

Termeni de referință

Concurs pentru selectarea unei companii care să elaboreze produse video

Centrul Analitic Independent „Expert-Grup” anunță concurs pentru selectarea unei companii care să elaboreze 2 produse video. Video-urile trebuie să prezinte subiectul costurilor și implicațiilor corupției. Cele două video-uri vor urmări educarea populației și îndemnarea cetățenilor de a recunoaște cât costă un act de corupție și cum marea corupție îi afectează personal dar și la nivel național pe diferite subiecte legate de achizițiile publice, utilizarea banilor și patrimoniului întreprinderilor de stat și serviciile publice. Mesajul campaniei trebuie să fie creativ, pozitiv, ironic, mobilizator și simplu. Materialele vor face parte dintr-un proiect mai amplu, lansat de Centrul Analitic Independent „Expert-Grup” - Cursul de Anticorupție și buna guvernare (<https://www.expert-grup.org/ro/resurse/anticoruptie>). Reportajele video vor avea o durată de 7-10 min. fiecare. **Termen de livrare a produselor 15 octombrie 2020.**

Context: Începând cu aprilie 2019, Expert-Grup, Centrul Național Anticorupție și Academia pentru Studii Economice din Moldova, cu sprijinul financiar al Fundațiilor „Open Society” și Fundația Soros-Moldova, implementează proiectul care se concentrează pe livrarea unui curs universitar opțional pe Anticorupție și bună guvernare în cadrul Academiei de Studii Economice din Moldova.

Scopul proiectului este de a crește nivelul de informare, conștientizare și capacitate a studenților, jurnaliștilor și liderilor de opinie cu privire la fenomenul corupției și consecințelor corupției în toate sectoarele economiei, printr-un curs interdisciplinar academic integrat în curriculum-ul Academiei de Studii Economice din Moldova și deschis studenților din toate universitățile din Moldova, precum și altor părți interesate relevante (jurnaliști, bloggeri, lideri de opinie etc.).

Proiectul vizează trei grupuri distincte: (i) studenți universitari; (ii) jurnaliștii, în special cei concentrați pe probleme anticorupție; și (iii) lideri de opinie (de exemplu, bloggeri, activiști civici etc.). În același timp, ne propunem realizarea a două produse mediatice, cu tema generală cum afectează corupția viața de zi cu zi a cetățenilor, coordonate de către echipa proiectului, care să schimbe discursul „tehnic” al subiectelor discutate în timpul Cursului Universitar Anticorupție și să îl prezinte într-un limbaj popular direcționat unui public mai larg, nu doar beneficiarilor cursului.

Descrierea sarcinii:

Scopul general al produselor video este de a informa oamenii despre costurile corupției (marea corupție, corupția sistemică). Acestea urmăresc educarea populației și îndemnarea acestora de a recunoaște cât costă un act de corupție și cum marea corupție îl afectează personal dar și la nivel național. Mesajul video-urilor trebuie să fie unul pozitiv, ironic, mobilizator, simplu adresat potențialilor beneficiari.

Rezultatul așteptat al este de a crește vizibilitatea și înțelegerea subiectelor ce țin de corupție înafara cadrului general al investigațiilor. Grupul-țintă al video-urilor: femei și bărbați în vârstă de 24-65 ani, atât din mediul rural cât și din mediul urban. Compania selectată va produce două spoturi video de 7-10 min în limba română cu subtitrări în limba engleză (dreptul de autor asupra produselor mediatice vor

aparține Expert-Grup). De asemenea va elabora un plan media pentru promovarea spoturilor care va fi coordonat și aprobat de echipa Expert-Grup. După aprobarea de către echipa Expert-Grup a planului media pentru promovarea spoturilor, compania câștigătoare va realiza acest plan în baza unui buget suplimentar, prin semnarea unei anexe suplimentare la contractul de bază. Planul media va fi realizat în funcție de resursele financiare disponibile, ținând cont de principiul cost-eficiență, de acoperirea geografică și de audiența pe care o au. Compania va implementa planul, promovând produsele realizate. Sub supravegherea și în strânsă colaborare cu echipa Expert-Grup.

Compania va realiza următoarele sarcini de bază:

- Desemnarea unui lider de echipă care va menține comunicarea cu echipa Expert-Grup. Liderul de echipă va fi persoana responsabilă pentru respectarea termenelor limită și calitatea produselor livrate;
- Ajustarea planului de activități/calendaristic – coordonarea și aprobarea acestuia de echipa Expert-Grup (notă: la depunerea ofertei tehnice, compania va prezenta un plan de activități, după semnarea contractului, prestatorul va avea ocazia să-și ajusteze planul, dar acesta nu poate suferi schimbări semnificative de la propunerea inițială);
- Gestionarea și coordonarea implementarea și desfășurarea campaniei de informare;
- Cercetarea informației aferente costurilor de corupție, inclusiv date cantitative și calitative;
- Elaborarea mesajului general și a mesajelor secundare;
- Elaborarea conceptelor generale ale video-urilor; coordonarea și aprobarea conceptelor generale cu echipa Expert-Grup;
- Elaborarea unui plan media. Compania va identifica cele mai potrivite canale de comunicare pentru a difuza spoturile astfel încât acestea să ajungă la grupul țintă. Va prezenta echipei Expert-Grup justificarea necesară privind canalele de comunicare selectate, după caz, argumentarea va conține date statistice despre audiență și grupul țintă. Planul media va include un plan de campanie virală pe rețelele de socializare online. Planul media urmează să fie coordonat și aprobat de echipa Expert-Grup. Planul media va fi realizat în funcție de resursele financiare disponibile, ținând cont de principiul cost-eficiență, de acoperirea geografică și de audiența pe care o au.
- Elaborarea scenariilor detaliate ale spoturilor; coordonarea și aprobarea scenariilor detaliate cu echipa Expert-Grup; – Traducerea textului în limba engleză;
- Producția a două spoturi video 7-10 minute filmat video cu personaje, în limba română (cu subtitrări în limba engleză). Este important ca produsul să nu reflecte un "cap vorbitor" (sau mai multe), dar mai degrabă să se refere la o experiență de viață, o descriere a unui eveniment etc. Spotul trebuie să facă apel la emoțiilor oamenilor; – Produsele destinate utilizării vor conține logotipul Expert-Grup și ale finanțatorilor;
- Să facă schimbările necesare în spoturi la cerința comanditarului și să aprobe spoturile înainte să fie difuzate; – Post-producție (montaj, sonorizare, procesare etc.);
- Predarea spoturilor video finale pe suport digital, în diferite formate pentru a fi plasate pe platforme online, inclusiv pagini web, facebook, youtube);
- Promovarea spoturilor realizate prin diferite canale de comunicare, platforme online, rețele de socializare conform planului media coordonat și aprobat de echipa Expert-Grup;
- Monitorizarea acoperii media (media coverage);
- Evaluarea post-factum a impactului campaniei, utilizând metode cantitative și calitative. Evaluarea va reflecta și gradul de recunoaștere publică a mesajului. Raportul va conține date statistice cu privire la impactul atins de spoturile video, audio, accesări pagina web sau facebook

etc. De asemenea, este necesar ca să fie evaluat în ce măsură grupul țintă a înțeles mesajul. Raportul de evaluare va conține și o analiză media (media report) unde prestatorul va indica care au fost sursele de mediatizare utilizate.

Rezultatele așteptate în urma executării contractului:

- Planul de activități/calendaristic ajustat;
- 2 Concepte generale și planul de acțiuni al campaniei;
- Planul Media;
- 2 Spoturi filmate video de 7-10 minute în limba română cu subtitrări în limba engleză;
- Raport de evaluare a impactului, care va conține inclusiv și o analiză media (media report).

Calificarea și experiența (membrii echipei trebuie să aibă următoarele calificări):

- Studii superioare în domeniul mass-media, jurnalism, comunicare sau alte domenii relevante;
- Experiență de minim 3 ani în comunicare, relații cu publicul, campanii mediatice și o cunoaștere bună a societății, culturii și realităților sociale din Moldova;
- Experiență de minim 2 ani în proiecte sociale similare;
- Experiență de minim 2 ani de producere, inclusiv elaborare a scenariilor, a spoturilor video și audio de educare/schimbare de comportament/conștientizare, cu conținut social;
- Experiență de minim 2 ani de promovare a campaniilor de informare sociale;
- Experiență de minim 1 an de măsurare a campaniilor de informare;
- Echipament tehnic și infrastructura necesară pentru etapele de producție și post-producție;
- Să dispună de legături stabile de colaborare cu alte entități pentru promovarea eficientă a campaniei;
- Abilități organizatorice excelente, punctualitate, responsabilitate și flexibilitate.

Dosarul de aplicare urmează să fie prezentat în limba română și va conține oferta tehnică și oferta financiară care vor fi prezentate la adresa de email procurari@expert-grup.org.

Vor fi evaluate doar dosarele complete.

Punctajul evaluării (maxim 100 puncte) va reprezenta o cumulare a punctajului obținut de oferta tehnică (maximum 80 puncte) și oferta financiară (maximum 20 puncte). Selectarea se va efectua în 2 etape. La prima etapă, va fi analizată oferta tehnică prezentată de fiecare companie, conform criteriilor stipulate în ToR. Scorul minim de calificare pentru oferta tehnică – 80 puncte.

Criteriile de evaluare tehnică vor fi:

- Creativitatea conceptului pentru campanie și pentru spoturi;
- Studii relevante ale membrilor echipei de implementare (mass-media, jurnalism, comunicare sau alte domenii relevante);
- Experiența în comunicare, relații cu publicul, campanii mediatice și o cunoaștere a societății, culturii și realităților sociale din Moldova;
- Experiența cu implementarea proiectelor sociale similare;
- Experiența de producere, inclusiv elaborare a scenariilor, a spoturilor video și audio de educare/schimbare de comportament/conștientizare, cu conținut social;
- Experiența de promovare a campaniilor sociale de informare;
- Experiența de măsurare a campaniilor de informare;
- Experiența de colaborare cu alte entități pentru promovarea produselor media;

- Abilitățile organizatorice, punctualitate, responsabilitate și flexibilitate.

La cea de-a doua etapă, comisia de achiziție va examina ofertele financiare ale candidaților care au prezentat oferte tehnice calificate din punct de vedere tehnic. Punctajul pentru oferta financiară este calculat conform unei formule unice. Compania câștigătoare va fi oferta cu cel mai mare punctaj acumulat (oferta tehnică + oferta financiară).

Oferta tehnică va conține următoarele:

- Copia certificatului de înregistrare a companiei;
- Copia licenței de activitate a companiei;
- O prezentare generală a companiei care va include o listă a produselor relevante realizate în ultimii 2 ani, inclusiv lista clienților;
- CV-urile persoanelor cheie care vor fi implicate în realizarea contractului, semnate de candidați;
- Mostre de spoturi sociale video/audio în limba română realizate în cadrul unor campanii precedente, indicând inclusiv anul producției și organizația comanditară, sau alte dovezi ale abilității de a elabora și produce asemenea spoturi;
- Propunere generală/proiect de concept pentru campanie și pentru spot;
- Planul de activitate/calendaristic detaliat cu indicarea termenilor de executare și a produselor care urmează să fie livrate, conform ToR-ului solicitat;
- Lista preliminară a sitelor de internet, rețele de socializare, care vor fi incluse în planul media, inclusiv planul de campanie virală;

Oferta financiară va fi prezentată în MDL și va include toate taxele și impozitele, inclusiv contribuțiile angajatorului pentru plata salariilor/onorariilor pentru prestări servicii în Republica Moldova. Oferta financiară trebuie să fie coerentă și să conțină o descriere clară a capitolelor de cheltuieli.