

“Modernizarea Serviciilor Publice Locale în Republica Moldova”

Termeni de Referință

Pentru selectarea unui prestator de servicii privind organizarea, în raionul Cahul a campaniei de informare și sensibilizare a utilizatorilor serviciului de alimentare cu apă și canalizare, în cadrul proiectului “Modernizarea serviciilor publice locale în Republica Moldova”.

1. Context

Agenția de Cooperare Internațională a Germaniei a inițiat proiectul “Modernizarea Serviciilor Publice Locale în Republica Moldova”.

Scopul Proiectului

Prestarea de Servicii Publice Locale îmbunătățite în orașele și satele din Republica Moldova, prin:

Domeniul de Intervenție I

- Investiții în tehnologiile inovative
- Consolidarea capacităților și modernizarea managementului prestatorilor de servicii
- Intensificarea cooperării intercomunitare și a participării locale

Domeniul de Intervenție II

- Intensificarea cooperării dintre instituții la nivel local, regional și central, prin planificarea integrată și programarea investițiilor

Proiectele-pilot de investiții

- Creșterea Eficienței Energetice a Spitalului din Orhei, Raionul Orhei
- Iluminarea stradală eficientă în satul Tătărauca-Veche, Raionul Soroca
- Serviciile de Aprovizionare cu Apă și Canalizare în Duruitoarea Veche, Raionul Râșcani
- Serviciile de Aprovizionare cu Apă și Canalizare în satul Roșu, Raionul Cahul
- Extinderea managementului integrat al deșeurilor solide în localitățile rurale din raioanele Șoldănești, Rezina și Florești

2. Proiectul-pilot “ Serviciile de Aprovizionare cu Apă și Canalizare în satul Roșu, Raionul Cahul”

Proiectul “Aprovizionarea cu apă potabilă a locuitorilor satului Roșu, Cahul” este parte a proiectului “Modernizarea serviciilor publice locale în Republica Moldova” implementat în perioada 2010-2014 de Agenția de Cooperare Internațională a Germaniei (GIZ), cu scopul de a îmbunătăți serviciile publice locale în Republica Moldova.

Scopul proiectului:

Îmbunătățirea serviciilor publice locale de alimentare cu apă potabilă prin investiții în infrastructura localității Roșu și îmbunătățirea capacității de gestionare a furnizorului de servicii I.M. Apa-Canal Cahul

Obiectivul proiectului:

- Satisfacerea nevoilor de apă potabilă ale populației din satul Rosu, prin extinderea infrastructurii de aprovizionare a apei potabile, în cooperare cu IM ApaCanal Cahul și satele înconjurătoare;

- Furnizarea apei potabile conform standardelor europene privind apa potabilă
- Minimizarea riscurilor sanitare în zona prin conectarea la o sursă de apă certificată
- Consolidarea capacității de management a furnizorului local de servicii de aprovizionare cu apă
- Îmbunătățirea capacității APL de nivelul I și II pentru supravegherea și monitorizarea calitatii prestării serviciilor publice locale

3. Scopul campaniei și grupurile-țintă

Creșterea nivelului de conștientizare despre beneficiile unui sistem modern de alimentare cu apă potabilă și canalizare

Grupurile-țintă:

- Bărbați și femei (e nevoie ca ambele categorii să fie țintite)
- Elevi și tineri
- Persoane în etate
- Angajații din sectorul public
- Agenți economici
- Mass-media locale

Campania de informare va viza populația, ținând cont de elementele gender, vârstă, apartenența etnică, precum și alte caracteristici socio-economice și demografice. Campania va miza diseminarea pe larg a informației către populație. Ținând cont că astfel de proiecte-pilot tind să optimizeze accesul femeilor la serviciile publice, femeile trebuie să fie considerate în particular ca și audiență-țintă. Aceasta include încurajarea participării femeilor la audierile publice și plasarea materialelor tipărite în locațiile frecventate de femei.

4. Produsele în cadrul campaniei de sensibilizare

- 400 postere-calendare, instalate și plasate în 50 de sate țintă. Posterul-calendar va consta dintr-o imagine sugestivă, ce prezintă importanța serviciului eficient de alimentare cu apă potabilă, sloganul campaniei și rubrica pentru inserarea logoului partenerilor.
- 2000 de broșuri, distribuite în satele-țintă. Broșura va include următoarea informație preliminară, pe lângă imaginea pregătită pentru poster:
 - Ce este un sistem eficient de alimentare cu apă potabilă?
 - De ce este nevoie să avem un sistem de alimentare cu apă potabilă?
 - Cine este responsabil de gestionarea sistemului eficient de alimentare cu apă potabilă?
 - Promovarea serviciului de alimentare cu apă și canalizare
 - Creșterea nivelului de informare și educare a populației privind beneficiile aduse de un sistem eficient de alimentare cu apă potabila.
- 4000 de pliante, care sumarizează informația din broșură – tematica campaniei
- 3 reportaje video promoționale difuzate prin intermediul stațiilor TV locale și naționale, a canalelor media sociale și prin youtube.com. Tema reportajelor: beneficiile pentru sănătate și protecția mediului a unui sistem centralizat de alimentare cu apă. Luați în considerație faptul că grija de asigurarea cu apă este suportată de femei. Or, timpul câștigat de femeie, în lipsa acestei preocupări, ar putea fi alocat pentru serviciu, educație.
- Cel puțin 5 articole tematice în media locale
- 50 postere-anunț care reflectă concursul tematic de desen
- 100 postere care reflectă rezultatele concursul tematic de desen
- 8 bannere stradale – corelate cu imaginea de poster. Bannerele vor fi instalate pe sfoci pe arterele principale ale orașului.
- 1 banner web – care va fi amplasat pe pagina ADR-ului, APL-urilor și a operatorului de servicii.
- 1 prezentare Power Point pentru întâlniri publice
- 1 prezentare Power Point privind rolul comitetului director local

- 1000 de șepci și 1000 maiouri corelate cu posterele campaniei
- 10 accesorii promoționale ca și premii pentru concursurile de desen, de preferință din materiale biodegradabile

Notă: Conținutul tuturor materialelor promoționale va fi elaborat în așa mod, încât să reflecte necesitățile specifice deopotrivă ale bărbaților și femeilor, privind serviciile publice locale.

5. Evenimente din cadrul campaniei de sensibilizare și informare

- 1 conferință de presă pentru lansarea campaniei, cu participarea reprezentanților ADR-ului, APL I și APL II și pentru prezentarea materialelor promoționale
- 1 conferință de presă pentru comunicarea rezultatelor campaniei, cu participarea reprezentanților ADR-ului, APL I și APL II și pentru prezentarea materialelor promoționale
- 70 de lecții tematice desfășurate în școli (câte 2 pentru fiecare localitate-țintă), pentru a prezenta materialele promoționale și a desfășura dezbateri cu elevii
- 32 de întâlniri publice pe marginea proiectului-pilot, desfășurate în toate localitățile-țintă. La aceste evenimente e necesar să participe atât reprezentanții gospodăriilor, cât și cei ai mediului de afaceri. Întâlnirile publice vor fi organizate în parteneriat cu APL-urile și în strictă coordonare cu ADR și proiectul GIZ. În procesul de pregătire și organizare a evenimentelor, se va ține cont de egalitatea de gen. Atât femeile, cât și bărbații și persoanele în etate pot participa la eveniment. E nevoie de a găsi locație și timp adecvat pentru asigurarea acestei reprezentări. La întâlniri se vor aborda și aspectele de gen, dacă femeile simt beneficiile serviciului public.
- 3 concursuri de desen
- 1 concert de premieră a concursurilor și prezentarea rezultatele campaniei

Toate produsele și evenimentele vor fi elaborate în strictă coordonare cu APL, ADR Sud, Proiectul GIZ

Calendarul de activități

Știri scrise și multimedia	În funcție de necesități Minim un comunicat de presă sau un anunț/lună iar știrile vor fi date în mass-media a audio/video cel puțin o dată pe săptămână, cu înnoiri periodice ale informațiilor furnizate;
Interviuri	Cel puțin o dată la 3 luni dar pot fi și mai des, în funcție de solicitările mass-media; nu se vor suprapune ca și dată de apariție cu comunicatele, articolele și conferințele de presă organizate tot în cadrul campaniei
Articole și conferințe de presă	Cel puțin o dată la 3 luni, fără a se suprapune cu celelalte instrumente de publicitate utilizate în presa scrisă
Postere și broșuri	Elaborarea acestor materiale va începe după contractare a serviciilor
Panou publicitar temporar, bannere de exterior și de interior	Panoul publicitar va fi afișat pe toată perioada derulării campaniei.
Pagina web a operatorului de servicii	Toate informațiile referitoare la derularea campaniei vor fi postate și pe pagina de Internet
Concert	Finalul campaniei

6. Monitorizarea și Evaluarea Campaniei

- Raport privind distribuirea produselor
- Raport privind acoperirea mass-media a conferinței de presă și a campaniei
- Raport privind concursurile de desen
- Raport privind audierile publice: pregătirea, participarea și implicarea (bărbați și femei, feedback și rezultate)
- Toate rapoartele trebuie să conțină informație despre gender, vârstă și profilul participanților.
- Listele de participanți vor conține date dezagregate pe gen, ocupație și vârstă.

7. Profilul prestatorului de servicii

- Experiență de cel puțin 5 ani în desfășurarea unor activități similare;
- Resurse umane și tehnice suficiente pentru implementarea cu succes a activității propuse;
- Competențe de elaborare a activităților și măsurilor pentru profilul solicitat;
- Disponibilitatea de a organiza și desfășura acțiunile în termenul-limită indicat;
- Capacități organizatorice pentru desfășurarea acțiunilor;
- Experiență de lucru cu organizațiile internaționale;
- Experiență și abilități dezvoltate în cooperarea cu diferiți actori.

8. Implementarea și persoanele de contact

8.1 Condiții organizatorice suplimentare

Stilul șabloanelor pentru rezultatele activităților	o Prestatorul de servicii va face uz de stilul șabloanelor pentru documentele Word și prezentările Power Point. Ambele tipuri de șabloane vor fi puse la dispoziția expertului la momentul lansării misiunii.
	o Diapozitivele prezentărilor vor fi însoțite de comentarii succinte (după necesitate).
	o Toate materialele informaționale vor respecta rigorile privind identitatea vizuală a GIZ și cea a proiectului. Este necesar ca toate materialele vizuale să fie coordonate cu partenerii de proiect, care, de asemenea, trebuie să fie prezentați în rubrica pentru brand.

8.2 Cadrul temporal și procedurile de aprobare

Începutul misiunii	o Imediat după anunțarea rezultatelor licitației
Sfârșitul misiunii	o 6 luni, preliminar
1 lună	Elaborarea materialelor promoționale și a conceptului evenimentelor.
2-6 luni	o Desfășurarea campaniei
5 luni	o Monitorizarea și evaluarea campaniei. Prezentarea raportului
Aprobarea produselor	o 3 zile lucrătoare din momentul primirii. Comentarii: 2 zile lucrătoare

8.3 Principalele persoane de contact

Responsabili de proiect **Sergiu Plesca - sergiu.plesca@giz.de**
GIZ pentru Proiectele
AAC

Ofițer de comunicare,
proiectul GIZ Laura Bohanțova - laura.bohantova@giz.de, 222470