



## **Proiectul ADA/PNUD: „Suport pentru Procesul Național de Planificare a Adaptării Republicii Moldova la Schimbările Climatice”**

### **Termeni de referință**

**privind selectarea prestatorului de servicii care va asigura producția publicitară pentru informarea și conștientizarea populației în procesul de Adaptarea la Schimbările Climatice**

#### **1. Contextul realizării produselor publicitare**

Economia, populația, și mediul Republicii Moldova sunt extrem de vulnerabile la variabilitatea și schimbarea climei. Potrivit mai multor studii, inclusiv, Comunicării Naționale Doi (CN2) și Comunicării Naționale Trei (CN 3) a Republicii Moldova în cadrul Convenției-cadru a Organizației Națiunilor Unite privind Schimbările Climatice (CCONUSC) și Raportului Național de Dezvoltare Umană (2009/2010 RNDU), se așteaptă că impactul schimbărilor climatice se va intensifica, întrucât schimbările de temperatura și precipitații afectează activitatea economică.

Răspunsul la riscurile generate de schimbările climatice necesită un efort coordonat și concertat din partea Guvernului Republicii Moldova. În acest context PNUD, cu suportul Agenției de Cooperare pentru dezvoltare a Austriei (ADC) cu finanțare din partea Ministerului Federal al Agriculturii, Silviculturii, Mediului și Managementului Apelor al Republicii Austria, a elaborat un proiect cu durata de trei ani ”Suport pentru Procesul Național de Planificare a Adaptării Republicii Moldova la Schimbările Climatice”. Scopul global al Proiectului este de a asigura ca Republica Moldova să dispună de un sistem și capacități de planificare și bugetare pe termen mediu și lung a acțiunilor de adaptare, cu scopul general de a reduce vulnerabilitatea populației și a sectoarelor cheie la impactul schimbărilor climatice.

Obiectivul principal al Proiectului este de a sprijini Republica Moldova în instituirea procesului național de adaptare, contribuind la și dezvoltând în continuare strategiile și procesele existente de dezvoltare și de a implementa acțiuni prioritare de adaptare.

În vederea realizării obiectivului proiectului, intervențiile din cadrul proiectului au fost concepute în formă de mai multe activități, implementarea cărora va aduce următoarele rezultate: Rezultatul 1. Instituire cadrului instituțional și de politici pentru procesul de planificare și bugetare, actualizat pe dimensiune de gen, pe termen mediu și lung. Rezultatul 2. Fortificarea capacităților instituționale și tehnice pentru elaborarea iterativă a PNA cuprinzător. Rezultatul 3. Implementare intervențiilor de adaptare în sectoarele prioritare, inclusiv a proiectelor demonstrative la nivel local în scopul catalizării replicării și extinderii

În conformitate cu planul de implementare a activităților, Proiectul va angaja o Companie care va acorda serviciu care vor contribui la realizarea Activității 1.5 în cadrul Rezultatului 1, care vizează promovarea adaptării la schimbările climatice, importanța dezvoltării rezilienței climatice, îmbunătățirea comunicării dintre știință și comunitățile politice și între diferite niveluri ale administrației publice locale și guvern pe această temă și facilitarea angajamentului multiplelor părți interesate în producerea rezultatelor scontate ale proiectului.

#### **1.1 Necesități comunicaționale**

În acest context, există necesitatea de a transmite anumite mesaje cheie către grupurile țintă identificate. Mesajele vin să încurajeze categoriile de cetățeni să coopereze și să se implice în procesul de adaptare la schimbările climatice. De asemenea, contextul mesajului va consolida opinia populației față de fenomenul schimbărilor climatice și va spori nivelul de conștientizare asupra importanței adaptării.

Astfel, în conformitate cu Strategia de Comunicare sunt identificate trei grupuri țintă, cărora le sunt adresate următoarele mesaje cheie:

1. ***Instituțiilor responsabile de realizarea procesului de adaptare*** (Ministerul Mediului prin Oficiul Schimbarea Climei și ministerele responsabile de gestionarea sectoarelor afectate de schimbările climatice – Ministerul Sănătății, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerul Transporturilor și Infrastructurii Drumurilor și Ministerul Economiei, Ministerul Finanțelor, Agenția "Moldsilva", Serviciul Protecție Civilă și Situații Excepționale, Apele Moldovei, autoritățile publice locale, etc.)

***Mesajele cheie:***

***Adaptarea la schimbările climatice este:***

- necesitate internă pentru Republica Moldova;
- prioritate a programului de guvernare;
- un angajament al Guvernului asumat în fața cetățenilor;
- componentă a procesului de integrare europeană;
- un șir de acțiuni care vor îmbunătăți viața fiecărui cetățean.

2. ***Partenerilor în realizarea procesului de adaptare*** (Academia de Științe, Academia de Administrare Publică, instituțiile de învățământ, cadrele didactice, ONG-urile, precum și partenerii de dezvoltare **Agencia de Dezvoltare a Austriei (ADA), Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD), Banca Mondială, Uniunea Europeană, USAID, Consiliul European, Guvernele Danemarcei, Germaniei, României și Suediei**)

***Mesaje cheie:***

- Adaptarea la consecințele schimbărilor climatice este o provocare și o sarcină a întregii societăți;
- Dezvoltarea socială și economică a Republicii Moldova trebuie să devină rezistentă la impactul schimbărilor climatice de viitor;
- Orice contribuție la promovarea PNA este o investiție strategică în viitorul țării, în potențialul ei economic, științific și intelectual

3. ***Beneficiarilor (factorii de decizie, publicul larg, grupurile vulnerabile)***

### ***Mesaje cheie:***

- Informează-te astăzi pentru a fi pregătit mâine să previi impactul schimbărilor climatice asupra sănătății tale;
- Fii pregătit pentru schimbările climei. Investește în agricultura performantă;
- Atenuarea efectelor schimbărilor climatice reprezintă o responsabilitate a întregii societăți. Implică-te și tu!

În urma consultărilor comune se va decide utilizarea unui mesaj comun.

## **1.2 Oportunitatea comunicațională**

Realizarea și distribuirea spoturilor video:

- va spori numărul cetățenilor informați cu referire la fenomenul schimbărilor climatice și necesitatea adaptării la acestea;
- va dezvolta perceperea populației asupra procesului de adaptare
- va consolida cooperarea dintre instituțiile responsabile de realizarea procesului de adaptare;
- va aduce un argument nou în eforturile de comunicare privind necesitatea Adaptării la Schimbările Climatice;
- va spori vizibilitatea proiectului.

## **2. Obiectivul general al produselor publicitare**

Consolidarea cooperării și colaborării dintre instituțiile responsabile de sectoarele afectate de schimbările climatice, parteneri și beneficiari în realizarea eficientă a procesului de adaptare la schimbările climatice.

### **2.1.1 Obiective de conștientizare:**

1. Creșterea numărul de cetățeni informați despre fenomenul schimbărilor climatice și necesitatea adaptării la acestea;
3. Dezvoltarea percepției populației privind necesitatea de adaptare;
4. Consolidarea cooperării dintre instituțiile responsabile de realizarea procesului de adaptare;
5. Eficientizarea comunicării privind necesitatea Republicii Moldova de a se adapta la schimbările climatice;

### **2.1.2 Obiectiv de schimbare a comportamentului:**

- ❖ Asumarea rolului civic de către cetățeni în eforturile de adaptare
- ❖ Să contacteze mai des instituțiile ce gestionează sectoarele afectate de schimbările climatice pentru a afla noi oportunități pentru comunitate
- ❖ Să perceapă impactul schimbărilor climatice
- ❖ Să înțeleagă fenomenul adaptării și să adopte în comunicarea cu semenii lor expresia: adaptarea la schimbările climatice este necesară.



### 3. Mesajul cheie al produselor publicitare

**Informează-te astăzi pentru a fi pregătit mâine să previi impactul schimbărilor climatice!!!**

### 4. Publicul țintă principal:

Conform Strategiei de Comunicare sunt identificate următoarele grupuri țintă:

**(1) Instituțiile responsabile de elaborarea PNA** (Ministerul Mediului prin Oficiul Schimbarea Climei și ministerele responsabile de gestionarea sectoarelor afectate de schimbările climatice – Ministerul Sănătății, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerul Transporturilor și Infrastructurii Drumurilor și Ministerul Economiei, Ministerul Finanțelor, Agenția "Moldsilva", Serviciul Protecție Civilă și Situații Excepționale, Apele Moldovei, autoritățile publice locale, etc).

#### **(2) partenerii PNA**

Societatea civilă, mediul academic, partenerii de dezvoltare ai Republicii Moldova: Agenția de Dezvoltare a Austriei (ADA), Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD), Banca Mondială, Uniunea Europeană, USAID, Consiliul Europei, Guvernele Danemarcei, Germaniei, României și Suediei etc.

#### **(3) beneficiarii PNA**

Factorii de decizie, publicul larg, grupurile vulnerabile

Vârsta medie: 23 +

Nivel socio-economic: mediu, peste mediu

Studii: medii și superioare

### 5. Tonul general al produselor publicitare:

Trebuie să fie serios, ușor memorabil, cu un vocabular accesibil și să genereze interes.

5. Produsele care urmează să fie livrate de către compania contractată:

#### **5.1**

1 spot video după formatul:

Prima parte: concept creativ care să trezească emoție, să inspire încredere și interes participativ

Partea a 2-a: Mesajul cheie transmis trebuie să impresioneze și să îndemne la colaborare și cooperare în procesul de adaptare la schimbările climatice.

#### **5.2**

1 spot audio

Prima parte: concept creativ care să trezească emoție, să inspire încredere și interes participativ

Partea a 2-a: Mesajul cheie transmis trebuie să impresioneze și să îndemne la colaborare și cooperare în procesul de adaptare la schimbările climatice.

5.3 Integrare social media cu widget-urile Facebook, Twitter. Produsele media vor fi integrate cromatic și conceptual.

## 6. Profilul prestatorului de servicii

- ❖ Experiență demonstrată în desfășurarea unor activități similare: cel puțin 3 ani.
- ❖ Resurse umane și tehnice suficiente, în vederea implementării cu succes a activității propuse;
- ❖ Portofoliu relevant cu lucrări similare din punct de vedere tehnic și conceptual.

## 7. Cadrul temporal și procedurile de aprobare

<b>Produse livrabile</b>	<b>Termen de realizare</b>
Elaborarea scenariilor	10-15 septembrie 2015
Identificarea și stabilirea elementelor principale din scenariu, realizarea imaginilor video, colectarea datelor, stabilirea mesajelor cheie pentru spot	15 septembrie – 5 octombrie 2015
Realizarea primului proiect de spot video	5 – 10 octombrie 2015
Redactarea, ajustarea, conform comentariilor angajatorului	15 -20 octombrie 2015
Înserarea subtitrărilor și traducerea subtitrărilor în limba rusă și engleză	20-30 octombrie 2015
Finalizarea elaborării spoturilor	30-31 octombrie 2015
Termen de realizarea producției media	2 luni din data semnării contractului
Aprobarea produselor	5 zile lucrătoare după recepționare. Procesarea comentariilor: 2 zile lucrătoare.