

SPECIFICAȚII TEHNICE

Obiectivul contractului îl constituie realizarea unei campanii de promovare a Pactelor de Integritate în România prin realizarea următoarelor servicii:

| Obiectiv | Indicator de realizare |
|---|---|
| Etapa 1 | |
| Creație și producție spoturi publicitare animate și materiale conexe | <ul style="list-style-type: none"> - Story board individual pentru spoturi publicitare animate – aprobat de beneficiar - Două spoturi publicitare produse – aprobate de beneficiar - Un set de materiale conexe online – bannere, pop-up-uri, etc. |
| Etapa 2 | |
| Realizarea media plan difuzare online spoturi publicitare | - Media-plan campanie online însoțit de indicatorii de performanță – aprobat de beneficiar |
| Achiziție de spațiu publicitate media online | - Confirmarea rezervărilor media online conform media-plan aprobat de beneficiar |
| Difuzarea și monitorizare campanie media online | - Difuzare propriu-zisă a spoturilor publicitare online și a materialelor conexe și materialelor de informare, raport de monitorizare cu privire la respectarea timpilor, programului de difuzare și a celorlalte condiții definite prin rezervarea spațiului de difuzare |

Activități necesare:

1. Creație și producție

- **Mesajul spoturilor publicitare** – Mesajul trebuie să ilustreze tematica proiectului, să fie simplu, clar exprimat, ton pozitiv, atractiv și ușor de înțeles pentru grupul țintă căruia i se adresează. Mesajul propus de către prestator va trebui să fie aprobat de către beneficiar pentru intrarea în producție;
- Prezentarea scrisă a conceptului creativ unitar al campaniei și a raționamentului care stă la baza alegerii. Se solicită cel puțin cate doua variantă de concept de creație pentru fiecare dintre cele doua spoturi
- Dezvoltarea conceptului creativ pentru spoturile de 20-30 de secunde;
- Se vor produce și realiza a două spoturi publicitare animate de 20-30 de secunde presupunând elaborare script; elaborare story-board; întâlnire de pre-producție (PPM); producție; post-producție; integrarea elementelor de identitate vizuala ale proiectului; corecții de culoare și de compoziție; transferul online; furnizare coloana sonoră împreună cu drepturile de autor aferente;
- Realizarea unui set de materiale conexe online – bannere, pop-up-uri, etc., care să ilustreze tematica generală a proiectului;
- Spoturile vor fi material animat la rezoluție Full HD.

Participanții au obligația să prezinte în OFERTA TEHNICĂ următoarele elemente cu privire la realizarea spoturilor publicitare:

- Conceptul creativ unitar al campaniei și prezentarea raționamentului care stă la baza sa, precum și a conceptelor creative propuse;
- Calendarul de realizare a spoturilor. Se va lua în considerare și timpul necesar obținerii avizului beneficiarului (1-3 zile lucrătoare), precum și timpul necesar parcurgerii tuturor etapelor: documentare, producție, post-producție, avizare, etc.

2. Difuzare

Strategia de difuzare online a spoturilor, materialelor conexe și materialelor de informare trebuie să asigure:

- Acoperirea grupului țintă specific relevant menționat în descrierea proiectului Pactelor de Integritate;
- Utilizarea eficientă a resurselor campaniei de promovare (stratificarea canalelor de difuzare în funcție de tipul de material de promovare și de adresabilitatea acestuia), argumentarea propunerilor și prezentarea indicatorilor de impact estimat;
- Identificarea mecanismelor de promovare și interconectare ale site-ului <https://pactedeintegritate.ro>, asigurarea creșterii vizibilității site-ului;
- Identificarea unor canale alternative de diseminare și evidențierea impactului suplimentar (altele decât cele descrise mai sus).

Tot ceea ce este prezentat în strategia de difuzare, trebuie să fie însoțit de prezentarea indicatorilor de performanță.

Strategia de difuzare și alte elemente adiționale se vor prezenta în cadrul proiectului, nereprezentând elemente ale ofertei tehnice. **Ofertanții își vor exprima în oferta tehnică explicit disponibilitatea de a realiza toate activitățile menționate cu privire la difuzare.**

Caracteristicile site-urilor în vederea realizării media-planului pentru campania online:

- **Acoperire:** națională.
- **Durata campaniei:** iunie-octombrie 2021
- **Profil:** economie și finanțe\justiție\finanțări europene\companii și firme\organizații economice\organizații internaționale\mediului diplomatic la București.
- **Audiență generală:** 18-63, mediul urban
- **Audiență specifică:**
 - Autorități ale administrației publice,
 - Instituții publice,
 - Instituții non-profit,
 - Universități,
 - Camere de comerț,
 - Organizații neguvernamentale,
 - IMM-uri,
 - Organizații internaționale,
 - Mediul diplomatic la București.
- **Difuzarea spoturilor** și postarea materialelor conexe (banner, pop-up-uri, etc.) va asigura vizibilitatea 24 h / 7 zile.
- Se vor specifica **Indicatorii de performanță** pentru fiecare site propus pentru difuzarea spoturilor publicitare, a materialelor conexe și materialelor de informare respectiv:
 - **Indicatori cantitativi:**
 - **Clienți unici:** exprimă numărul de calculatoare de pe care un site este accesat cel puțin o dată în perioada de raportare.

- **Afișări:** exprimă numărul de pagini web afișate la solicitarea unui vizitator.
- **Vizite:** exprimă o serie de una sau mai multe afișări ca rezultat al cererii unui vizitator. O vizită se termină în momentul în care perioada dintre 2 afișări consecutive este mai mare de 30 de minute.
- **Numărul de vizitatori pe săptămână ai unui site:** număr mediu de persoane care au vizitat un site într-o săptămână.
- **Indicatori calitativi:**
 - **Profilul socio-demografic al utilizatorilor website-ului:** prezintă informații de ordin socio-demografic (exemplu: sex, vârstă, educație, ocupație, venit, aria geografică etc.) cu privire la vizitatorii unui anumit website.
- Ofertanții vor face dovada disponibilității spațiilor media propuse în oferta tehnică prin prezentarea de contracte/memo-dealuri sau orice alt înscris din care să rezulte ca spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului.
- Achiziționarea de spațiu media online conform media planului aprobat de către beneficiar.

Realizarea de rapoarte lunare de monitorizare a campaniei și a unui raport final de monitorizare a campaniei, care să cuprindă:

- zilele de difuzare,
- intervalul orar de difuzare,
- numărul de difuzări,
- trafic înregistrat în intervalul de difuzare care să fie certificat de organism autorizat în domeniu,
- print-screen-uri cu pagina de difuzare a spoturilor publicitare, a materialelor conexe și de informare (banner, pop-up, news letters, studii, informări regionale naționale, specifice privind evenimentele proiectului etc.)
- să prezinte un profil al vizitatorilor conform SATI, sau echivalent, care să-l recomande pentru comunicarea cu grupul țintă vizat.

Rapoartele de monitorizare intermediare și finale vor fi transmise Beneficiarului în varianta electronică (la o adresă de email ce va fi indicată în contractul de prestări servicii) în cel mult 2 zile de la expirarea perioadei de monitorizare vizată în raport.

La întocmirea rapoartelor se vor lua în considerare următoarele:

- Corelarea difuzărilor online monitorizate de către ofertant cu media-planul aprobat de beneficiar; ofertantul va prezenta comparativ situația difuzărilor/postărilor online din media-plan cu situația reală înregistrată în urma monitorizării.
- În cazul apariției unor discrepanțe (ex. erori de difuzare ale furnizorilor), acestea vor fi menționate în raport.
- Rapoartele vor fi prezentate atât în format sintetic, tabelar, cât și în format detaliat, narativ.