

TERMENI DE REFERINȚĂ
CAMPANIE DE COMUNICARE ÎN CADRUL PROIECTULUI DE ÎNREGISTRARE ȘI EVALUARE
FUNCIARĂ

1. CONTEXT

Guvernul Republicii Moldova a primit un împrumut în valoare de 30.1 milioane euro de la Grupul Băncii Mondiale - Asociația Internațională pentru Dezvoltare - pentru implementarea Proiectului de Înregistrare și Evaluare Funciară (în continuare Proiectul). Proiectul are ca scop îmbunătățirea calității sistemului de administrare funciară și evaluare a bunurilor imobile și sporirea transparenței sistemului de impozitare a proprietății.

Proiectul constă din patru componente: (A) Înregistrarea primară a bunurilor imobile; (B) Evaluarea bunurilor imobile; (C) Consolidarea sistemului de administrare funciară; și (D) Consolidarea capacității și managementul proiectului.

Componenta A „Înregistrarea primară a bunurilor imobile” va susține înregistrarea primară a terenurilor în proprietate publică și privată din Republica Moldova și va consolida calitatea datelor deja existente în registrul bunurilor imobile. De asemenea, în cadrul acestei componente vor fi organizate prezentări publice și campanii de informare a cetățenilor pentru a asigura că cetățenii sunt implicați și informați privind procedurile, activitățile și beneficiile în cadrul înregistrării primare a bunurilor imobile. În plus, la Cadastru va fi înființat un mecanism complex de soluționare a contestațiilor/petițiilor pentru a monitoriza feedback-ul primit de la beneficiari și pentru a oferi o cale formală de recurs. Componenta este formată din trei subcomponente: (i) înregistrarea sistematică a terenurilor private - inclusiv publicarea documentației cadastrale, campanii de informare și sensibilizare a publicului și un mecanism de soluționare a contestațiilor/petițiilor; (ii) înregistrarea sistematică a terenurilor publice; și (iii) îmbunătățirea calității și fiabilității datelor cadastrale.

Componenta B „Evaluarea bunurilor imobile” va sprijini extinderea evaluării masive pentru a include bunurile imobile care nu au fost evaluate până în prezent și pentru a efectua reevaluarea bunurilor imobile cu scopul de a contribui la îmbunătățirea transparenței pieței imobiliare și a menține sistemul de evaluare a bunurilor imobile actual și utilizabil, printre altele prin: (i) evaluarea primară a bunurilor imobile; (ii) reevaluarea bunurilor imobile care nu au fost reevaluate din 2008; și (iii) înființarea unei infrastructuri de evaluare a bunurilor imobile și a unui sistem independent de contestații pentru a contesta evaluările.

Componenta C „Consolidarea sistemului de administrare funciară” va sprijini consolidarea sectorului funciar din Moldova prin facilitarea unui dialog de politici și realizarea unei evaluări a

cadrului instituțional și de reglementare, va propune îmbunătățiri, acolo unde este posibil. De asemenea, va încuraja elaborarea proceselor de afaceri simplificate și modernizarea serviciilor de cadastru prin utilizarea TIC, și susținerea dezvoltării Infrastructurii Naționale de Date Spațiale. Componenta va sprijini: (i) dezvoltarea sectorului funciar și a politicilor de sustenabilitate a sectorului funciar care acoperă guvernarea, sistemele organizaționale, rolurile diferiților participanți la proces, notarii și sectorul privat, precum și procesele de înregistrare și evaluare și inclusiv, dacă este cazul, pregătirea proceselor juridice sau reformei de reglementare; (ii) consolidarea capacităților tehnologiilor informaționale și comunicațiilor; și (iii) consolidarea INDS, inclusiv pregătirea unui plan de afaceri, extinderea geo-portalului și organizarea activităților de consolidare a capacității pentru agențiile responsabile de furnizarea de seturi de date de referință de bază privind standardele datelor, menținerea metadatelor și crearea de seturi de date interoperabile.

Componenta D „Consolidarea capacității și managementul proiectului” va sprijini consolidarea capacităților agențiilor și instituțiilor interesate pentru a asigura derularea facilă a activităților proiectului precum și oferirea suportului pentru implementarea proiectului printre altele prin: formarea și consolidarea capacităților și echiparea personalului APL, după cum este necesar, pentru a sprijini înregistrarea și evaluarea sistematică la nivel local; (ii) activități de formare și consolidare a capacităților la Agenția Servicii Publice, Departamentul Cadastru pentru a îmbunătăți orientarea către clienți și abilitățile de deservire; (iii) proiectarea și implementarea unei evaluări sociale cuprinzătoare (inclusiv un plan de management social) și a trei sondaje privind satisfacția clienților; (iv) monitorizarea și evaluarea (ME) proiectului; și (v) funcționarea Unității de Implementare a Proiectului (UIP).

Pentru a asigura că beneficiarii au o bună înțelegere a beneficiilor proiectului și pentru a asigura vizibilitate activităților și rezultatelor proiectului se planifică să fie elaborată și implementată o campanie de comunicare pe baza strategiei de comunicare a proiectului ce evidențiază potențialele activități de comunicare.

2. OBIECTIV/ DOMENIU DE ACTIVITATE

Unitatea de Implementare a Proiectului intenționează să contracteze o Companie locală de PR/Comunicare în scopul de a dezvolta și implementa o campanie de comunicare conform Termenilor de referință prezentați în documentul dat cu privire la aspecte cheie ce țin de: activitățile de înregistrare și evaluare a proprietății în Moldova, necesitatea de lucrători cadastrali în Moldova; consolidarea sistemului de administrare a terenurilor.

Obiectivele campaniei se vor concentra pe:

- Creșterea gradului de conștientizare a publicului și obținerea unei atitudini pozitive cu privire la activitățile și utilitatea proiectului.
- Consolidarea încrederii în procesul de înregistrare a terenurilor și evaluare a bunurilor imobile prin demonstrarea transparenței și a accesului la informații.
- Promovarea educației publice și a sensibilizării cu privire la înregistrarea terenurilor și evaluarea proprietăților, cu un accent special pe femei, tineri și alte grupuri vulnerabile. *(Acest obiectiv se va reflecta în toate activitățile de comunicare din cadrul campaniei)*
- Promovarea imaginii publice a forței de muncă din domeniul cadastrului ca un grup util și valoros de profesioniști

Campania de comunicare se va desfășura la nivel local, regional și național.

Compania va urmări câteva obiective specifice pentru îndeplinirea misiunii:

- Dezvoltarea conceptului, a mesajelor cheie pentru grupurile țintă și a identității vizuale a campaniei.
- Elaborarea materialelor de informare și sensibilizare;
- Dezvoltarea conceptului de promovare pe rețelele de socializare și diseminarea informațiilor prin intermediul rețelelor de socializare;
- Elaborarea unui plan media cu o listă de programe/emisiuni TV și radio, surse mass-media on-line necesare pentru vizibilitatea proiectului și implementarea campaniei de difuzare la nivel național și regional.
- Dezvoltarea conceptelor pentru evenimente cu o abordare creativă pentru diversele grupuri țintă ale proiectului

Estimativ, campania este planificată să se desfășoare până în luna martie 2024.

3. SARCINI ȘI REZULTATE

Campania de comunicare va include, dar nu se va limita la, următoarele activități, ce urmează a fi desfășurate și implementate de către contractor.

3.1 Conceptul și evenimentele campaniei

Compania va asigura logistica completă pentru evenimentele campaniei. Logistica descrisă în Termenii de referință de mai jos este pentru referință și este posibil să nu includă toate acțiunile necesare pentru evenimente organizate cu succes, de aceea compania urmează să ofere

metodologia pentru desfășurarea cu succes a activităților și să asigure logistica completă pentru organizarea evenimentelor.

3.1.1 Sugerați și elaborați conceptul general al campaniei, identitatea vizuală (ce va cuprinde și re-design-ul logo-ului proiectului), inclusiv un slogan general și sub-sloganuri pentru fiecare componentă a proiectului, mesajele-cheie pentru fiecare grup țintă pe baza strategiei de comunicare a proiectului (*Anexa 1*)

3.1.2 Planificați și organizați două discuții focus grup pentru a testa mesajele campaniei. Focus-grupurile vor implica reprezentanții principalelor grupuri țintă. Scopul principal al acestei activități este de a asigura că sloganurile și mesajele cheie ale campaniei rezonează bine cu grupurile țintă și au un impact maxim. Cel puțin 10 persoane pe focus grup cu participarea femeilor și a grupurilor vulnerabile. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități.

3.1.3 Planificați și organizați un eveniment de lansare a campaniei pentru a spori gradul de conștientizare a publicului și pentru a stimula sprijinul printr-un discurs coerent cu privire la activitățile și utilitatea proiectului. (Ca exemple ar putea servi un eveniment public la care titlurile de proprietate asupra terenurilor sunt acordate proprietarilor de terenuri pentru prima dată, astfel subliniind beneficiile proiectului pentru cetățenii obișnuiți).

Evenimentul va reuni reprezentanți ai principalelor grupuri țintă prevăzute de proiect și mass-media. Logistica va include, dar fără a se limita la: scenariu, branding, moderator, ecran pentru difuzarea videoclipului de prezentare a proiectului și identitatea vizuală a campaniei, echipamente audio, vizibilitate pre/în timpul și post eveniment, monitorizare și raportare. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.4 Planificați și organizați o serie de 4 brunch-uri media pentru până la 25 de participanți fiecare. Brunch-urile media ar trebui să includă reprezentanți ai presei naționale și regionale, din regiunile în care se desfășoară lucrări de cadastru/înregistrare primară. Brunch-urile media vor acoperi progresul proiectului, îl vor include în reflectarea beneficiilor pe care proiectul le generează pentru diferite grupuri țintă, vor răspunde la întrebările mass-media demonstrând transparență și acces la informații.

Logistica va include, dar fără a se limita la: 1 brunch pentru fiecare participant la fiecare dintre cele 4 evenimente, brandingul evenimentului, proiector cu ecran, echipamente audio, rambursarea costurilor de transport pentru jurnaliștii care vin din afara Chișinăului, moderator,

relații cu mass-media, servicii foto, vizibilitate pre/în timpul și post eveniment. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.5 Planificați și organizați o conferință de presă privind lansarea sistemului de contestații referitor la metodologia nouă de evaluare a bunurilor imobile . Logistica va include, dar fără a se limita la: moderator, branding, ecran, echipamente audio și alte necesități relevante pentru o conferință de presă de succes, inclusiv copywriting comunicate de presă, fotograf la eveniment, relații cu mass-media, mediatizarea evenimentului – transmisie live și cel puțin 3 reportaje TV organice. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.6 Planificați și organizați un eveniment creativ de Ziua Națională a Lucrătorului Cadastral dedicat celor 25 de ani de cadastru în Moldova, invitând până la 70 de persoane, inclusiv tineri, pentru a discuta despre viitorul sistemului cadastral, inovațiile, rolul și importanța tinerilor. Logistica va include, dar fără a se limita la: locația din Chișinău, 2 pauze de cafea – 1 pauză de cafea de dimineață și 1 pauză de cafea tip prânz fourchette, brandingul evenimentului, zona foto, moderator, scenariu, ecran mare, producție video pentru afișare pe ecran (detaliat în producția multimedia), echipamente audio, servicii de traducere, inclusiv echipamente de traducere și 2 interpreți pentru traducere consecutivă, servicii foto, servicii video – până la 3 minute pentru reportajul de încheiere după eveniment, relațiile cu mass-media, transmisia zoom pentru lucrătorii cadastrali din regiunile care nu pot participa la eveniment. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.7 Planificați și organizați 2 evenimente de promovare a progresului și beneficiilor activităților proiectului. La evenimente vor participa până la 30 de persoane. Logistica va include, dar fără a se limita la: locația (Chișinău sau teritoriu – TBC), 1 pauză de cafea, brandingul evenimentului, scenariu, echipamente pentru difuzare video (TBC), echipamente audio, servicii foto. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.8 Planificați și organizați până la 4 evenimente de sensibilizare cu privire la importanța și necesitatea lucrătorilor cadastrali. Activitățile se vor desfășura în colegii și universități care instruiesc specialiști pentru executarea lucrărilor de cadastru (Colegiul de Construcții, Colegiul Ecologic, Universitatea Tehnică etc.), cu participarea companiilor de afaceri din domeniu și a specialiștilor cadastrali pentru a explica specificul profesiei și pentru a răspunde la întrebările tinerilor.

Logistica va include, dar fără a se limita la: 1 pauză de cafea pentru fiecare instituție, brandingul evenimentului, inclusiv o zonă foto, ecran, echipamente audio (transport), servicii foto, servicii video – până la 3 minute pentru un reportaj după eveniment, relații cu mass-media, vizibilitatea activității. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.9 Planificați și asigurați participarea Agenției Servicii Publice la cel mult 4 evenimente-târg de locuri de muncă din Chișinău sau din țară destinate tinerilor, pentru promovarea proiectului, precum și a importanței și necesității de lucrători cadastrali. Pentru atragerea tinerilor, un influencer va fi implicat în activitate, vor fi organizate concursuri cu premii simbolice cu brandingul campaniei/proiectului și un colț instagramabil (transportabil și utilizabil la alte evenimente din campania de comunicare).

Logistica va include, dar fără a se limita la: identificarea târgurilor de locuri de muncă și a condițiilor de participare, înregistrarea, brandingul standului, producerea unui colț instagramabil (transport în toate cele 4 locații), fotograf la eveniment, premii pentru chestionare, implicarea unui influencer, vizibilitatea activității. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.10 Planificați și organizați o conferință la nivel înalt, de jumătate de zi, referitor la Infrastructura Națională de Date Spațiale (INDS) și ROITE, cu participarea a cel mult 50 de persoane. Evenimentul va fi organizat de Ziua Internațională a GIS în noiembrie 2023 și va prezenta importanța INDS, ROITE, valoarea datelor geospațiale, servind drept platformă de discuții pentru a încuraja utilizarea acestora de către Guvern la luarea deciziilor. Logistica va include, dar fără a se limita la: locația din Chișinău, invitația participanților, 2 pauze de cafea – 1 pauză de cafea de dimineață și 1 pauză de cafea de tip prânz fourchette, brandingul evenimentului, zona foto, moderatorul, scenariul, ecranul mare pentru afișarea producției video – locul de prezentare al proiectului, explicațiile privind utilitatea sistemelor și modul în care părțile interesate pot contribui, echipamente audio, servicii de traducere, servicii foto, servicii video – până la 3 minute pentru reportajul de încheiere după eveniment, relațiile media,

transmisie media live online și transmisie zoom pentru APL-urile din regiunile care nu pot participa la eveniment, transportul aerian și cazarea pentru 2 speakeri internaționali opțional (zona UE) timp de 2 zile la hotel de 3-4*, vizibilitatea publică a evenimentului. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.11 Planificați și organizați un eveniment de totalizare a proiectului de o jumătate de zi cu participarea a cel mult 70 de persoane în Chișinău și prezentarea principalelor rezultate obținute. Evenimentul va reuni reprezentanți ai Departamentului Cadastru, Agenției Relații Funciare și Cadastru, băncilor, companiilor imobiliare, APL etc. pentru a prezenta principalele rezultate obținute în cadrul proiectului la toate componentele, beneficiile și utilizarea ulterioară a rezultatelor obținute.

Logistica va include, dar fără a se limita la: locația din Chișinău, invitarea participanților, 2 pauze de cafea, brandingul evenimentului, zona foto, moderator, scenariu, ecran, producție video pentru a fi afișate pe marele ecran – istorii de succes privind beneficiile lucrărilor de cadastru, un videoclip despre rezultatele proiectului-(detaliat în producția multimedia), echipamente audio, servicii de traducere, servicii foto, servicii video – până la 3 minute pentru reportajul de finalizare după eveniment, relații media, transmisie media live și transmisie zoom pentru APL-uri din regiuni care nu pot participa la eveniment, vizibilitatea publică a evenimentului. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.12 Planificați și organizați un webinar privind gestionarea terenurilor din apropierea ariilor protejate pentru a marca Ziua Internațională a Mediului (5 iunie), cu participarea lucrătorilor cadastrali și a proprietarilor terenurilor din vecinătatea ariilor protejate. Logistica va include, dar fără a se limita la: contractarea expertului - speakerului, elaborarea conceptului și a agendei, invitarea participanților, vizibilitatea publică a evenimentului. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.13 Planificați și organizați 12 evenimente de sensibilizare cu cele mai mari comunități din diaspora – Italia, Portugalia, Franța, Marea Britanie, Spania, Irlanda pentru a promova importanța participării diasporei la procesul de înregistrare cadastrală. În procesul de organizare, compania de consultanță poate colabora cu asociațiile diasporei sau cu Biroul Relații cu Diaspora pentru a avea ocazia să organizeze adunări informale ale celor mai mari comunități de cetățeni ai

Republicii Moldova aflate actualmente în străinătate și să le prezinte activitățile proiectului (componenta A – lucrări cadastrale și B – evaluarea proprietății), procesul de consultări publice și sistemul de contestații. Evenimentele se vor adresa publicului larg din diaspora, dar și potențialilor investitori. La întâlniri vor fi până la 4 participanți din Republica Moldova. Pe țară vor fi organizate 2 vizite în 2 locații geografice diferite (TBD).

Logistica va include, dar fără a se limita la: stabilirea de parteneriate cu asociațiile diasporei sau cu Biroul Relații cu Diaspora, elaborarea agendei, asigurarea logisticii complete pentru întâlniri, inclusiv închirierea locației, echipamente de sonorizare, echipamente de prezentare, brandingul evenimentului, participanți, transport aerian pentru delegația Republicii Moldova în țările menționate, transport local și cazare timp de 3 nopți la hoteluri de cel puțin 3* în apropierea locului de desfășurare a evenimentelor, diurne conform legislației locale, vizibilitatea publică a evenimentului. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.1.14 Planificați și organizați 2 evenimente de promovare a brunch-uri media pentru până la 25 de participanți fiecare. Brunch-urile media ar trebui să includă reprezentanți ai presei naționale și regionale, din regiunile în care se desfășoară lucrări de cadastru/înregistrare primară. Brunch-urile media vor acoperi progresul proiectului, îl vor include în reflectarea beneficiilor pe care proiectul le generează pentru diferite grupuri țintă, vor răspunde la întrebările mass-media demonstrând transparență și acces la informații.

Logistica va include, dar fără a se limita la: 1 brunch pentru fiecare participant la fiecare dintre cele 4 evenimente, brandingul evenimentului, proiector cu ecran, echipamente audio, rambursarea costurilor de transport pentru jurnaliștii care vin din afara Chișinăului, moderator, relații cu mass-media, servicii foto, vizibilitate pre/în timpul și post eveniment. Compania va lua în considerare actualizările privind situația COVID-19 și va adapta conceptul evenimentului în consecință. Compania urmează să furnizeze metodologia de implementare a acestei activități și un concept detaliat al evenimentului.

3.2 Producție multimedia

Drepturile de autor asupra tuturor produselor multimedia vor fi deținute de UIP.

Compania va fi responsabilă pentru producerea următoarelor materiale:

3.2.1 Realizarea a 1 video animat de prezentare a proiectului – rezultatele scontate și beneficiile pe care proiectul le aduce Republicii Moldova. Videoclipul va avea o durată de până la 1:00 minut, cu subtitrări în limbile rusă și engleză. Compania urmează să furnizeze un concept detaliat,

scenariu, storyboard și metodologia de implementare pentru această activitate. Compania va fi responsabilă pentru traducerea și corectura profesionistă a textului.

3.2.2 Realizarea a 1 video animat prin care cetățenii sunt îndemnați să participe activ la procesul de consultări publice a documentației cadastrale înregistrate în cadrul proiectului, explicându-le beneficiile pe care le pot obține – 2 versiuni ale videoclipului cu voce în română și rusă. De până la 1:00 minut. Adaptați versiunea video la radio Ro/Ru. Compania urmează să furnizeze un concept detaliat, scenariu, storyboard și metodologia de implementare pentru această activitate. Compania va fi responsabilă pentru traducerea și corectura textului.

3.2.3 Realizarea a 1 video cu privire la prezentarea profesiilor legate de Cadastru într-un mod motivant și atrăgător pentru tineri. Versiune în limba română cu subtitrare în limba rusă. Până la 1:00 minut. Adaptați versiunea video la radio Ro/Ru. Compania urmează să furnizeze un concept detaliat, scenariu și metodologie de implementare pentru această activitate. Compania va fi responsabilă pentru traducerea de bună calitate și corectura textului.

3.2.4 Realizarea a 1 video pentru evenimentul de Ziua Națională a Lucrătorului Cadastral dedicat celor 25 de ani de sistem cadastral în Moldova. Video-ul va fi de până la 5 minute și va acoperi realizările și parteneriatele cu alte organizații, Banca Mondială în principal, ce au legătură cu baza națională de cadastral. Videoclipul va avea subtitrare în limba engleză. Compania urmează să furnizeze un concept detaliat, scenariu și metodologie de implementare pentru această activitate. Compania va fi responsabilă pentru traducerea și corectura textului.

3.2.5 Realizarea a 1 video pentru evenimentul de totalizare de până la 5 minute privind rezultatele obținute cu interviuri cu beneficiarii, consultanți internaționali etc. Interviurile video vor fi adunate din mai multe regiuni ale Moldovei. Video-ul va include și filmări cu drona pentru imagini generale cu satele și va fi de bună calitate. Videoclipul va avea subtitrare în limba engleză. Compania urmează să furnizeze un concept detaliat, scenariu și metodologie de implementare pentru această activitate. Compania va fi responsabilă pentru traducerea și corectura textului.

3.2.6 Realizarea unei serii de 12 video-uri explicative privind componentele proiectului – lucrări cadastrale, evaluarea bunurilor imobile și infrastructură IT (până la 2 minute).

Subiecte posibile, dar fără a se limita la:

1. Care sunt etapele de înregistrare funciară?
2. Ce înseamnă măsurarea cadastrală?
3. Cum funcționează măsurarea cadastrală?
4. Cum localizează inspectorul de teren liniile de proprietate?
5. Care este rolul dumneavoastră în procesul de înregistrare funciară?

6. Care sunt beneficiile procesului de înregistrare funciară?
7. De ce este important să avem drepturi de proprietate asupra terenurilor ca femeie?
8. Cui vă plângeți dacă a existat o problemă legată de înregistrarea proprietății dvs.?
9. Cum puteți participa la consultări publice dacă sunteți în străinătate?
10. Ce practici sunt interzise de lege dacă eu dețin un teren în apropierea ariilor protejate?
11. Ce reguli ar trebui să respect dacă dețin un teren în apropierea ariilor protejate?
12. Cum puteți verifica valoarea proprietății dvs.?
13. Cui și cum vă plângeți dacă a existat o problemă legată de valoarea proprietății dvs.?
14. De ce este importantă colectarea și publicarea datelor geospațiale?
15. Cum pot utiliza datele geospațiale?
16. De ce este important să avem ROITE?
17. Cine și cum poate utiliza datele ROITE?

Alte subiecte care urmează să fie identificate în acest proces.

Compania va oferi conceptul general și scenariul pentru fiecare dintre videoclipurile create în consultare cu UIP. Versiunea în limba rusă va fi asigurată prin subtitrare. Compania va fi responsabilă pentru traducerea și corectura textului.

3.2.7 Realizarea a 12 istorii de impact în format video de până la 2 minute realizate de jurnaliști cu experiență, care prezintă cazuri ce țin de experiențe pozitive legate de procesul de înregistrare funciară. Subiecte potențiale care trebuie acoperite, dar fără a se limita la: istorii cu primari și modul în care comunitatea lor beneficiază de delimitarea terenurilor publice/ de evaluarea proprietății; istorii cu cetățeni activi care participă la procesul de consultare și și-au înregistrat terenurile pentru prima dată – femei și bărbați, istorii cu cetățeni activi care participă la procesul de consultare și care au identificat erori în acte și au depus o contestație în urma căreia eroarea a fost corectată; proprietarul terenului din apropierea ariilor protejate care își cunoaște drepturile asupra folosirii terenurilor și ceea ce este interzis în vederea protejării mediului înconjurător; un proprietar de teren cu drepturi înregistrate care a reușit să ia un credit/sau este în proces, datorită terenului folosit drept garanție bancară etc. Videoclipurile vor fi adaptate la formatul de text. Drepturile de autor asupra videoclipurilor vor fi deținute de UIP pentru a fi distribuite în continuare în mass-media locală.

Conceptul și textele vor fi convenite cu partea contractantă. Versiunea în limba rusă va fi asigurată prin subtitrare. Compania urmează să ofere un concept și un plan detaliat pentru această activitate, pentru a sprijini UIP în identificarea vorbitorilor pentru videoclipuri, scenariu și metodologia de implementare pentru această activitate.

3.2.8 Realizarea unui portofoliu de fotografii generice de calitate aferente componentelor proiectului pentru rețele sociale/presă care ilustrează lucrări cadastrale în regiune, consultări

publice, oferirea titlurilor de proprietate funciară, lucrări desfășurate pentru digitalizarea arhivei cadastrale, donații de echipamente achiziționate în cadrul proiectului, activități planificate pentru anul 2023 în cadrul proiectului. Compania va oferi un album digital cu până la 50 de fotografii relevante folosind diferite tehnici foto, inclusiv fotografierea din dronă, precum și un set de 20 de fotografii imprimate format A3 cu ramă inclusiv.

Compania urmează să ofere un concept detaliat al conținutului albumului, oferind metodologia de implementare pentru această activitate și va coordona, de asemenea, procesul de fotografiere. Compania trebuie să țină cont de faptul că procesul de filmare va avea loc în diferite locații din Moldova unde se efectuează lucrări de cadastru.

3.2.9 Realizarea unui tutorial video pentru APL-uri , compus din circa 5 lecții în limba română de până la 10 minute despre cum să comunici mai bine pe rețelele de socializare și față în față cu comunitatea locală, inclusiv cu cei vulnerabili cu privire la activitățile proiectului și procesul de consultare. Compania va fi responsabilă pentru conținutul acestui tutorial, procesul de producție.

3.3 Rețele de socializare / Mass-media online

Platformele de comunicare socială sunt utilizate pentru diseminarea informațiilor relevante privind înregistrarea funciară și procesul de evaluare, sensibilizând, stimulând sprijinul și promovând comunicarea bilaterală cu principalele grupuri-țintă, inclusiv cu diaspora.

În acest context, compania selectată va:

- 3.3.1 Elabora hashtag-uri relevante pe baza mesajelor cheie (cel puțin 6 #).
- 3.3.2 Identifica cel puțin un grup comunitar relevant și cel mai mare de pe Facebook pentru fiecare dintre localitățile în care se desfășoară lucrări cadastrale și disemina acolo toate materialele de informare produse în cadrul proiectului.
- 3.3.3 Identifica cele mai mari grupuri comunitare ale diasporei pe Facebook din primele 10 țări după numărul de cetățeni moldoveni (cel puțin 3 pe țară) și disemina toate materialele de sensibilizare produse în cadrul proiectului.
- 3.3.4 Crește numărul de urmăritori ai paginii de Facebook a proiectului cu 10 000 prin derulare a până la 3 campanii publicitare folosind materialele multimedia și imaginile produse cu mesajele campaniei pentru fiecare grup țintă, cu promovarea conținutului la nivel național și pentru diaspora. Compania va furniza conceptul și metodologia acestei activități pentru a asigura un impact eficient și o bună interacțiune.
- 3.3.5 Elabora 5 bannere google care să conducă la videoclipuri youtube ale proiectului și implementa 5 campanii google ads la nivel național, realizând cel puțin 1 milion de afișări pe campanie, prezentarea generală a beneficiilor proiectului, îndemnarea cetățenii să participe la consultări publice, chemarea tinerilor să participe la târguri de locuri de muncă, chemarea cetățenilor să se informeze cu privire la evaluarea

proprietăților și sistemul de contestații etc. Compania va furniza conceptul și metodologia acestei activități pentru a asigura un impact eficient.

3.4 Plasarea în media

- 3.4.1. Plasarea în mass-media a videoclipurilor produse (3.2.2, 3.2.3) la TV cu acoperire națională – Televiziunea Națională Moldova, Jurnal TV de cel puțin 2 ori pe zi în prime-time și de 4 ori pe zi în off-time pentru o durată de o lună. *Dacă se consideră relevant, compania poate propune alte canale și durată de distribuție în consultare cu UIP. Compania va oferi un plan media detaliat.
- 3.4.2. Plasarea în mass-media a celor 12 istorii de impact (3.2.7) la TV cu acoperire națională - Jurnal TV și Televiziunea Națională Moldova cel puțin 1 dată în prime time – înainte/după știri. *Dacă se consideră relevant, compania poate propune diferite canale în consultare cu UIP. Compania va oferi un plan media detaliat.
- 3.4.3. Plasarea mediatică a celor 12 istorii de impact (3.2.7) la 3 posturi TV cu acoperire regională cu cea mai mare audiență din nordul, sudul și centrul Moldovei de cel puțin 2 ori în prime time. Compania va oferi un plan media detaliat.
- 3.4.4. Plasarea la radio a celor 2 spoturi radio (3.2.2, 3.3.3) de cel puțin 4 ori pe zi în prime time și de 4 ori pe zi în timpul liber la 3 posturi radio cu acoperire națională cu cea mai mare audiență pentru o durată de 30 de zile în perioada martie – iunie 2023 și 30 de zile în perioada septembrie – octombrie 2023. Compania va oferi un plan media detaliat.
- 3.4.5. Plasarea în mass-media a celor 12 istorii de impact (3.2.7) versiunea scrisă și video și a video-urilor explicative (3.2.6) pe 5 portaluri de știri media online de top și 2 ziare naționale tipărite.
- 3.4.6. Plasarea în mass-media online a celor 12 istorii de impact (3.2.7) versiuni scrise și video și a explicatorilor video (3.2.6) pe 3 cele mai mari portaluri regionale de știri online care acoperă nordul, sudul și centrul Moldovei.
- 3.4.7. Realizarea unui talk-show lunar de 20 de minute (sau o rubrică în cadrul unei emisiuni TV) pe durata a 6 luni la un post de televiziune cu acoperire națională, cu participarea reprezentanților Cadastrului răspunzând la întrebările oamenilor, preocupările legate de înregistrarea terenurilor, drepturi de proprietate etc. Compania va furniza conceptul și metodologia acestei activități.

3.5 Materiale cu branding-ul proiectului/campaniei

Compania va fi responsabilă pentru design-ul și imprimarea materialelor informative și branduite adresate grupurilor țintă. Următoarele materiale, dar fără a se limita la, urmează să fie produse.

3.5.1 Design si imprimare a unui catalog de format A4, 24 pagini, lucios, full color 4+4, coperta de cel puțin 200gr/m2 si in interior 150-170 gr/m2, asamblat cu adeziv termo. Catalogul va include cele 12 istorii de impact (3.2.7) cu fotografiile de înaltă calitate. Cantitate - 500 unități - 100 în limba engleză și 400 în română. Compania va fi responsabilă pentru traducerea de calitate a istoriilor în limba engleză și corectură. Catalogul va fi furnizat în versiune digitală și tipărită.

3.5.2 Design si tipărirea unei broșuri, format B5 cu design personalizat, 16 pagini, coperta 250gr/m2, interior lucios 110-135 gr/m2, full color, capsată. Broșura va conține informații despre Agenția Servicii Publice care menționează proiectul implementat și realizările din cadrul acestuia. Cantitate – 2000 unități in limba română si 200 unități in limba engleza. Compania va fi responsabilă pentru traducerea de calitate în limba engleză și corectură. Broșura va fi furnizată în versiune digitală și tipărită.

3.5.3 Proiectarea și tipărirea unui infografic privind administrarea terenurilor în cadrul ariilor protejate, format A3, care să fie afișat în cadrul primăriilor din localitățile în care există astfel de zone. (Cantitatea – 100 buc). Compania va pune la dispoziție și formatul digital al infograficului care va fi afișat pe rețelele de socializare.

3.5.4 Design si imprimare a unor pungi eco de dimensiuni 420X380 mm, densitatea țesăturii 240 gr/m2, full color o parte 4+0, cu imprimare directă pe țesătură cu buzunar interior. Cantitate – 200 unități

3.5.5 Imprimarea stilourilor - stilou de bambus cu clip. Cerneală albastră.ø11 x 142 mm. Cantitate – 200 unități

3.5.6 Design și imprimarea unor agende spiralate B6 (140X180mm), cu 120 de pagini reciclate liniate, coperta cartonată cu suport de stilou (stilou inclus – stilou din carton presat cu clip. Cerneală albastră.ø11 x 142 mm). Cantitate 200 unități

3.5.7 Design și imprimarea pliantelor privind gestionarea terenurilor în cadrul ariilor protejate. Foaie A4, pliata in 3, cu imprimare color pe ambele părți color 4+4. Hârtie lucioasă cu o densitate de 140-150 g. Cantitatea – 28 000 buc.

4. TERMENE DE EXECUTARE

Compania poate indica alte termene limită care să asigure sincronizarea strategică a întregii campanii.

Nu.	Livrabile	ian'23	feb'23	mart'23	apr'23	mai'23	iunie'23	iul'23	aug'23	sept'23	oct'23	noie'23	dec'23	jan'24	feb'24	Mar'24
3.1.1	Conceptul general al campaniei															
3.1.2	Două focus-grupuri de discuții planificate și organizate															
3.1.3	Evenimentul de lansare a campaniei de comunicare planificat și organizat															
3.1.4	Patru brunch-uri cu media planificate și organizate															
3.1.5	O conferință de presă privind lansarea sistemului de contestații referitor la noua metodologie de evaluare a bunurilor imobile, planificată și organizată															
3.1.6	Un eveniment creativ de Ziua Națională a Lucrătorului Cadastral, planificat și organizat															
3.1.7	Două evenimente de promovare a progresului și beneficiilor activităților proiectului															
3.1.8	Până la 4 evenimente de sensibilizare cu privire la importanța și necesitatea de lucrători cadastrali, planificate și organizate															
3.1.9	Participarea Agenției Servicii Publice la maximum 4 evenimente-târg de locuri de muncă în Chișinău sau în țară, planificată și organizată															
3.1.10	O conferință la nivel înalt de jumătate de zi privind NSDI și ROITE, planificată și organizată															

3.5.3	Un infografic conceput și tipărit pe tema gestionării terenurilor în cadrul ariilor protejate, format A3, care urmează să fie afișat în cadrul primăriilor din localitățile în care există astfel de zone. Estimativ – 100 bucăți. Compania va pune la dispoziție și formatul digital al infograficului care va fi afișat pe rețelele de socializare.																		
3.5.4	Design si imprimare pungi eco, mărime de 420X380 mm, densitate țesătură 240 gr/m2, full color o parte 4+0, cu imprimare directă pe țesătură cu buzunar în interior. Cantitate – 200 unități																		
3.5.5	Pixuri de marcă și imprimate în format de stilou de bambus cu clip. Cerneală albastră.ø11 x 142 mm. Cantitate – 200 unități																		
3.5.6	Design si imprimare agende spiralate B6 (140X180mm), cu 120 de pagini reciclate liniate, coperta cartonată cu suport stilou (stilou inclus - stilou de carton presat cu clip. Cerneală albastră.ø11 x 142 mm). Cantitate 200 unități																		
3.5.7	Design si tipărire pliante privind gestionarea terenurilor în cadrul ariilor protejate. Foaie A4, pliata in 3, cu imprimare color pe ambele părți, color 4+4. Hârtie lucioasă cu o densitate de 140-150 g. Cantitatea – 28 000																		

Toate livrabilele vor fi furnizate în limba română în format digital pentru revizuire și în format digital și pe suport de hârtie, după aprobarea de către ASP.

Toate documentele finale de raportare prezentate se depun în format PDF. O copie pe suport de hârtie a rapoartelor finale aprobate va fi întocmită de societatea de consultanță pentru a fi înaintată Departamentului Cadastru a Agenției Servicii Publice.

5. PLATA

Plata se va efectua în tranșe pe baza livrabilelor depuse și acceptate, conform facturii emise de Consultant. Factura va fi însoțită de actul de primire-predare semnate de ambele părți. Factura va fi emisă cu livrare/prestare scutită de TVA cu drept de deducere, conform **Hotărârii Guvernului nr. 246/2010**.

6. MANAGEMENTUL CAMPANIEI

Departamentul Cadastru al Agenției Servicii Publice este entitatea responsabilă cu administrarea și gestionarea prezentului contract, inclusiv a plăților financiare. Specialistul în comunicare va acționa în calitate de coordonator pentru acest contract. Toate livrabilele și facturile vor fi depuse pentru aprobare la coordonatorul contractului (șeful departamentului cadastru) prin intermediul specialistului în comunicare al UIP.

7.LOGISTICĂ ȘI SINCRONIZARE

Locație

Contractul presupune activități la nivel național. Interacțiunea directă cu clientul este esențială pentru etapele de pregătire și implementare. Este responsabilitatea companiei de consultanță să propună detaliile alocării echipei sale și programul său care urmează să includă timpul acordat pentru fiecare sarcină din cadrul campaniei.

8.CERINȚE CU PRIVIRE LA CALIFICĂRI:

Compania de comunicare va demonstra următoarea experiență:

- Experiență de minim 5 ani în dezvoltarea și implementarea cu succes a campaniilor de comunicare (Demonstrată prin prezentarea scrisorilor de recomandare de la companiile contractante ce au beneficiat de servicii similare), a se prezenta minim 2 scrisori de recomandare.

- Experiență demonstrată/ confirmată în organizarea de campanii creative pe mai multe canale, care includ social media, tv, radio, etc.
- Experiență demonstrată în desfășurarea evenimentelor la nivel înalt (peste 50 de persoane, cu participarea oficialilor guvernamentali, reprezentanților societății civile etc.) (minim 3 evenimente planificate și organizate), descrise în portofoliu.
- Demonstrarea capacităților (in-house sau subcontractate) de asigurare a producerii și publicării materialelor de comunicare relevante serviciilor care urmează a fi prestate, demonstrate prin portofoliu.
- Va constitui un avantaj experiența în prestarea serviciilor similare pentru entități guvernamentale și/ sau organizații internaționale.
- Va constitui un avantaj experiența în desfășurarea campaniilor de comunicare pe subiecte sociale.

Pentru îndeplinirea activităților specificate în termenii de referință, compania va asigura o echipă formată cel puțin/dar fără a se limita la următorii specialiști: coordonator de echipă, expert în comunicare, manager evenimente. Acești specialiști sunt considerați personal-cheie, iar nominalizarea și înlocuirea lor necesită aprobarea Agenției Servicii Publice.

Calificarea și experiența poziției-cheie a personalului	Ani de experiență profesională	Experiență specifică
Lider de echipă de proiect	5 ani de experiență profesională; Studii universitare și diplomă în științe sociale	5 ani de experiență în managementul campaniilor de comunicare, evenimente la nivel înalt, produse de comunicare
Expert comunicare	3-5 ani de experiență profesională	Minim 3 ani de experiență în comunicare sau relații publice.
Manager evenimente	3-5 ani de experiență profesională	Minim 3 ani de experiență în managementul evenimentelor, cu succes demonstrat, de preferință în organizarea de evenimente creative/la nivel înalt care să vizeze diferite grupuri sociale.

Toate activitățile desfășurate de entitatea contractată în conformitate cu ToR vor fi gestionate de către coordonatorul de echipă. Coordonatorul de echipă se va ocupa de: i) negocierile cu Clientul; ii) coordonarea, supravegherea și controlul general al activităților puse în aplicare în temeiul prezentului ToR; iii) elaborarea și coordonarea cu Clientul al unui plan de acțiune detaliat pentru fiecare etapă de îndeplinire a sarcinilor; iv) întocmirea și transmiterea tuturor rapoartelor către Client; v) cooperarea cu Clientul și alte părți interesate pentru executarea cu succes a sarcinilor și a oricăror alte aspecte.