

**Referat de oportunitate privind achiziția publică a serviciilor de publicitate
media pentru îmbunătățirea strategiei de comunicare a oportunităților de
finanțare**

oferite prin Programul Național de Dezvoltare Rurală (PNDR)

Autoritatea contractantă, cu sediul în Bd. Carol I, nr. 24, Sector 3, București, cod poștal 020921, cod fiscal 4221187 , telefon 021. 307.85.65, fax 021.307.86.06, e-mail feadr@madr.ro, pagina de internet www.mapdr.ro, dorește achiziționarea următoarelor servicii de publicitate media:

Cod CPV: 79341000-6 (Servicii de publicitate)

Caracteristicile generale ale serviciilor dorite sunt următoarele:

• Servicii de creație și producție a 2 spoturi TV;

- Servicii de creație și producție a 2 spoturi TV cu durata de 30 de secunde fiecare, pe suport peliculă 35 mm;

• Servicii de creație, producție și difuzare a 2 spoturi radio;

- Servicii de creație și producție a 2 spoturi radio cu durata de 30 de secunde fiecare, pe suport CD;
- Se solicită minim 10.000 de difuzări ale spotului pe întreaga durata a campaniei, între orele 6.00 – 9.00

• Servicii de producție a patru machete de presă scrisă și achiziție spațiu presă pentru publicarea machetelor;

- Dimensiuni: ¼ pagina de ziar, policromie;
- Se solicită minim 300 de apariții în 5 cotidiene naționale și minim 300 de apariții în 10 cotidiene locale;

• Servicii de creație și difuzare banner pe Internet;

- Realizare și difuzare banner animat, tehnologie flash, cu dimensiunile 16,51 cm x 2,12 cm

• Monitorizarea campaniei și evaluarea impactului acesteia

• Îmbunătățirea și actualizarea strategiei de comunicare a PNDR.

• Realizarea, proiectarea și mentenanța unui site dedicat PNDR.

• Realizarea a 3 valuri de cercetare sociologică cu privire la impactul campaniei de informare și publicitate a PNDR:

La începutul campaniei

- cercetare calitativa pentru evaluarea percepțiilor legate de accesarea fondurilor europene și a barierelor publicului țintă legate de accesul la aceste fonduri;

- cercetare cantitativa pentru verificarea si validarea rezultatelor cercetarii calitative, stabilirea parametrilor de eficienta a campaniei care vor fi urmariti in urmatoarele 2 valuri.
- Mijlocul si finalul campaniei – cercetare cantitativa pentru verificarea evolutiei parametrilor stabiliti in urma cercetarii efectuate la inceputul campaniei de comunicare.

Obiectiv general

Ministerul Agriculturii, Pădurilor și Dezvoltării Rurale are în subordine Direcția Generală Dezvoltare Rurală - Autoritate de Management pentru Programul Național de Dezvoltare Rurală – PNDR. Conform articolului 76 din Regulamentul Comisiei (CE) nr.1698/2005, Autoritatea de Management pentru PNDR are obligația de a face cunoscută acțiunea comună a Uniunii Europene și a autorităților publice naționale, privind sprijinul acordat în domeniul dezvoltării rurale, de a face publicitate Programului Național de Dezvoltare Rurală (PNDR), ținând cont de principiile care susțin această acțiune, obiectivele, mijloacele și rezultatele acestei acțiuni. Pentru a asigura o absorbție cât mai eficientă a fondurilor europene este foarte important ca un număr cât mai mare de potențiali beneficiari să fie informați despre sprijinul financiar pe care îl pot obține prin PNDR.

Absorbția fondurilor europene reprezintă prioritatea numărul unu a României în perioada 2007-2013, motiv pentru care Ministerul Agriculturii, respectiv Autoritatea de Management pentru PNDR, a început o campanie de promovare încă din anul 2007, în baza strategiei de comunicare elaborate în acest sens. Programul a fost lansat în data de 03 martie 2008, după aprobarea oficială a acestuia în data de 20 februarie 2008.

Până în prezent AM pentru PNDR a realizat activități de promovare prin intermediul conferințelor de informare și de presă, prin distribuirea materialelor informative, prin participare la mese rotunde și seminarii. De aceea, se impune o campanie mass-media, deoarece aceasta vizează toate segmentele de populație din mediul rural.

Programul National de Dezvoltare Rurala, aprobat prin Decizia nr. C3831/ 16 iulie 2008 de aprobare a Programului National de Dezvoltare Rurala al României pentru perioada de programare 2007-2013 prevede, in vederea

maximizării impactului PNDR la nivel național, regional, județean și local, sprijinirea prin măsura de asistență tehnică a activităților de informare, comunicare și promovare cum ar fi:

1. Organizarea campaniilor de informare, comunicare și promovare a PNDR cu caracter general sau specific;
2. Organizarea de seminarii tematice, ateliere de lucru și conferințe pentru informarea potențialilor beneficiari ai măsurilor din cadrul programului;
3. Elaborarea, tipărirea și diseminarea materialelor informative;
Organizarea de circuite informaționale în mediul rural;

De asemenea, conform strategiei existente elaborate pentru perioada 2007-2009, Programul PHARE 2005, EuropeAid 124321/D/SER/RO; Contract no 2005/017-553.03.02.01, "Instruirea personalului instituțiilor implicate în elaborarea și implementarea Programului Național de Dezvoltare Rurală și a Programului Operațional pentru Pescuit" a avut ca obiectiv îmbunătățirea cunoștințelor de specialitate ale instituțiilor implicate în implementarea PNDR și POP, în scopul creșterii capacității de absorbție a fondurilor comunitare, astfel încât să acopere toate categoriile de potențiali beneficiari și să garanteze depunerea unor proiecte complexe pentru aceste fonduri. **O componenta a acestui proiect, cea de comunicare, a constat în creația și producția unui spot video de 30 de secunde cu varianta de 20 de secunde, pe caseta Beta digital.** Din lipsă de fonduri, **acest spot a fost difuzat doar în regim de campanie socială timp de două săptămâni**, perioadă insuficientă pentru o mediatizare adecvată.

Obiectiv specific

Obiectivul principal al acțiunilor de informare și promovare a Programului Național pentru Dezvoltare Rurală în mediul rural, cuprinse în strategia de comunicare, îl reprezintă **conștientizarea opiniei publice** și în mod special:

- a **potențialilor beneficiari**, în vederea accesării fondurilor europene destinate dezvoltării rurale;
- a **beneficiarilor Programului**, privind conținutul măsurilor;

- a **administrației publice naționale și locale**, organizațiilor profesionale, partenerilor economici și sociali, organizații neguvernamentale, atât pentru accesarea Fondului European Agricol de Dezvoltare Rurală, cât și pentru diseminarea informațiilor specifice.

Motivele care stau la baza deciziei de îmbunătățire a strategiei de comunicare

În primul rând, comunicarea trebuie să fie clară, concisă, concretă și mai ales adaptată publicului țintă, la nivel județean, regional și central pe durata întregii perioade de implementare. Promovarea se articulează în jurul a trei principii comunitare:

- *Flexibilitatea* (capacitatea de a răspunde rapid la semnalele venite din mediul intern și extern)
- *Transparența* (capacitatea de a furniza informație obiectivă și corectă referitoare la activitățile Autorității de Management)
- *Eficiența* (utilizarea optimă a resurselor în vederea atingerii impactului maxim)

Practic, întreaga activitate de promovare se bazează pe strategia și planul de informare, comunicare și promovare ale Autorității de Management. De aceea, este absolut necesar ca strategia și planul de informare, comunicare și promovare să fie actualizate în mod profesionist în conformitate cu liniile directoare ale Uniunii Europene, prin intermediul unui proiect de asistență tehnică.

În acest context se impune achiziționarea, în cadrul proiectului prous, următoarele servicii:

- Actualizarea strategiei generale de comunicare privind măsurile PNDR și stabilirea mesajului general al campaniei de promovare a PNDR și a mesajelor specifice celor 4 axe.
- Servicii de creație și producție de spoturi TV, spoturi radio, machete de presă, bannere internet, creație și pregătire pentru tipar materiale de informare și promotionale: ghiduri (cel puțin 10), afise, broșuri, pliante, flyere, blocnotes, mape, genti, bannere.(vertical și orizontal), calareți evenimente.

- Servicii de planificare si difuzare (media buying) in presa scrisa, radio si internet.
- Realizarea a 3 valuri de cercetare sociologica cu privire la impactul campaniei de informare și publicitate a PNDR. (inainte de inceperea campaniei, la mijloc si la sfarsit).

Instrumente de comunicare a mesajelor

In vederea creșterii gradului de cunoaștere a oportunităților oferite prin PNDR, și mai ales a vizibilității acestuia se impune utilizarea a cât mai multor instrumente de comunicare pentru a avea o promovare coerenta și susținută, mai ales în această etapă de implementare a Programului. Astfel:

Radioul este un mediu puternic, fapt ce permite atingerea unor grupuri țintă precise, iar *internetul* reprezintă instrumentul cel mai rapid de informare ce dublează cu succes campania mass-media. Acestea au avantajul unei penetrări maxime la nivel local și național, dar și pe cel al impactului și clarității mesajului transmis.

Având în vedere complexitatea Programului, a fondurilor alocate prin acesta pe o perioadă de 7 ani, respectiv 10 mld euro, precum și faptul că a fost lansat cu întârziere, justifică achiziționarea serviciilor pentru actualizarea strategiei de comunicare, in conformitate cu nevoile de promovare identificate.

Un alt argument în favoarea realizării acestui proiect de asistență tehnică este dat chiar de faptul ca fiecare măsură din cadrul PNDR are publicul specific de la fermieri, mici producători, la microîntreprinderi, IMM-uri și autorități publice. Așa încât, pentru informarea tuturor potențialilor beneficiari ai Programului, strategia de comunicare trebuie sa fie adaptată și completată, astfel încât fiecare categorie de public țintă vizat să aibă acces la informație în conformitate cu nevoile de investiții specifice fiecăruia.

De asemenea, schimbarea denumirii Ministerului Agriculturii și Dezvoltării Rurale în Ministerul Agriculturii, Pădurilor și Dezvoltării Rurale impune schimbarea materialelor publicitare utilizate în activitatea de promovare și publicitate a PNDR.

Evaluarea rezultatelor

Indicatori calitativi:

- Creșterea gradului de informare a publicului țintă cu privire la oportunitățile oferite prin PNDR
- Recunoașterea de către publicul țintă vizat atât a mesajului general al campaniei de promovare, cât și a mesajelor specifice măsurilor din cadrul PNDR

Indicatori cantitativi:

- 2 spoturi TV;
- 2 spoturi radio;
- Site PNDR;
- 4 machete de presă scrisă;
- 1 banner internet;
- site-ul PNDR;
- 10.000 de difuzări ale spotului radio pe durata întregii campanii;
- 600 de apariții a machetelor de presă scrisă pe durata întregii campanii;
- 10.000.000 de afișări banner internet;
- 3 cercetări sociologice;
- obținerea unei strategii de comunicare actualizate în vederea creșterii vizibilității Programului și a creșterii gradului de informare a grupurilor țintă vizate;

Prezentul Referat de oportunitate poate fi descărcat de pe pagina de Internet proprie www.mapdr.ro și din sistemul informatic de utilitate publică, accesibil prin Internet, la adresa www.publicitate publica.ro

