul biblioteconomic restrans, ca unul dintre organismele reprezentative ale acestui segment vocational, publicul larg nu ii cunoaste indeaproape rolul si atributiile.

Pentru a-si crea si consolida o imagine vizibil imbunatatita, Asociatia intentioneaza sa dezvolte si sa implementeze o politica articulata de protectie si reprezentare a bibliotecarilor, in acord cu nevoile si asteptarile acestora. Efectele acestei politici vor fi intens mediatizate la nivelul comunitatii profesionale vizate, dar si la nivelul altor categorii de beneficiari.

3.3. Imaginea spre care tinde ANBPR

ANBPR este si doreste sa si fie perceputa drept cea mai importanta asociatie profesionala a bibliotecarilor din bibliotecile publice, la nivel national.

De asemenea, ANBPR urmareste sa fie perceputa drept o organizatie matura, constituita pe criterii profesionale, cu o structura de conducere nebirocratica si o echipa de profesionisti cu experienta si standarde de munca ridicate, care iau decizii in mod transparent, in conformitate cu nevoile membrilor.

ANBPR doreste sa acceada la statutul de asociatie deschisa si receptiva la problemele si doleantele bibliotecarilor. In acelasi timp, Asociatia este pregatita sa raspunda apelurilor membrilor si sa contribuie la solutionarea problemelor semnalate de acestia. ANBPR isi arata, de asemenea, disponibilitatea pentru comunicare directa cu beneficiarii sai, propunandu-si sa obtina reactii pozitive si critici constructive din partea acestora.

Un alt deziderat al ANBPR este acela de a deveni centru acreditat de formare si dezvoltare profesionala in domeniu. In acest sens, Asociatia se preocupa de fundamentarea suporturilor de curs si de definitivarea curriculelor specifice. In calitatea sa de furnizor de servicii de training, ANBPR intentioneaza sa se implice in reformarea sistemului de instruire, calificare si perfectionare a bibliotecarilor cu studii medii si superioare, aflate in diferite stadii de dezvoltare profesionala.

Pentru a-si indeplini misiunea pe care si-a asumat-o, ANBPR trebuie sa se ghideze dupa o strategie de comunicare coerenta, care sa contina:

- obiectivele de atins;
- programele si directiile de relatii publice (PR) ce vor fi lansate;

- restrictiile, cadrul impus de Statutul Asociației și de eventualele contracte de finanțare;
- resursele disponibile.

Strategia de comunicare a ANBPR va urmări să antreneze toate resursele disponibile pentru a-și atinge obiectivele enunțate. Având un rol de orientare și planificare, această Strategie este concepută pe mai multe dimensiuni și presupune stabilirea unui dialog real al Asociației cu beneficiarii direcți, cu societatea în ansamblu, cu decidenții la nivelul instituțiilor de cultură și cu reprezentanții opiniei publice.

3.4. Pachete de mesaje

Rolul Strategiei este acela de a dezvolta un sistem de comunicare eficient la nivelul structurilor ANBPR. Strategia este un instrument de lucru intern destinat responsabililor de promovarea Asociației. În ultima instanță, cunoașterea și aplicarea acestei Strategii va conduce la familiarizarea comunității bibliotecarilor și a publicului larg cu politicile de acțiune ale ANBPR.

Pentru ca mesajele emise de Asociație să-și atinga scopul, ele trebuie particularizate pe categorii de adresanți. După stabilirea și validarea acestor tipuri de mesaje, se va trece la distribuirea lor controlată, pe diferite paliere de audiență:

MESAJ CENTRAL (catre baza de membri ANBPR): *ANBPR contribuie la facilitarea accesului la informația profesională și susține procesul de modernizare a bibliotecilor, prin diversificarea serviciilor adresate comunității.*

MESAJ SECUNDAR 1 (catre media și grupurile de decizie în domeniul cultural): *ANBPR este o rețea națională, cu peste 3300 de bibliotecari, grupați în 37 de filiale județene. Această structură profesională reprezintă o pârghie importantă în absorbția noilor tehnologii informaționale și în susținerea programelor de incluziune socială prin intermediul bibliotecilor publice.*

MESAJ SECUNDAR 2 (catre publicul avizat, parteneri și colaboratori, asociații și fundații cu care se afla în relație): *ANBPR pledează pentru instruirea profesională*

continua a bibliotecarilor si pentru modernizarea cunostintelor acestora, in contextul societatii informatiale.

Membrii ANBPR trebuie sa fie la curent cu continutul si planificarea actiunilor de comunicare prevazute in Strategie. De asemenea, e necesar ca acestia sa constientizeze rolul pe care il au in implementarea acestora. In acest scop, se vor face informari periodice cu privire la stadiul si impactul actiunilor de comunicare.

Pentru coerenta informarii, Departamentul Operational va oferi publicurilor interesate informatii la zi, oficiale, corecte si complete si va urmari sa obtina si sa analizeze feedback-ul din partea audientelor. Aceste feedback-uri se vor regasi in viitoarele demersuri de comunicare ale Asociatiei.

3.5. Activitati de informare si comunicare

Pentru succesul strategiei de comunicare, ANBPR se angajeaza sa stabileasca o relatie de dialog cu grupurile-tinta amintite mai sus. Diversitatea publicurilor cu care Asociatia va mentine legaturile va garanta cresterea notorietatii ANBPR si penetrarea mesajelor sale de comunicare in ariile sociale si profesionale pe care le vizeaza.

Formele de comunicare cu grupurile-tinta, definite in Strategia ANBPR, includ:

- distribuirea de buletine informative, publicatii, carti, brosure si alte materiale de informare;
- elaborarea de articole de presa, stiri si reportaje in mass-media si in mediul online;
- organizarea de audiente (Ziua Portilor Deschise) adresate membrilor ANBPR;
- plasarea zilnica a noutatilor pe site-ul Asociatiei, incluzand interactiuni pe forum, blog, platforme colaborative etc.;
- stabilirea de contacte periodice cu Filialele ANBPR;
- facilitarea comunicarii intre filialele judetene;
- cooperarea cu ONG-urile active in domeniul cultural, al tehnologiei informatiei si al programelor comunitare;
- o relatie de buna colaborare cu mass-media si organizarea de conferinte de presa tematice;

- lansarea de campanii media de informare (la TV, Radio, in presa scrisa);
- diverse forme de comunicare cu autoritatile administratiei publice centrale si locale;
- organizarea de seminarii si traininguri pentru bibliotecari, cu scopul cresterii nivelului de adaptabilitatea a personalului bibliotecar la conditiile actuale de lucru.

3.6. Parteneriate

Pentru a putea sustine, financiar, logistic si sub aspectul resurselor umane, implementarea strategiilor si politicilor pentru dezvoltarea potentialului informational, social si cultural al bibliotecilor, ANBPR doreste sa-si extinda reseaua de parteneri.

In primul rand, se va acorda o atentie deosebita strangerii relatiei cu Filialele proprii si atragerii de noi membri cotizanti, cu accent pe recrutarea de membri persoane juridice. De asemenea, se va urmari infiintarea de filiale in judetele care nu fac inca parte din ANBPR.

Pe de-o parte, ANBPR va incuraja incheierea de parteneriate intre Biblioteci la nivel local si national, in vederea partajarii resurselor si a participarii la programe comune.

Pe de alta parte, Asociatia va sustine realizarea de parteneriate operationale intre Biblioteci si autoritatile publice locale si centrale. Scopul esential al acestor "aliante" este acela de a facilita implementarea serviciilor informationale la nivelul Bibliotecilor si includerea acestor institutii in circuitul cultural si social actual.

ANBPR urmareste sa sensibilizeze factorii de decizie in vederea modernizarii conditiilor de munca ale bibliotecarilor. In acelasi timp, Asociatia isi canalizeaza energiile pentru a creste importanta acestei profesii in procesul de edificare a societatii informationale.

Pentru incheierea de noi parteneriate, ANBPR a prevazut urmatoarele actiuni:

- Identificarea organizatiilor neguvernamentale, a asociatiilor profesionale si a companiilor care pot sprijini ANBPR in activitatea de promovare si comunicare;

- Semnarea de protocoale de colaborare cu diferite organizatii din zona de actiune a ANBPR:
 - Ministerul Culturii, Cultelor si Patrimoniului National;
 - Ministerul Comunicatiilor si Societatii Informatiionale;
 - Asociatia Oraselor din Romania;
 - Asociatia Comunelor din Romania;
 - Asociatia Municipiilor din Romania;
 - Asociatia Nationala a Editorilor;
 - Institutul National pentru Statistica si Studii Economice;
 - Oficiul de Stat pentru Inventii si Marci;
 - Federatia Autoritatilor Locale din Romania;
 - Fundatia PACT- Parteneriat pentru Actiune Comunitara si Transformare;
 - Fundatia Culturala ARTEX;
 - Asociatia Nationala a Centrelor Culturale din Romania;
 - Institutul Cultural Roman;
 - Fundatia Solidaritatea Culturala pentru Romania etc.

3.7. Monitorizarea si evaluarea

ANBPR, prin intermediul unei comisii special delegate in acest sens, va monitoriza, in permanenta, implementarea Strategiei de Comunicare si va evalua periodic rezultatele obtinute.

Daca indicatorii de performanta vor releva rezultate nesatisfacatoare, aspectele deficitare ale strategiei vor putea fi modificate sau completate corespunzator. De asemenea, Asociatia va tine cont de recomandarile membrilor proprii, de studiile sociologice, de reactiile opiniei publice, precum si de problemele reflectate in mass-media.

Strategia de comunicare a ANBPR se va dezvolta pas cu pas si va capata amploare in momentul in care tot mai multe organizatii si categorii profesionale vor arata interes pentru problematica reformarii bibliotecilor din Romania, reflectata in Strategia de comunicare a Asociatiei.

Procesul de evaluare se va axa pe analiza eficacitatii activitatilor de informare si comunicare ale ANBPR. Intre instrumentele de control al impactului se numara:

- Dezbaterile de tip focus-grup din cadrul intalnirilor periodice ale ANBPR;
- Analizarea materialelor relevante produse ca urmare a campaniei de comunicare;
- Situatia care reflecta acoperirea media a mesajelor de comunicare lansate de Asociatie;

Masuratori si indicatori de performanta:

- Nr. opiniilor exprimate de membri pe diferite canale de comunicare (email, Forum, Blog etc.)
- numarul comunicatelor de presa difuzate de ANBPR (minim 2/luna);
- numarul de evenimente organizate pe parcursul anului (potrivit planificarii din Planul de Actiune – ANEXA 1);
organizarea de mese rotunde, seminarii, workshop-uri, conferinte, caravane de informare publica etc.);
- numarul de articole aparute in mass-media;
- numarul de vizitatori pe website-ul www.anbpr.org.ro;
- numarul de materiale informative tiparite pentru informarea si promovarea ANBPR.

Pe baza analizei acestor indicatori, se va stabili daca masurile de informare si publicitate intreprinse pe parcursul anului au fost eficiente, daca mesajele transmise au ajuns la publicul-tinta vizat si daca a crescut gradul de informare privind actiunile si politicile Asociatiei.

Activitatile de comunicare sunt detaliate in Planul anual de comunicare – **ANEXA 1**. Acesta cuprinde descrierea actiunilor, calendarul, responsabilii si grupurile-tinta pe care ANBPR le adreseaza.



ANEXA 1

PLANUL ACTIUNILOR DE COMUNICARE					
2009 (Iulie-Decembrie)					
Activitate	Descriere	Data	Responsabil	Grup-tinta	
I. INFORMARE					
1. Organizarea de conferinte, seminarii si mese rotunde	Seminarul de la Piatra-Neamt cu tema “Dezvoltarea capacității organizaționale a ANBPR”	2-4 Iulie	Biroul Executiv	Membrii ANBPR	
				Invitati externi	
				Parteneri	
	Seminarul de la Sinaia cu tema “Cresterea capacității organizaționale a ANBPR”	23-26 Septembrie	Biroul Executiv	Consultantii IREX	Colaboratori
				Departamentul Operational	Membrii ANBPR
					Invitati externi
Consultantii IREX	Parteneri				
			Consultantii IREX	Colaboratori	

Conferinta ANBPR anuala – “Dezvoltarea capacitatii organizationale a Asociatiei in contextul programului Biblionet”	29-31 Octombrie	Departamentul Operational	Membrii ANBPR
			Biroul Executiv
			Departamentul Operational
		Biroul Executiv	Parteneri
			Invitati externi
			Sponsori
Consultantii IREX	Consultantii IREX		
Seminar pe tema Formare profesionala si dezvoltare de noi servicii	11 Noiembrie	Departamentul Operational	Membrii ANBPR
			Grupul de Formare Profesionala
			Departamentul Operational
		Biroul Executiv	Consultantii IREX
		Consultantii IREX	

2. Creare, dezvoltare mijloace electronice de informare	Activare grupuri de email pe criterii profesionale	Septembrie	Departamentul Operational	Membrii ANBPR
				Grupurile de lucru
	Creare continut si design Newsletter ANBPR	Octombrie	Departamentul Operational	Membrii ANBPR
	Creare si postare banner flash ANBPR (flash)	Noiembrie	Departamentul Operational	Publicul larg
				Membrii ANBPR
Update site ANBPR	Decembrie	Departamentul Operational	Publicul larg	
3. Publicatii	Nr. 2 al Buletinului Informativ ANBPR (electronic & tiparit)	Martie	Departamentul Operational	Publicul intern
4. Relatia cu mass-media	Conferinte de presa	Periodic	Departamentul Operational	Mass-media

	Evenimente pentru presa (vizita la diverse Filiale, inaugurari de sedii, lansari proiecte)	Permanent	Departamentul Operational	Publicul larg
	Comunicate de presa, aparitii TV, interviuri, articole	Permanent	Departamentul Operational si Biroul Executiv	Publicul larg
5. Reteaua multiplicatorilor de informatie	Intalniri de lucru	Periodic	Biroul Executiv	Filialele ANBPR
			Departamentul Operational	Potentiali beneficiari programe
				Publicul larg
				Mediul universitar
II. PROMOVARE				
1. Evenimente speciale de promovare	Campania Minimax Placerea Lecturii	Octombrie-Noiembrie	Departamentul Operational	Grupuri-tinta ANBPR Publicul larg
	Interviu Radio-Romania Cultural - Lectura	15 Octombrie	Departamentul Operational	mass-media
	Interviu Radio-Romania Cultural - preferintele de lectura ale publicului	19 Octombrie	Biroul Executiv	Publicul larg
2. Intalniri cu presa	Mese rotunde, evenimente ale	Ocazional	Biroul Executiv	Mass-media

	partenerilor, conferinte de presa		Departamentul Operational	Publicul larg
3. Publicitate	Anunturi, interviuri, prezentari	Periodic	Biroul Executiv	Publicul larg
			Departamentul Operational	Publicul intern
4. Panotajul publicitar	Afise	Semestrial	Departamentul Operational	Publicul larg
	Roll-up-uri	Anual	Departamentul Operational	Publicul larg
	Bannere	Anual	Departamentul Operational	Publicul larg
5. Producerea si inscripționarea obiectelor promotionale	Calendare, agende, pixuri, memory-stick-uri	Anual	Departamentul Operational	Membrii ANBPR
				Parteneri
				Colaboratori
6. Participarea la evenimente interne si externe	Evenimentele traditionale ale partenerilor si colaboratorilor ANBPR	Ocazional	Biroul Executiv	Publicul larg
			Departamentul Operational	Membrii ANBPR
				Parteneri



PLANUL ACTIUNILOR DE COMUNICARE				
2010				
Activitate	Descriere	Perioada	Responsabil	Grup-tinta
I. INFORMARE				
1. Organizarea de conferinte, seminarii si mese rotunde	Masa rotunda pe tema curriculei pentru manualul de noi servicii	Ianuarie	Grupul de lucru Formare profesionala	Membrii ANBPR
			Biroul Executiv	Alti bibliotecari
			Departamentul Operational	Potentiali trainerii
			Consultantii IREX	Profesori universitari
			Expert international	Cercetatori
	Intalnire de evaluare a activitatii Departamentului Operational	Februarie	Departamentul Operational	Biroul Executiv
				Consultantii IREX
			Biroul Executiv	Departamentul Operational
		Consultantii IREX		
	Seminar de instruire in domeniul Managementului de biblioteca	Martie	Departamentul Operational	Biroul Executiv
				Directori & presedinti BJ
			Biroul Executiv	Departamentul Operational
	Consultantii IREX			
Seminar regional cu tema Oportunitati de finantare pentru institutiile de cultura	Martie	Biroul Executiv	Biroul Executiv	
		Consiliul de Conducere		

(invitati din partea autoritatilor contractante)		Departamentul Operational	Departamentul Operational
Conferinta ANBPR anuala – “Modele de buna practica in bibliotecile publice”	Aprilie	Departamentul Operational	Membrii ANBPR
		Biroul Executiv	Reprezentantii autoritatilor
		Directori & BJ	Partenerii Alte asociatii
Zilele Bibliotecarului - la nivel regional	Aprilie	Directori & presedinti BJ	Membrii ANBPR
		Biroul Executiv	Filiarele ANBPR
		Departamentul Operational	Institutiile APC si APL
		Presedinte	Mass media
			Beneficiari (utilizatori servicii) Publicul larg
Seminar de informare interna ANBPR	Mai	Biroul Executiv	Biroul Executiv
		Consiliul de Conducere	
		Departamentul Operational	Departamentul Operational
Masa rotunda pe tema revitalizarii bibliotecilor publice din mediul rural	Mai	Biroul Executiv	Biroul Executiv
		Consiliul de Conducere	
		Departamentul Operational	Departamentul Operational
Cafenea ANBPR - Starea Bibliotecilor mici si mijlocii din mediul urban	Septembrie	Biroul Executiv	Membrii ANBPR
		Departamentul	

			Operational	
2. Creare, dezvoltare mijloace electronice de informare	Creare sectiune Parteneri pe site-ul www.anbpr.org.ro	Ianuarie	Departamentul Operational	Publicul larg
	Redesign site ANBPR	Martie	Departamentul Operational	Public larg
	Restructurare blog ANBPR	Aprilie	Departamentul Operational	Grupuri-tinta ANBPR
			Departamentul Operational	
	Campanii de emailing la nivelul retelei de membri	Mai	Departamentul Operational	Departamentul Operational
	Video-conferinta intre membrii Consiliului de Conducere pe tema dezvoltarii organizationale a ANBPR	August	Departamentul Operational	Departamentul Operational
Biroul Executiv			Biroul Executiv	
3. Departament de comunicare	ANBPR - de vorba cu Filialele	Septembrie	Departamentul Operational	Public larg
	Initiere investitii – dezvoltare de noi activitati	Octombrie	Departamentul Operational	Grupuri tinta ANBPR
	Ziua portilor deschise - Filiala Bucuresti	Noiembrie	Departamentul Operational	Institutiile APC si APL
	Mesagerii cartii - voluntarii ANBPR in slujba comunitatii	Decembrie	Departamentul Operational	Posibili parteneri
4. Publicatii	Manual de servicii	Februarie	Grupul de lucru Formare profesionala & Comisia pentru Formare Profesionala Continua	Publicul larg
	Buletin Informativ ANBPR (electronic & tiparit)	Martie	Departamentul Operational	Public intern
	Ghidul Bibliotecilor	Iulie	Biroul Executiv si	Grupuri-tinta

			Comisia pentru Editarea de Publicatii	ANBPR
5. Relatia cu mass-media	Conferinte de presa	Periodic	Departamentul Operational	Mass-media
	Evenimente pentru presa (vizita la diverse Filiale, inaugurari de sedii, lansari proiecte)	Permanent	Departamentul Operational	Publicul larg
	Comunicate de presa, aparitii TV, interviuri, articole	Permanent	Departamentul Operational	Publicul larg
6. Reteaua multiplicatorilor de informatie	Intalniri de lucru	Periodic	Departamentul Operational	Filialele ANBPR
			Biroul Executiv	Potentiali beneficiari programe
				Publicul larg
				Mediul universitar
II. PROMOVARE				
1. Evenimente speciale de promovare	Caravana " Idei calatoare " - campanie mobila de distributie de carte si materiale promotionale privind noile servicii de biblioteca	Martie-Mai	Departamentul Operational	Grupuri-tinta ANBPR
	Campania Carti cazute din raft - program national de achizitii de carte la preturi cu discounturi majore (parteneriat edituri)	Septembrie	Departamentul Operational	Mass-media
	Biblioteca Publica in era digitala - serie de evenimente de tip sampling (demonstratie	Octombrie	Departamentul Operational	Publicul larg

	cu public) privind noile functionalitati ale acestei institutii			
	Maratonul donatorilor de carte: O carte - un suflet - un zambet (campanie caritabila de colectare de carte pentru categorii defavorizate)	Decembrie	Departamentul Operational	Publicul larg
2. Intalniri cu presa	Mese rotunde, evenimente ale partenerilor, conferinte de presa	Periodic	Biroul Executiv	Mass-media
			Departamentul Operational	Publicul intern Publicul larg
3. Publicitate	Anunturi, interviuri, prezentari	Periodic	Departamentul Operational	Publicul larg
4. Panotajul publicitar	Afise	Semestrial	Departamentul Operational	Publicul larg
	Roll-up-uri	Anual	Departamentul Operational	Publicul larg
	Bannere	Anual	Departamentul Operational	Publicul larg
5. Producerea si inscripționarea obiectelor promotionale	Calendare, agende, pixuri, memory-stick-uri	Anual	Departamentul Operational	Membrii ANBPR
6. Participarea la evenimente interne si externe	Evenimentele traditionale ale partenerilor si colaboratorilor ANBPR	Ocazional	Biroul Executiv	Publicul larg
			Departamentul Operational	Membrii ANBPR
				Parteneri



PLANUL ACTIUNILOR DE COMUNICARE			
2011			
Activitate	Perioada	Responsabil	Sursa finantare
INFORMARE			
Dezbatere publica pe tema nevoii de formare continua in randul bibliotecarilor	Februarie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Conferinta nationala a ANBPR	Aprilie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Organizarea unei conferinte de presa cu ocazia Zilei Bibliotecarului	Aprilie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Sesiuni de informare/comunicare cu cele mai active filiale ale ANBPR pe tema finantarii pentru diferite proiecte	Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
II. PROMOVARE			

Plan de actiuni comunicare - ANBPR

Campanie nationala de promovare a potentialului informational, social si cultural al bibliotecilor	Mai	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Vizite impreuna cu presa la bibliotecile aflate in programul Biblionet	Septembrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Gaduirea unui eveniment european de profil de tip congres/simpozion din domeniul biblioteconomic si al stiintelor informarii	Noiembrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Intalniri ANBPR cu autoritatile APC si APL pentru identificarea unor directii comune de actiune	Martie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Realizarea unui catalog de servicii moderne de biblioteca	Decembrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Realizarea unei lucrari de tipul Who's who in domeniul biblioteconomic	Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Lansarea unei campanii media de afise care sa promoveze reabilitarea spatiilor culturale din mediul rural	Mai-Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Prezentari urmate de sesiuni de intrebari si raspunsuri privind implicarea ANBPR in dezvoltarea comunitatii	Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei



PLANUL ACTIUNILOR DE COMUNICARE			
2012			
Activitate	Perioada	Responsabil	Sursa finantare
INFORMARE			
Caravana mobila cu titlul Biblioteca la tine acasa	Februarie-Aprilie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Participare la Conferinta IFLA	Aprilie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Organizarea Conferintei Nationale a ANBPR	Aprilie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Organizarea unei conferinte de presa cu ocazia Conferintei Nationale a ANBPR	Aprilie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei

Initierea de dezbateri publice pe tema Strategiei nationale de reabilitare a institutiilor de cultura	Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
II. PROMOVARE			
Campanie media de sensibilizare a publicului in ce priveste regresul cultural si educational al romanilor	Mai	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Initierea de schimburi de experienta cu institutii bibliotecare din strainatate	Septembrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Gaduirea unui eveniment european de profil de tip congres/simpozion din domeniul biblioteconomic si al stiintelor informarii	Noiembrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Intalniri ANBPR cu autoritatile APC si APL pentru identificarea unor directii comune de actiune	Martie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Organizarea unui concurs profesional dedicat personalului bibliotecar, gazduit pe site-ul ANBPR	Decembrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Realizarea Cartii de Onoare a Asociatiei - istorie si perspective	Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Initierea unei campanii sociale de intrajutorare a bibliotecarilor fara posibilitati materiale: Profesia de bibliotecar si stigmatul saraciei	Mai-Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant

Plan de actiuni comunicare - ANBPR

Vocatia comunitara a institutiei bibliotecii publice - campanie regionala de implicare comunitara	Septembrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Organizarea Conferintei Nationale a ANBPR	Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei



PLANUL ACTIUNILOR DE COMUNICARE			
2013			
Activitate	Perioada	Responsabil	Sursa finantare
INFORMARE			
Initierea unei campanii cu tema Biblioteca publica si importanta digitizarii patrimoniului	Februarie-Martie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant

Participare la Conferinta IFLA	Aprilie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Organizarea Conferintei Nationale a ANBPR	Aprilie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Organizarea unei mese rotunde cu participarea Directiilor Judetene de Cultura pe tema Biblioteca publica incotro?	Mai	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Maratonul militantilor pentru recuperarea culturala a Romaniei - eveniment profesional cu acoperire nationala	Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
II. PROMOVARE			
Organizarea unui simpozion cu tema Noua misiune a Bibliotecii publice si educarea simtului civic	Mai	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Participarea ANBPR la o actiune comuna a tuturor asociatiilor bibliotecarilor din Romania	Iunie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant
Vizita de studiu la o asociatie similara din strainatate pentru schimb de experienta	August	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant

Intalnire de lucru intre ANBPR si alte organizatii non-profit din Romania cu scopul identificarii de directii de actiune comune	Septembrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Organizarea Conferintei Nationale a ANBPR	Octombrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Bugetul Asociatiei
Organizarea unui concurs interbibliotecar cu titlul Cel mai bun proiect al anului	Decembrie	Biroul Executiv Departamentul Operational	Grant