



Ministerul Sănătății

**Agenția Națională a Medicamentului
și a Dispozitivelor Medicale din România**

STRATEGIE DE COMUNICARE

2025 – 2028

CUVÂNT ÎNAINTE

Strategia de comunicare reflectă angajamentul nostru de a fi transparenti, accesibili și de a promova un dialog continuu și constructiv cu toate părțile interesate: profesioniști din domeniul sănătății, instituții publice, industria farmaceutică, și, mai presus de toate, pacienții. Printr-o comunicare eficientă, ne dorim să consolidăm încrederea publicului în activitatea Agenției Naționale a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale din România (ANMDMR) și să sprijinim adoptarea celor mai bune soluții pentru accesul pacienților la medicamente și dispozitive medicale sigure și eficiente.

Într-o eră a inovării tehnologice rapide și a provocărilor globale în sănătate, ANMDMR continuă să fie un pilon de stabilitate, contribuind activ la formarea unui sistem de sănătate sustenabil, eficient și echitabil pentru toți. Este o misiune pe care o îndeplinim cu dedicare și cu respect față de fiecare pacient și profesionist din domeniul sănătății.

Strategia noastră de comunicare subliniază importanța transparenței, colaborării și dialogului deschis cu toți cei implicați în procesul de reglementare și îmbunătățire a sănătății publice. Am dovedit în ultimii ani că suntem un partener de încredere, susținând schimbul de informații relevante și promovând încrederea reciprocă între instituțiile de reglementare, profesioniștii din domeniu și, bineînțeles, pacienții.

Pe măsură ce continuăm să facem față provocărilor dintr-un sector aflat în continuă schimbare, rămânem dedicați misiunii noastre și principiilor fundamentale ale transparenței, integrității și responsabilității. Este un drum pe care îl parcurgem cu respect față de fiecare persoană și cu un angajament ferm față de binele comun al societății noastre.

Farm. dr. Răzvan - Mihai Prisada
Președinte ANMDMR

CONTEXT

În ultimii ani, Agenția a făcut pași importanți pentru a-și eficientiza activitatea și a se alinia la obiectivele Strategiei Naționale de Sănătate elaborate de Ministerul Sănătății. Scopul principal a fost aducerea mai aproape de pacienți a medicamentelor de care au nevoie, creșterea eficienței deciziilor și stimularea inovației în domeniul sănătății.

Rolul Agenției este important în zona de acces la medicamente, la inovație și toți membrii echipei fac eforturi pentru eficientizarea activității, ținând cont de faptul că drumul medicamentului în România implică mai multe instituții.

Decizii mai rapide, întârzieri reduse

O acțiune cu importanță majoră în restructurarea Agenției a fost reducerea termenelor pentru luarea deciziilor privind punerea pe piață a medicamentelor. A fost astfel scurtat semnificativ timpul referitor la autorizarea medicamentelor, oferind pacienților acces mai rapid la terapii noi și esențiale.

Inovație și cercetare clinică – Hubul de Inovație în Sănătate

Pentru a sprijini cercetarea medicală, ANMDMR a lansat, prin Hubul de Inovație în Sănătate, Planul Strategic al României în domeniul studiilor clinice. Scopul acestuia este de a atrage mai multe studii clinice și transformarea României într-o țară de referință și competitivă pentru cercetarea medicală în Europa.

Digitalizare – drumul spre eficiență

Simplificarea birocrăției, îmbunătățirea proceselor și o transparență crescută a informațiilor în interacțiunea cu toți partenerii noștri, fie că vorbim despre companii farmaceutice, medici sau pacienți sunt obiectivele acțiunilor de digitalizare

Publicitate responsabilă pentru medicamente

A fost actualizată legislația privind publicitatea medicamentelor de uz uman, armonizând-o cu standardele europene. Informațiile despre medicamente trebuie să fie clare, corecte și echilibrate, astfel încât pacienții să fie mereu bine informați.

INTRODUCERE

Menținerea și creșterea încrederii publicului extern, dar și a angajaților se află în centrul activității de comunicare a ANMDMR. Strategia de comunicare este totodată importantă pentru gestionarea unor eventuale crize survenite național sau internațional, în domeniul nostru de activitate.

Pacienții și profesioniștii din domeniul sănătății sunt publicul prioritar iar mass-media și social media sunt canale importante pentru a ajunge la aceste audiențe cheie.

Având experiența comunicării în timpul pandemiei de COVID-19, în urma căreia s-a observat o scădere a încrederii în instituțiile publice și în experți, iar influența informațiilor eronate și a dezinformării a crescut semnificativ, modul de a comunica la nivel instituțional trebuie schimbată. Dezinformarea și puterea transformatoare a inteligenței artificiale ne obligă în următoarea perioadă să adaptăm modul în care comunicăm.

De asemenea, adaptarea la subiecte de criză cum ar fi un război, lipsa medicamentelor sau a materiilor prime pentru medicamente vor necesita în cadrul Agenției actualizări permanente atât la nivelul informațiilor experților cât și a mijloacelor de comunicare.

MISIUNEA strategiei de comunicare a ANMDMR se concentrează pe asigurarea unui flux informațional transparent, accesibil și bazat pe dovezi, destinat tuturor categoriilor de public interesate: pacienți, profesioniști din domeniul sănătății, autorități publice și mass-media.

Prin strategia sa de comunicare, ANMDMR urmărește să creeze un mediu informativ și educativ, să sprijine siguranța și sănătatea publicului și să contribuie la dezvoltarea unui sistem de sănătate transparent și eficient.

OBIECTIVE STRATEGICE

1. Facilitarea accesului la informații corecte și transparente despre medicamentele de uz uman și dispozitive medicale:

- Publicarea regulată a rapoartelor de activitate, deciziilor importante și altor informații relevante pentru publicul larg și profesioniștii din domeniul sănătății;
- Identificarea și anticiparea subiectelor de interes public;
- Crearea de instrumente digitale pentru facilitarea accesului la informații și creșterea interacțiunii cu publicul;

2. Consolidarea imaginii și reputației instituționale:

- Clarificarea și îmbunătățirea percepției asupra rolului ANMDMR în domeniul sănătății publice;
- Promovarea ANMDMR ca o instituție modernă, transparentă și orientată spre inovație;
- Comunicarea proactivă a realizărilor și inițiativelor strategice prin campanii dedicate în mass-media și pe canalele digitale pentru a sublinia rolul esențial al agenției în sănătatea publică către toți stakeholderii;

3. Dezvoltarea unei comunicări coerente și proactive:

- Asigurarea unui mesaj unitar, corect și coerent pentru toate canalele de comunicare: comunicate de presă, site oficial, rețele sociale, campanii de informare, întâlniri de lucru;
- Comunicarea proactivă, prin anticiparea subiectelor de interes public și răspuns rapid la solicitările venite din partea persoanelor interesate;

4. Digitalizarea comunicării ca parte din procesul general de digitalizare al agenției

- Modernizarea website-ului oficial și utilizarea rețelilor sociale pentru creșterea vizibilității și interacțiunii cu publicul țintă;
- Implementarea unor soluții digitale pentru feedback și comunicare în timp real;
- Utilizarea instrumentelor digitale pentru colectarea feedback-ului și îmbunătățirea continuă a comunicării;

5. Educație și informare publică

- Crearea de campanii de informare privind diferite subiecte de interes național sau în colaborare cu alte agenții sau instituții europene sau internaționale;
- Colaborarea cu profesioniștii din domeniul sănătății pentru diseminarea informațiilor relevante către pacienți sau realizarea de campanii împreună cu stakeholderi relevanți;

AUDIENȚA

O comunicare eficientă a mesajelor de interes presupune adaptarea mesajului și a canalelor de diseminare la nevoile specifice fiecărui public-țintă.

1. **Pacienții români**, principalii beneficiari ai reglementărilor instituției, au nevoie de informații clare, corecte și accesibile privind accesul la medicamente și dispozitive medicale. În acest context, este esențială combaterea activă a dezinformării prin campanii de conștientizare și informare și răspuns prompt la toate solicitările.



Ministerul Sănătății

Agencia Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale din România

2. **Profesioniștii din domeniul sănătății** prin acces rapid și fiabil la informații privind reglementări, alerte și ghiduri de bună practică.
3. **Industria farmaceutică și producătorii de dispozitive medicale** se bazează pe o colaborare deschisă și transparentă cu ANMDMR, pentru a facilita reglementarea, autorizarea și supravegherea eficientă a medicamentelor și dispozitivelor medicale, pe piața din România.
4. **Mass-media** are nevoie de surse oficiale prompte, disponibile să explice și să clarifice reglementările și deciziile emise sau diferite situații de criză apărute.
5. **Stakeholderii instituționali**, inclusiv instituții europene, academia, ONG-uri se raportează la ANMDMR ca la un partener stabil, orientat către cooperare și aliniat cu politicile internaționale de sănătate publică.
6. **Personalul Agenției** trebuie să fie constant informat despre activitățile interne, măsuri ale conducerii și implicat în activitățile de comunicare externă, prin oferirea de informații din sfera de activitate științifică, contribuind la coerența și unitatea mesajului instituțional.

MESAJE CHEIE

În acord cu obiectivele generale ale agenției, ANMDMR își propune ca mesajele comunicate să reflecte profesionalismul, transparența și orientarea instituției către nevoile reale ale pacienților și ale tuturor beneficiarilor sistemului de sănătate din România.

Siguranța și sănătatea publică – prioritatea noastră principală

ANMDMR garantează că toate medicamentele și dispozitivele medicale autorizate pe piața din România respectă cele mai înalte standarde de siguranță și eficacitate.

Transparență și informare corectă pentru toți cetățenii

Oferirea de informații clare, accesibile și bazate pe dovezi, pentru a sprijini pacienții și profesioniștii din domeniul sănătății în luarea celor mai bune decizii.

Susținerea inovării și accesului echitabil la terapii moderne

Promovarea dezvoltării și introducerea rapidă pe piață a noilor medicamente de uz uman și tehnologii medicale, cu respect pentru siguranța pacientului.

Combaterea dezinformării și promovarea educației în sănătate

Lupta împotriva informațiilor false și încurajarea raportarea reacțiilor adverse pentru a asigura o monitorizare continuă a medicamentelor și a dispozitivelor medicale.

Colaborare strânsă cu partenerii naționali și europeni

Consolidarea punților de comunicare și cooperare cu autorități, organizații profesionale și societatea civilă pentru un sistem de sănătate transparent și eficient.

Digitalizare și comunicare modernă

Folosirea tehnologiilor digitale și a canalelor moderne pentru a crește accesibilitatea și viteza comunicării cu publicul și profesioniștii din domeniul sănătății.

CANALE DE COMUNICARE

Comunicare externă

Este evident că adaptarea la peisajul în continuă schimbare este esențială: canalele de social media, de exemplu, au căpătat o influență tot mai mare, în detrimentul mijloacelor tradiționale de informare, pe care profesioniștii le considerau de încredere. Sursele media credibile încearcă să facă față acestor tendințe prin adaptare continuă, ridicarea standardelor profesionale și integrarea de noi instrumente bazate pe inteligență artificială, pentru a-și extinde impactul la nivel global, menținând totodată angajamentul pentru o utilizare responsabilă și transparentă a IA.

- Website, pagini social media, conferințe de presă
- Campanii de informare, video-uri explicative, ghiduri informative
- Platformă de feedback + portal Q&A public
- Evenimente hibrid: mese rotunde, webinarii, sesiuni educative

Comunicarea internă

- E-mailul este și va rămâne cel mai important canal de comunicare. În situații excepționale sau de criză (și doar în aceste cazuri), mesajele instant pot fi adăugate în mixul de instrumente pentru a asigura reacția imediată la informațiile importante, evitând astfel pierderea acestora în lanțuri lungi de e-mailuri.
- Adăugarea unui sistem bazat pe chat includ: Comunicarea în timp real (majoritatea sistemelor indicând cine este online);
- Facilitarea discuțiilor și partajarea documentelor, care au o probabilitate mai mare să fie deschise; platforme Intranet- ex. MsTeams;

- Sprijinirea coordonării rapide și a alinierii acțiunilor în momentele de criză.

Întâlniri de grup- online/face to face

- Sesiuni informative;
- Traininguri pentru spokespersons
- Chestionare de satisfacție aplicate personalului.

SUBIECTE

Acestea vor fi aliniate cu cele comunicate la nivel european, HMA-EMA.

Câteva exemple:

- **Biosimilare:** EMA a elaborat deja materiale informative despre biosimilare, care pot fi ușor adaptate la contextul fiecărei țări participante;
- **Lipsa de medicamente:** Este necesară dezvoltarea unui plan de campanie și a materialelor aferente pentru această temă „fierbinte”;
- **Combaterea ezitării față de vaccinare,** în special ca reacție la răspândirea dezinformării și a informațiilor eronate în timpul pandemiei de COVID-19;
- Informații electronice despre produse (**ePI**)
- **Rezistența antimicrobiană (AMR);**
- **Inteligența artificială;**
- **Inovația;**

La începutul fiecărui an, va fi aprobată o listă de subiecte obligatoriu de comunicat, campanii internaționale la care Agenția va fi parte, iar pe parcursul anului se vor adăuga subiectele neprevăzute / de criză.

PLAN DE ACȚIUNI NECESARE

Prioritățile de comunicare, pe termen mediu, includ finalizarea și lansarea platformei online interactive, organizarea de webinarii tematice cu impact educativ, precum și dezvoltarea de relații instituționale solide cu mass-media și stakeholderii naționali și internaționali.

- ☐ Operaționalizarea unei noi platforme online, cu accent pe interactivitate.
- ☐ Creșterea gradului de vizibilitate digitală prin campanii lunare.
- ☐ Inițierea a cel puțin 4 sesiuni publice de tip webinar/Q&A.
- ☐ Stabilirea unui protocol intern de răspuns rapid pentru SoMe.

Se va realiza o propunere de parteneri instituționali cheie atât pentru realizare de campanii comune dar și pentru diseminarea, când e cazul, a unor informări speciale.

Se vor realiza ghiduri de comunicare de criză, pentru comunicarea internă și un ghid de transparență sau de utilizare a IA. Acestea vor fi postate pe website-ul ANMDMR și promovate prin mijloace specifice.

Întâlnirile cu toți stakeholderii vor fi periodice și proactive.

Vor fi organizate în continuare întâlniri informale și conferințe de presă, cel puțin o dată pe lună sau ori de câte ori este necesar.

Anual, o analiză a nevoilor ar trebui să ghideze temele pentru mesajele comune în comunicarea continuă, campanii și activități de dezvoltare a capacității.

Pe termen lung (trei ani), se urmărește implementarea unui ecosistem digital complet, care să permită informarea, consultarea și feedbackul în timp real. Totodată, se dorește crearea unui cadru de parteneriat strategic cu organizații relevante, precum și funcționalizarea unei structuri permanente pentru comunicare în situații de urgență

Implementarea unui sistem complet digitalizat de comunicare și feedback public.



Ministerul Sănătății

**Agencia Națională a Medicamentului
și a Dispozitivelor Medicale din România**

MONITORIZARE ȘI EVALUARE

Indicatori de performanță (KPI)

- ☐ Trafic site comparativ cu anul anterior
- ☐ Interacțiuni social media – Activitatea pe rețelele sociale (click-uri, distribuiri, preluări, interacțiuni);
- ☐ Numărul de articole media;
- ☐ Rata de deschidere a e-mailurilor, numărul de solicitări pentru comentarii;
- ☐ Răspunsuri în termen legal la toate solicitările;
- ☐ Grad de satisfacție din sondajele transmise;
- ☐ Număr mediu de campanii tematice/an și impactul asupra publicului;
- ☐ Participare stakeholderi în webinarii;
- ☐ Implicarea activă a părților interesate în cadrul evenimentelor desfășurate față în față;
- ☐ Luări de poziție, participări la conferințe, seminarii, workshop-uri ale experților agenției

Prin:

☐ **Raport post-activitate de comunicare**

- Format standard: KPI dashboard + narativ
- Rezumat campanii, bune practici, obstacole, soluții
- Către conducere/ management/experti și comunicare parteneri

☐ **Raport anual**

- Sinteză KPI, analiza sentiment public, feedback media
- Recomandări: tactice (pentru anul următor), strategice (pentru ajustarea viziunii)
- Format: digital interactiv + versiune print executive summary