**TERMENI DE REFERINȚĂ**

**pentru selectarea unei companii/agenții de comunicare care va asigura**

**vizibilitatea și promovarea proiectului**

**Denumirea proiectului:** „Consolidarea participării vârstnicilor din Moldova în procesul decizional”
**Termenul-limită de aplicare:** **19.09.2025**

**1. Informații generale**

Proiectul „Consolidarea participării vârstnicilor din Moldova în procesul decizional” este implementat de **AO ,,CASMED’’**, în parteneriat cu Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți, autoritățile publice locale și Rețeaua Națională a Seniorilor Activi din Moldova (RNSAM).

Proiectul se desfășoară în perioada **01 septembrie 2025 – 31 martie 2026**, în 10 raioane (Edineț, Fălești, Rîșcani, Drochia, Glodeni, Ocnița, Strășeni, Ungheni, Șoldănești și Sângerei), cu suportul financiar al **Uniunii Europene** în cadrul programului **INSPIRĂ Moldova**.

Scopul proiectului este consolidarea participării civice a persoanelor vârstnice prin mecanisme structurate și sustenabile, care să asigure reprezentarea eficientă a acestora în procesele decizionale la nivel local și național.

**2. Obiectivele comunicării și vizibilității**

* Asigurarea vizibilității contribuției Uniunii Europene în cadrul proiectului.
* Promovarea implicării active a persoanelor vârstnice în viața comunitară și în procesele decizionale.
* Consolidarea imaginii RNSAM ca structură reprezentativă la nivel național.
* Crearea unei percepții publice pozitive privind valoarea dialogului intergenerațional și participarea democratică.

**3. Public țintă**

* Persoane vârstnice din cele 10 raioane de implementare.
* Liderii comunitari și membrii RNSAM.
* Autoritățile publice locale și centrale.
* Organizații ale societății civile.
* Publicul larg și mass-media.

**4. Servicii solicitate**

Compania selectată va asigura implementarea activităților de comunicare și vizibilitate, inclusiv:

**4.1. Elaborarea unui plan integrat de comunicare și vizibilitate**

* Definirea obiectivelor de comunicare, a mesajelor-cheie și a tonului comunicării.
* Identificarea detaliată a grupurilor-țintă și a canalelor de diseminare.
* Planificarea calendarului campaniei și stabilirea indicatorilor de performanță (KPI) măsurabili, cum ar fi reach-ul, engagement-ul și media value.

**4.2. Conceperea și producerea de materiale de comunicare digitale și tipărite**

* Propunere de concept creativ și identitate vizuală a campaniei, cu respectarea brandbook-ului UE și a partenerilor.
* Crearea a 20-25 de vizualuri pentru social media (carusele, infografice, citate, bannere online).
* Producția a 5-6 clipuri video scurte (1-2 minute) cu mărturii și povești inspiraționale (de la concept la post-producție).
* Realizarea designului pentru 1 broșură/pliant informativ despre RNSAM, în format digital și tipăribil.
* Crearea de machete grafice pentru postere și materiale promoționale.

**4.3. Campanii de comunicare online și offline**

* Derularea campaniilor pe rețele sociale cu targetare locală și națională.
* Asigurarea distribuției de conținut media către presa locală și națională.
* Coordonarea vizibilității în momente-cheie (lansarea proiectului, forumul civic național, acțiuni locale).

**4.4. Suport media pentru evenimentele proiectului**

* Promovarea Forumului civic național și a celor 10 mese rotunde consultative.
* Elaborarea și transmiterea a 2-3 comunicate de presă.
* Asigurarea prezenței media prin reportaje, interviuri și articole.

**4.5. Optimizarea mesajelor de advocacy și de dialog instituțional**

* **Sprijin în redactarea mesajelor oficiale către autorități și instituții.**
* **Asigurarea unui ton coerent și credibil pe toate materialele de comunicare.**
* **Integrarea documentului de poziție și a rezultatelor consultărilor în campania publică.**

**4.6. Raportarea detaliată:**

* **Rapoarte lunare de progres** care să includă analiza KPI-urilor, recomandări și feedback de la public.
* **Raport final** care să sintetizeze toate activitățile și rezultatele obținute.

**4.7. Alte cerințe:**

* Respectarea strictă a identității vizuale a UE și a partenerilor.
* Utilizarea unui limbaj accesibil și incluziv, ușor de înțeles și de către persoanele vârstnice.

**5. Livrabile**

**Vă rugăm să detaliați oferta financiară utilizând tabelul de mai jos. Notați explicit costurile, inclusiv cele pentru servicii specifice (ex: producția video, design, promovarea plătită online), pentru a asigura o evaluare transparentă.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Produs** | **Nr. unități** | **Formate** | **Diseminare** | **Preț per unitate (MDL)** | **Preț total MDL)** | **Termen** |
| Plan de comunicare și vizibilitate | 1 | Word/PDF | Transmis echipei CASMED |  |  | Septembrie 2025 |
| Vizualuri pentru social media  | 20-25 | PNG/JPEG + fișiere sursă | Publicate pe paginile de social media CASMED/RNSAM; partajate în campanie |  |  | Septembrie 2025 – Martie 2026 |
| Clipuri video scurte (1–2 minute,) | 5–6 | MP4 (FB/IG/YT) + surse | Publicate pe social media și website; folosite la evenimente publice, costuri pentru servicii video\* prevăzute în buget |  |  | Octombrie 2025 – Martie 2026 |
| Broșură / pliant informativ RNSAM (design adaptat) | 1 (design + print-ready) | PDF print-ready + digital | Distribuit la Forumul civic național și consultări locale; versiune digitală, costuri de imprimare prevăzute in buget\* |   |   | Octombrie 2025 – Noiembrie 2026 |
| Articole pentru presă scrisă/online | 2–3 | Word/PDF + linkuri | Publicate în portaluri naționale și locale |  |  | Septembrie 2025 – Martie 2026 |
| Comunicate de presă (în format conform brandbook-ului) | 2–3 | Word/PDF | Lansare campanie, Forum civic național, încheiere proiect |  |  | Septembrie 2025 – Martie 2026 |
| Reportaje media (TV, radio, online) | 1–2 | TV/radio/online | Difuzate prin parteneri media; diseminate online,\* costuri prevăzute în buget |   |   | Septembrie 2025 – Martie 2026 |
| Galerie foto  |  min. 100 | JPEG + arhivă | CASMED/RNSAM social media |   |   | Octombrie 2025 – Martie 2026 |
| Rapoarte lunare de progres | 5-6 | Word/PDF | Transmise CASMED |  |  | Septembrie 2025 – Martie 2026 |
| Raport final | 1 | Word/PDF | Transmise CASMED |  |  | Martie 2026 |
| **Total general , TVA (cota 0%)** |  |  |

**Notă\*:** Costurile pentru servicii suplimentare (promovare online plătită, imprimare materiale, servicii foto/video) sunt gestionate și achitate de către proiect, separat de onorariul agenției de comunicare.

**6. Cerințe față de ofertanți**

* Persoană juridică înregistrată în Republica Moldova.
* Minimum 3 ani de experiență în comunicare și vizibilitate pentru proiecte sociale sau finanțate extern.
* Portofoliu demonstrat de lucrări similare, cu un accent deosebit pe campanii adresate publicului vârstnic sau pe respectarea regulilor de vizibilitate ale UE.
* Capacitatea de a lucra în termene scurte și de a respecta identitatea vizuală a UE.

**7. Conținutul ofertei**

**7.1. Ofertă TEHNICĂ** detaliată, care va include:

* Viziunea companiei și o scurtă propunere de concept creativ pentru campanie.
* Descrierea instrumentelor de promovare propuse și a metodologiei de lucru.

**7.2. Ofertă FINANCIARĂ** detaliată, completată în tabelul de la **secțiunea 5**, cu indicarea costurilor pentru fiecare serviciu și livrabil, precum și a numărului minim de vizualizări/vizionări asigurat.

Oferta comercială va include prețul cu **TVA la cota zero.**

* CV-ul companiei și alte documente care demonstrează experiența în domeniu.
* Lista clienților anteriori și a produselor relevante realizate.
	1. **Termenii contractuali**
* Durata contractului: maxim 6 luni.
* Compania selectată va livra rapoarte lunare cu privire la progresul activităților de comunicare și rezultatele obținute.
* Toate materialele create în cadrul proiectului, inclusiv fișierele sursă și drepturile de utilizare, vor fi în proprietatea AO ,,CASMED’’ și vor putea fi folosite doar cu acordul AO ,,CASMED’’.

**10. Criterii de evaluare a ofertelor**

* Conformitatea administrativă și tehnică– 30%.
* Calitatea și creativitatea propunerii tehnice – 30%.
* Experiența demonstrată– 20%.
* Prețul total al ofertei – 20%

**11. Modalitatea de transmitere a ofertelor**

Ofertele vor fi expediate prin e-mail la **comunicare.casmed@gmail.com**sau depuse pe suport de hârtie la adresa: AO ,,CASMED’’, mun. Bălți, str. Mircea cel Bătrân 81, of. 51.

**Termen limită de depunere a ofertelor: 19 septembrie 2025.**

**12. Date de contact**

Persoană responsabilă: **Anastasia Selivestru**
Telefon: **067700250**
E-mail: comunicare.casmed@gmail.com

*Această acțiune a fost produsă cu suportul financiar al Uniunii Europene în cadrul proiectului INSPIRĂ Moldova. Conținutul acesteia reprezintă responsabilitatea exclusivă a proiectului „Consolidarea participării vârstnicilor din Moldova în procesul decizional”, finanțat de Uniunea Europeană. Conținutul publicației aparține AO „CASMED” și nu reflectă în mod neapărat viziunea Uniunii Europene.*