

DESCRIERE GENERALĂ INFORMAȚII

Caietul de sarcini face parte integrantă din documentația pentru atribuirea contractului și constituie ansamblul cerințelor pe baza cărora se elaborează de către fiecare ofertant propunerea tehnică. Caietul de sarcini conține specificații tehnice, considerate ca fiind minimale. În acest sens, orice ofertă prezentată, care conține elemente suplimentare față de cele solicitate prin Caietul de sarcini va fi luată în considerare, dar numai în măsura în care propunerea tehnică presupune asigurarea unui nivel calitativ superior cerințelor minimale din Caietul de sarcini. Ofertele care nu satisfac cerințele caietului de sarcini vor fi declarate neconforme și vor fi respinse.

CONTEXT

La 23 iunie 2022, Uniunea Europeană (UE) a acordat Republicii Moldova statutul de țară candidată în temeiul angajamentului de a realiza reforme structurale. În conformitate cu noua metodologie de extindere a UE, a fost subliniată, inclusiv, necesitatea efectuării unor reforme în domeniul administrației publice (RAP). În Strategiile sale de extindere din 2014 și 2018, Comisia Europeană (CE) a menționat RAP ca fiind unul dintre cele trei domenii „fundamentale” ale procesului de extindere a UE.

Rapoartele de monitorizare SIGMA analizează performanțele administrațiilor publice prin intermediul unui set de indicatori standardizați pe baza Principiilor administrației publice. Sunt evaluate atât elementele indispensabile ale unei bune administrații publice (legi, politici, capacitate instituțională și proceduri bune), cât și modul în care o administrație funcționează în practică.

Un capitol aparține în acest raport este dedicat prestării serviciilor publice. Cadrul strategic al Guvernului Republicii Moldova pentru prestarea serviciilor publice este reprezentat în Strategia RAP pentru perioada 2023-2030 sub titlul „Debirocratizarea și dezvoltarea serviciilor electronice”, acesta acoperă un obiectiv general și trei direcții prioritare: 1) servicii publice modernizate 100%; 2) un ecosistem de E-Guvernare-consolidat; și 3) administrație publică locală digitalizată.

Potrivit datelor raportului SIGMA, angajamentul Guvernului de a extinde accesul teritorial la serviciile administrative a fost demonstrat prin acțiunile sale de îmbunătățire a prestării serviciilor prin intermediul rețelei de oficii ale Agenției Servicii Publice (ASP). În timp ce ASP are drept scop să devină o instituție de prima linie (front-office) pentru un număr tot mai mare de instituții guvernamentale, cetățenii nu au încă o conștientizare puternică a activității agenției. În prezent, percepția accesului la serviciile publice pe întreg teritoriul este „bună” pentru mai puțin de jumătate dintre respondenți.

Prin organizarea unei campanii masive de informare a cetățenilor despre serviciile prestate de către ASP, dar și despre drepturile pe care le au cetățenii, atunci când ajung la ASP, ne propunem să creștem gradul de satisfacție al cetățenilor față de serviciile prestate de către ASP.

INFORMAȚII GENERALE

ASP contractează serviciile companiei locale de PR/comunicare în scopul mediatizării serviciilor prestate de ASP. Campania de comunicare va include, dar nu se va limita la activitățile conform Anexei nr. 22, ce urmează a fi desfășurate și implementate de către Prestator.

Achiziționarea serviciilor are drept scop organizarea unei campanii de comunicare și de informare a cetățenilor despre serviciile prestate de către ASP, dar și despre drepturile pe care le dețin aceștia, atunci când ajung la ASP.

Direcțiile principale de desfășurare a campaniei de comunicare:

1. Lansarea de către ASP a noilor servicii publice.
2. Digitalizarea serviciilor publice prestate de către ASP.
3. Condițiile de accesare a serviciilor publice prestate de către ASP.

Proiectul va include activități de organizare de evenimente, producere de materiale vizuale și radio (spoturi TV, Radio), precum și plasare de produse la TV, Radio și pe platformele de social media.

Drepturile de autor asupra tuturor produselor media create în cadrul acestei campanii de comunicare vor reveni în întregime Beneficiarului (ASP). Ulterior, după finalizarea campaniei de comunicare, Beneficiarul va putea difuza materialele rezultate pe orice platformă consideră necesar (Website, Youtube, Instagram, Facebook, etc).

OBIECTUL ACHIZIȚIEI:

Obiectul achiziției - realizarea unei campanii de comunicare și promovarea serviciilor prestate de ASP.

Cerințe față de Prestator - Compania de PR/comunicare:

- Elaborarea, dezvoltarea conceptului campaniei de comunicare; elaborarea, în coordonare cu ASP, a planului campaniei de comunicare;
- Organizarea și asigurarea logistica a două evenimente, cu participarea mass-media, pe parcursul desfășurării campaniei;
- Serviciile de elaborare a produselor media (spoturi video, spoturi/video-grafice format social media, spoturi radio, video explainer-e pentru platformele de informare ale ASP);
- Plasarea de produse (media placement a spoturilor grafice/video/radio la TV, Radio, pe platformele de social media);
- Crearea și furnizarea rapoartelor narative lunare care vor conține date analitice privind desfășurarea campaniei de comunicare.

Cerințe față de echipa Companiei de comunicare:

- *Manager de proiect (evenimente-conferințe) cu o experiență de minim 3 ani – prezentare CV în formă scurtă, cu focus pe proiectele realizate.*
- *Creative director (designer) cu o experiență de minim 3 ani - prezentare CV în formă scurtă, cu focus pe proiectele realizate.*
- *Motion Designer cu o experiență de minim 3 ani – prezentare CV în formă scurtă, cu focus pe proiectele realizate.*
- *Marketolog cu o experiență de minim 3 ani - prezentare CV în formă scurtă, cu focus pe proiectele realizate.*

În baza cerințelor de mai sus și a specificațiilor tehnice din Anexa nr. 22, la început de campanie, în termen de 10 zile calendaristice după semnarea contractului, Prestatorul va elabora conceptul campaniei și planul de acțiuni al acesteia, care va fi coordonat și aprobat de către ASP înainte de lansare.