**Termeni de Referință (ToR) pentru Contractarea unei Companii pentru Campania „Personalitățile Reacționează la Corupția în Afaceri”**

**1. Introducere**

Centrul de Analiză și Prevenire a Corupției pregătește lansarea unei campanie naționale de conștientizare publică intitulată „PersonalitățileReacționează la Corupție.” Această campanie inovatoare are scopul de a sensibiliza publicul cu privire la corupție în practicile de afaceri și de a promova comportamente etice, utilizând arta digitală și implicarea pe rețelele sociale. Campania va prezenta o reprezentare digitală a unei personalități celebre reacționând la diverse postări pe rețelele sociale, evidențiind opiniile publice despre corupție.

**2. Obiectiv**

Obiectivul acestui ToR este de a contracta o companie pentru implementarea campaniei „Personalitățile Reacționează la Corupție.” Compania selectată va fi responsabilă pentru executarea pașilor practici ai campaniei, inclusiv închirierea unui ecran digital, crearea de lucrări artistice digitale, gestionarea rețelelor sociale și parteneriatele media și cu influenceri.

**3. Domeniul de Aplicare al Lucrării**

Domeniul de aplicare al lucrării include următoarele sarcini:

**Pasul 1: Închirierea unui Ecran Digital**

* **Identificarea Locației:** Identificarea zonelor cu trafic pietonal intens în centrul orașului pentru vizibilitate maximă. Considerarea locurilor din apropierea clădirilor guvernamentale sau a zonelor de întâlnire populare.
* **Închirierea Ecranului:** Contactarea furnizorilor de panouri publicitare digitale pentru oferte și disponibilitate. Asigurarea unui ecran mare și de înaltă rezoluție pentru vizibilitate clară.
* **Permise și Aprobări:** Obținerea permiselor și aprobărilor necesare de la autoritățile locale pentru instalarea digitală. Realizarea unei inspecții tehnice pentru a asigura compatibilitatea cu conținutul digital ce urmează a fi afișat.

**Pasul 2: Crearea Reprezentării Digitale a lui Personalității alese**

* **Crearea Lucrărilor Artistice Digitale:** Contractarea unui artist digital pentru crearea a aproximativ 20-30 de imagini a personalității alese, fiecare reflectând diferite stări sau reacții la conținutul de pe rețelele sociale.
* **Pregătirea Lucrărilor pentru Afișare:** Un designer grafic va crea un layout vizual atractiv care combină imaginile cu stările lui personalității cu postările corespunzătoare de pe rețelele sociale.
* **Analiza Manuală a Sentimentului și Gestionarea Conținutului:** Un manager de rețele sociale va revizui conținutul de pe rețelele sociale utilizând hashtag-ul campaniei, va evalua sentimentul și va selecta postările care vor fi afișate pe ecranul digital.Se va asigura funcționarea fără probleme a ecranului digital pe durata campaniei.

**Pasul 3: Campania pe Rețelele Sociale**

* **Crearea Hashtag-ului:** Dezvoltarea unui hashtag memorabil și atrăgător pentru campanie.
* **Lansarea Campaniei:** Pregătirea și executarea unui plan de lansare pentru campania pe rețelele sociale.
* **Gestionarea Canalelor:** Decizia privind utilizarea profilelor existente sau crearea unor profiluri noi pentru campanie.
* **Monitorizare și Moderare:** Configurarea de instrumente și procese pentru monitorizarea trimiterilor, moderarea conținutului și implicarea cu participanții.

**Pasul 4: Consolidarea Parteneriatelor (Media și Influenceri)**

* **Stabilirea Parteneriatelor Media:** Construirea și gestionarea unei liste de țintă a mass-media și dezvoltarea colaborărilor de conținut.
* **Implicarea Influencerilor:** Identificarea, selectarea și colaborarea cu influenceri pentru promovarea campaniei.

**4. Livrabile**

Compania selectată trebuie să furnizeze următoarele:

1. Un ecran digital cu vizibilitate mare într-o locație de prim-plan, operațional pe toată durata campaniei.
2. 20-30 de lucrări artistice digitale ale Personalității celebre selectate, reflectând diferite stări.
3. Un layout dinamic și vizual atractiv pentru afișarea imaginilor cu stările Personalității celebre selectate și a postărilor de pe rețelele sociale.
4. O campanie robustă pe rețelele sociale, inclusiv dezvoltarea hashtag-ului, planul de lansare și actualizări regulate ale conținutului.
5. Implicare activă cu mass-media și influenceri pentru a amplifica raza de acțiune a campaniei.

**5. Responsabilități pentru mediatizarea campaniei**

Responsabilități până la lansarea campaniei (10 zile):

1. Crearea hashtag-ului campaniei - un hashtag memorabil și atractiv pentru campanie.
2. Planul de lansare a campaniei - pregătirea unui plan de lansare pentru campania de social media, inclusiv postările, calendarul, strategiile de promovare.
3. Selectarea canalelor – crearea și administrarea unor profiluri de social media pentru comunicare (Instagram, TikTok, etc.).
4. Monitorizare și moderare - stabilirea instrumentelor și proceselor pentru monitorizarea mesajelor, moderarea conținutului, interacțiunea cu participanții.
5. Stabilirea parteneriatelor cu mass-media:
	* Compilarea unei liste de mass-media țintă, inclusiv locale, conexe cu domeniul anticorupție, publicații de business naționale și platforme care se aliniază cu publicul și obiectivelor campaniei.
	* Stabilirea parteneriatelor cu mass-media, care ar putea include informații exclusive despre campanie, interviuri cu participanții cheie sau imagini din culisele creării campaniei.
	* Colaborarea cu partenerii media pentru a dezvolta conținut care să se potrivească obiectivelor campaniei.
	* Coordonarea cu partenerii media în ceea ce privește calendarul conținutului de promovare și acoperirea pentru a maximiza vizibilitatea și implicarea pe parcursul săptămânii de campanie.
6. Implicarea influencerilor:
	* Identificarea și selectarea influencerilor, care au tangență cu mediul de afaceri, anticorupție și din cadrul comunității locale, în special pe cei care au un interes real pentru cauze sociale.
	* Informarea privind campania, obiectivele acesteia și modul în care influencerul poate contribui și beneficia, cu evidențierea impactului social și avantajele participării.
	* Agrearea detaliilor specifice ale colaborării, cum ar fi conținutul care urmează să fie partajat, utilizarea hashtag-ului campaniei și orice istorii personale sau informații pe care influencerul este dispus să le împărtășească în legătură cu temele campaniei.
	* Coordonarea cu influencerii pentru crearea și programarea postărilor, istoriilor sau videoclipurilor care promovează campania, asigurând coerența cu mesajul și calendarul campaniei.

Responsabilități în perioada lansării campaniei (30 zile):

1. Monitorizarea și analiza continuă a conținutului social media primit folosind hashtag-ul campaniei.
2. Selectarea postărilor care vor fi prezentate pe ecranul digital, împreună cu imaginea corespunzătoare pentru vizualizarea publică.
3. Menținerea continuă a dialogului cu comunitatea online.
4. Elaborarea și distribuirea comunicatelor de presă privind campania în curs de realizare.
5. Dialogul și coordonarea cu mass-media și influencerii pentru mediatizarea rezultatelor campaniei.

Responsabilități după lansarea campaniei (1 zi):

1. Totalizarea rezultatelor campaniei și prezentarea impactului cuantificat (număr mesaje/postări, vizualizări, distribuiri, comunicate de presă, interviuri, articole media, etc.).

**6. Cerințe de Personal**

Compania trebuie să dispună de personal cu următoarele competențe:

1. **Artist Digital/ Designer grafic:** Deține competențe și abilități în arta digitală și ilustrație. Experimentat în crearea de conținut digital dinamic.
2. **Manager de Rețele Sociale/ Specialist PR:** Priceput în strategii de rețele sociale și curarea conținutului. Experimentat în relații media și comunicare publică.

**7. Termeni**

Campania este așteptată să se desfășoare pe o durată de 2 luni, cu următoarele etape cheie:

1. Închirierea și programarea ecranului digital.
2. Livrarea lucrărilor artistice digitale și a design-urilor de layout.
3. Lansarea campaniei pe rețelele sociale.
4. Implicare continuă cu mass-media și influencerii.
	1. **Buget**

Compania trebuie să furnizeze o detaliere a bugetului pentru toate activitățile, inclusiv închirierea ecranului, crearea lucrărilor artistice, gestionarea rețelelor sociale și parteneriatele media și cu influenceri.

* 1. **Criterii de Evaluare**

Propunerile vor fi evaluate pe baza următoarelor criterii:

1. Experiență relevantă și expertiză în campanii similare.
2. Calitatea și creativitatea lucrărilor artistice propuse.
3. Eficacitatea strategiei de rețele sociale.
4. Relevanța planurilor de implicare a mass-media și influencerilor.
5. Rentabilitatea și valoarea propunerii.
	1. **Cerințe de Depunere a Propunerilor**

Companiile interesate trebuie să depună următoarele:

1. O propunere detaliată care să descrie abordarea fiecărei sarcini.
2. Exemple de lucrări anterioare în campanii similare.
3. Un calendar și o oferta financiară pentru prestarea serviciilor solicitate în MDL (notă: ofertele vor fi evaluate în baza criteriului cost-eficiență).
4. CV-urile personalului cheie implicat în proiect.

**11. Aspecte organizaționale:**

Compania selectată va lucra în bază de contract de prestare servicii, cu o implicare în funcție de planul de lucru agreat pentru realizarea livrabilelor, în perioada august – octombrie 2024 în afara oficiului CAPC.

**12. Procedura de aplicare:**

Termenul-limită de prezentare a dosarului de aplicare este 2 septembrie 2024.

Dosarele de aplicare vor fi prezentate în format electronic la adresa capc.office.contact@gmail.com cu mențiunea *„Dosar de concurs pentru realizarea campaniei de informare anticorupție”*. Vă rugăm să vă asigurați că ați primit mesaj privind confirmarea recepționării dosarului.

Numai candidații selectați vor fi contactați. Dosarele incomplete nu vor fi evaluate.

Informații suplimentare le puteți solicita prin email: capc.office.contact@gmail.com sau la telefon: 079332003/ 069675033.

*NB: Procesul de selectare se va desfășura în conformitate cu Politica de achiziții a CAPC fără a discrimina candidații pe criterii de naționalitate, rasă, etnie, religie sau credință, sex, vârstă, dizabilitate, orientare sexuală, orientare politică, statut social sau pe baza oricărui alt criteriu.*