

TERMENI DE REFERINȚĂ

Pentru elaborarea Manualului de Identitate Vizuală (Brand-book) a Proiectului

„Informează, Abilitează și Acționează!”

Societatea civilă pentru o mai bună guvernare bugetară în Moldova”

1. Scurtă descriere a proiectului

Perioada de implementare: februarie 2019 – ianuarie 2022

Bugetul total al proiectului: 1,15 mln Euro

Donator: Comisia Europeană și Ministerul Federal pentru Cooperare Economică și Dezvoltare din Germania

Centrul Analitic Independent „Expert-Grup”, în calitate de partener principal, în consorțiu cu **Konrad Adenauer Stiftung e.V. (KAS)** din Berlin, Germania, **Centrul pentru Studii Est-Europene din Lituania (CSEE)** și **Institutul pentru Politici și Reforme Europene (IPRE)** implementează, începând cu februarie 2019, proiectul **„Informează, abilitează și acționează! Societatea civilă pentru o mai bună guvernare bugetară în Moldova”.**

Obiectivul general al proiectului urmărește să sporească implicarea societății civile la nivel local și să crească transparența, eficiența și eficacitatea proceselor de elaborare și executare a bugetelor, prin participarea și monitorizarea din partea societății.

Obiective specifice:

- Creșterea nivelului de informare, conștientizare și motivare a populației și a societății civile la nivel local cu privire la procesul bugetar: importanța analizării bugetelor locale, discutarea priorităților în ceea ce privește cheltuielile publice, monitorizarea executării bugetelor, în special, a achizițiilor publice pentru proiectele de investiții mari.
- Abilitarea populației și societății civile la nivel local prin cunoștințe, instrumente și un cadru prin care aceștia să se poată implica mai activ în procesele de consultare și să contribuie la o mai bună monitorizare a politicilor publice și bugetelor publice locale.
- Îmbunătățirea nivelului de participare a populației și a societății civile la elaborarea politicilor publice, implicare în procesul bugetar, monitorizare și control.

Principalele **activități** ale proiectului sunt:

- Crearea coalițiilor locale (25 de coaliții locale în 25 de localități din 5 regiuni ale Republicii Moldova: Nord, Centru, Sud, UTA Găgăuzia și Transnistria);
- Lansarea unei campanii de informare, conștientizare și vizibilitate;
- Dezvoltarea instrumentelor de bugetare participativă;
- Capacitatea celor 5 parteneri locali de implementare și a membrilor coalițiilor locale privind bugetarea participativă;
- Promovarea îmbunătățirii procesului bugetar la nivel local;
- Încurajarea participării coalițiilor locale în procesul bugetar;
- Promovarea schimbării în procesul bugetar la nivel central (pe tot parcursul anilor Promovarea îmbunătățirii procesului bugetar la nivel local.



Proiectul este implementat cu suportul financiar oferit de Comisia Europeană și Konrad Adenauer Stiftung e.V.



Audiența-țintă și beneficiarii finali

Audiența-țintă a proiectului este reprezentată de organizațiile societății civile și activiștii locali. Din aceasta mai fac parte și membrii coalițiilor locale ale celor 25 de APL-uri constituite cu suportul partenerilor regionali din regiunile Nord, Centru, Sud, UTA Găgăuzia și regiunea Transnistreană (în medie, 5 APL per partener de implementare).

Estimativ fiecare coaliție locală va cuprinde în jur de 30 de membri (reprezentanți ai sectorului asociativ, activiști locali și reprezentanți ai APL-urile), astfel ca un total de 750 persoane să beneficieze de acest proiect la nivel național. Beneficiarii finali ai proiectului vor fi toți cetățenii localităților în care va fi implementat proiectul, cifră care poate ajunge până la un număr de aproximativ 400 – 500 mii de persoane.

2. Obiectivele intervenției

Obiectivul intervenției este elaborarea Manualului de identitate vizuală (brand-book) a Proiectului, care să includă identitatea și elementele de design a instrumentelor și produselor de comunicare și vizibilitate în așa fel ca să reflecte obiectivele, mesajele cheie și rezultatele proiectului.

Manualul de identitate vizuală se va conduce de următoarele obiecte specifice ale Strategiei de comunicare și vizibilitate a proiectului:

- **OBIECTIV 1** - Creșterea nivelului de informare și conștientizare în rândul populației și al societății civile locale a procesului bugetar și a bugetării participative prin intermediul instrumentelor și produselor de comunicare (platforma de audieri publice, analize, coaliții, toolkit-uri, instruirii etc).
- **OBIECTIV 2** - Îmbunătățirea percepției asupra bugetării participative și creșterea gradului de înțelegere a impactului acestui proces asupra comunității, prin intermediul instrumentelor și produselor de comunicare (platforma de audieri publice, analize, coaliții, toolkit-uri, instruirii, etc).
- **OBIECTIV 3** - Asigurarea vizibilității la nivel local și național a rezultatelor și produselor proiectului, realizând Planul de Acțiuni al Strategiei de Comunicare.

Manualul de identitate vizuală va fi utilizat pentru:

- Documentele de lucru, produsele și materialele de comunicare ale proiectului: studii, scrisori, rapoarte, info-grafice, postere, pliante, carnete, pixuri etc.
- Elaborarea site-ului proiectului.

3. Activitățile cheie

Compania selectată va desfășura activitățile în **patru etape** și anume:

- **Etapă I – 24 Mai 2019:** Elaborarea a 3 opțiuni de schiță a Manualului de identitate vizuală, care să conțină următoarele componente:
 1. **Logo:** Crearea logotipului. Alegerea culorilor și simbolurilor logoului. Regulile de folosire a acestuia. Sloganul și forma caracterului, tipografia lui. Folosirea sloganului.
 2. **Culori:** Culorile primare. Vizualizare. Distribuția culorilor.
 3. **Tipografie:** Fonturi/caractere. Alegerea caracterelor pentru titlu, text introductiv, subtitlu, text, note marginale, explicații pentru imagini. Utilizarea culorilor.
 4. **Stilul imaginilor:** Folosirea imaginilor pentru text și design-ul proiectului.
 5. **Elemente grafice:** Info-grafice. Elemente grafice de legătură. Utilizare. Poziționare.
 6. **Producție Video:** Elemente grafice pentru producția unor filmulețe scurte informative.



7. **Materiale de Comunicare Organizațională:** Scrisori. Cărți de vizită. Prezentări (PowerPoint, Prezi etc).
8. **Social media:** Branding pe rețele de socializare.
9. **Publicații (studiu, raport anual, broșuri, pliante):** Coperta și construcția ei. Titlu cu imagine și cu fon. Coperta din spate. Interior broșură. Folosirea elementelor de design. Fotografii, tabele și locul hărților. Numerotarea paginilor.
10. **Postere/banere/roll-up:** Design și elemente de poziționare.
11. **Obiecte promoționale:** Exemple de folosire a bradului în special pentru mape, pixuri, stick de memorie USB, brățară, sacose de material, maiouri, chipiuri.
- **Etapă II – 7 iunie 2019:** În baza celor 3 schițe prezentate, elaborarea și definitivarea versiunii pre-finale a Manualului de Identitate vizuală, în coordonare cu ofițerul de comunicare a proiectului.
- **Etapă III – 15 iunie 2019:** Finalizarea Manualului de identitate vizuală. Predarea elementelor/fișierelor redactabile. Elementele solicitate vor fi livrate pe suport electronic, cu posibilitatea de a fi editate (Exemple: .ai, .eps, .png, .psd, .indd, etc.)
- **Etapă IV – iulie - septembrie 2019:** Compania va colabora cu echipa proiectului și compania care va dezvolta website-ul proiectului.

5. Cerințe generale înaintate companiei ofertante:

- Compania trebuie să fie înregistrată oficial pe teritoriul Republicii Moldova;
- Cel puțin 3 ani de experiență în domeniul solicitat;
- Capacitatea de lucru în echipă și de îndeplinire a sarcinilor în termenii stabiliți;
- Experiența anterioară de lucru în proiecte finanțate de UE sau de alți parteneri internaționali de dezvoltare va fi considerată un avantaj.

6. Prezentarea ofertelor:

Comaniile interesate sunt invitate să prezinte ofertele care vor conține următoarele documente:

- O scrută descriere a organizației (1-2 pagini);
- Certificatul de înregistrare a companiei;
- Portofoliul clienților;
- Portofoliul experienței de servicii similare;
- Oferta comercială/bugetul pentru realizarea sarcinilor propuse (Oferta de preț în Euro, la cota TVA 0%);
- Alte documente sau recomandări relevante (în funcție de disponibilitate).

7. Criteriile de selecție:

Oferta companiei va fi evaluată conform următoarelor criterii:

- Portofoliului companiei – 30%
- Realizarea lucrărilor solicitate în intervalul stabilit în prezentul document – 25%;
- Creativitate – 25%;
- Prețul serviciului – 20%.

Ofertele urmează să fie expediate până pe **6 mai 2019, ora 18:00**, la adresa email: julia@expert-grup.org.

Posibile întrebări de clarificare în legătură cu prezentarea ofertelor pot fi adresate pînă la data de 3 mai 2019 la email-ul: simion.ciochina@ipre.md (persoana de contact: Simion Ciochină, Ofițer de comunicare).

