

Specificații tehnice solicitate pentru achiziția servicii creare a eco-brand-ului transfrontalier și promovare a practicilor eco-friendly și a eco-brand-ului - în cadrul proiectului “Dezvoltarea culturilor prietenoase cu mediul în județele Giurgiu și Ruse” ECOCROPS

Cod proiect: ROBG00132

LOTUL 1 - Servicii de creare a eco-brandului transfrontalier

Dezvoltarea unor eco-branduri dezvoltate colaborativ în comunitatea de graniță Giurgiu-Ruse, printr-un proces participativ, un Manual de Brand detaliat și activități sustenabile de promovare. Activitatea achiziționată trebuie să fie implementată într-un mod sustenabil, fiind totodată scalabilă și replicabilă în alte regiuni, astfel încât inițiativa de eco-branding să poată fi extinsă și adaptată și în alte comunități. Scopul este co-crearea unor branduri ecologice bazate pe culturi de nișă (de exemplu, lavandă, fructe de pădure, cătină) care contribuie la biodiversitate, reduc poluarea și valorifică terenuri abandonate sau poluate în zona transfrontalieră.

Activități solicitate

Prestatorul va realiza următoarele activități, în strânsă colaborare cu factorii locali relevanți:

1. Identificarea culturilor de nișă relevante, împreună cu stakeholderii locali (fermieri, autorități, ONG-uri, afaceri), care pot sta la baza eco-brandurilor propuse. Această activitate presupune consultări cu părțile interesate și analiza contextului local pentru a selecta culturi ecologice de nișă cu potențial (din perspectiva biodiversității și a valorificării terenurilor disponibile).
2. Co-crearea eco-brandurilor printr-un proces participativ și transparent, realizat în colaborare cu părțile interesate. Se vor organiza ateliere și întâlniri de lucru cu stakeholderii din comunitatea Giurgiu-Ruse pentru a defini împreună elementele de brand (valoarea de brand, povestea brandului, diferențiatorii eco) și pentru a asigura asumarea locală a acestora.
3. Elaborarea unui Manual de Brand complet, care să includă elemente de identitate vizuală (logo, paletă de culori, fonturi, elemente grafice), strategia de marketing (direcții de promovare, public țintă, poziționare pe piață pentru culturile ecologice de nișă) și principiile etice ce vor ghida eco-brandurile (sustenabilitate, responsabilitate socială și de mediu). Manualul de Brand va servi drept ghid unitar pentru toate materialele și inițiativele viitoare legate de eco-brandurile create.
4. Crearea de template-uri vizuale pentru comunicare, după cum urmează: 1 flyer (pliant informativ), 10 bannere web (pentru promovare online), 5 template-uri pentru email

(newsletter sau comunicări electronice) și 3 postere (afișe pentru evenimente sau campanii locale). Aceste șabloane grafice trebuie să fie în concordanță cu identitatea vizuală definită în Manualul de Brand și ușor de folosit/adaptat de către beneficiari.

5. Elaborarea unui plan de implicare a stakeholderilor (părților interesate), care să detalieze modul de mobilizare și colaborare a acestora pe parcursul procesului de eco-branding. Planul va include lista părților interesate vizate (ex. fermieri reprezentativi, organizații locale, autorități relevante), metodele de implicare propuse (întâlniri periodice, ateliere participative, consultări publice, platforme online) și rezultatele așteptate în urma acestei implicări (nivel de participare, feedback colectat, parteneriate create).
6. Monitorizarea și evaluarea impactului economic, social și de mediu al activităților implementate. Se vor stabili indicatori de performanță și se va realiza raportarea finală. Prestatorul va furniza o evaluare comprehensivă care să evidențieze beneficiile generate de eco-brandurile create în comunitatea Giurgiu-Ruse.

Livrabilele solicitate

În urma activităților de mai sus, prestatorul va furniza următoarele livrabile tangibile, în format convenit cu achizitorul:

- Manual de Brand - un document accesibil și ușor actualizabil, structurat în 3 secțiuni principale: Identitate vizuală, Strategie de marketing pentru culturi ecologice de nișă și Principii etice. Manualul va include descrieri și specificații tehnice (ex. coduri de culori, ghid de utilizare a logo-ului, tonul mesajelor cheie, bune practici de comunicare) astfel încât să ghideze implementarea unitară a eco-brandului pe termen lung.
- Set de template-uri vizuale - colecția de șabloane grafice create (minimum: 1 flyer, 10 bannere web, 5 template-uri email și 3 postere), livrate atât în format editabil (pentru adaptări ulterioare), cât și în format PDF/JPG gata de utilizare. Fiecare template va respecta identitatea vizuală stabilită și va fi însoțit de instrucțiuni scurte de utilizare (de exemplu, recomandări pentru dimensiuni, tip de font, spațiere, adaptare pentru diferite platforme).
- Plan de implicare a stakeholderilor - documentul strategic ce conține lista părților interesate identificate (inclusiv detalii de contact și rolul fiecăreia în proiect), metodele și calendarul de implicare (planificarea atelierelor, întâlnirilor, consultărilor) și rezultatele așteptate/indicatorii de implicare (număr de participanți, grad de satisfacție sau feedback, angajamente asumate de stakeholderi). Acest plan trebuie să fie practic și orientat spre acțiune, facilitând menținerea unei colaborări strânse între toți actorii relevanți pe durata implementării proiectului și după finalizarea acestuia.

Cerințe de conformitate

Toate materialele și activitățile realizate în cadrul contractului vor respecta regulile de identitate vizuală ale Programului Interreg VI-A România-Bulgaria. În mod specific, prestatorul trebuie să se asigure că logo-urile programului și ale Uniunii Europene, sloganurile oficiale și elementele vizuale impuse prin Manualul de identitate vizuală al programului sunt folosite corect și vizibil pe toate materialele produse. De asemenea, orice comunicare sau material promoțional va include elementele de vizibilitate obligatorii conform cerințelor finanțatorului (ex. mențiuni privind cofinanțarea UE, disclaimere, dacă este cazul). Nerespectarea acestor cerințe de conformitate nu este acceptată și poate duce la respingerea livrabililor, întrucât conformitatea cu identitatea vizuală Interreg și regulile de publicitate ale programului este obligatorie.

Documentul de față a fost redactat într-un mod profesionist și clar, structurat conform standardelor cererilor de ofertă publice, pentru a facilita atât înțelegerea cerințelor de către ofertanți, cât și evaluarea comparativă a ofertelor primite.

LOTUL 2 - Servicii de promovare a practicilor eco-friendly și a eco-brand-ului

Achiziția are ca obiectiv general creșterea gradului de conștientizare publică privind importanța protejării mediului și a conservării biodiversității în regiunea transfrontalieră România-Bulgaria. Prin contract se urmărește promovarea unui stil de viață sustenabil și adoptarea pe scară mai largă a practicilor prietenoase cu mediul, inclusiv sprijinirea și vizibilitatea mărcilor locale ecologice din zonă. La nivel practic, activitățile din contract vor contribui la informarea comunităților despre beneficiile soluțiilor „verzi” (de ex. re folosirea terenurilor degradate prin amenajarea de spații verzi sau culturi ecologice de nișă) și la încurajarea implicării cetățenilor și autorităților locale în inițiative eco-friendly, atât în România, cât și în Bulgaria. Scopul final este de a stimula o schimbare pozitivă de atitudine față de mediu și de a crea premisele pentru conservarea pe termen lung a biodiversității și dezvoltarea durabilă a regiunii transfrontaliere.

Activitățile solicitate

Prestatorul va furniza un pachet complet de servicii, care include - fără a se limita la - următoarele activități principale:

- Planificarea campaniei și a evenimentelor: Elaborarea unui plan de acțiune detaliat pentru implementarea evenimentelor promoționale și a campaniilor online. Planul va defini *publicul țintă* (atât din România, cât și din Bulgaria) al fiecărei acțiuni, mesajele-cheie ce urmează a fi transmise, tipurile de conținut și materiale promoționale ce vor fi create, precum și calendarul și bugetul alocat fiecărei activități. Planificarea riguroasă va asigura adaptarea mesajelor la contextul local și utilizarea eficientă a resurselor disponibile.
- Identificarea și implicarea partenerilor relevanți: Stabilirea de parteneriate locale și regionale care să susțină logistic și mediatic campania. Prestatorul va contacta și implica stakeholderi-cheie - autorități locale, ONG-uri de mediu, instituții de învățământ, mass-media locală/regională și potențiali sponsori sau influenceri - atât în România, cât și în Bulgaria, pentru a amplifica impactul evenimentelor și al campaniei online. Colaborarea cu mass-media și cu influenceri locali va extinde audiența mesajelor transmise și va genera entuziasm în rândul comunităților țintă.
- Producerea și distribuția materialelor de promovare: Crearea tuturor materialelor promoționale necesare, în format online și offline, conform planului stabilit. Acestea pot include pliante/flyere, afișe, bannere web, grafice pentru social media, videoclipuri scurte de promovare etc., realizate în concordanță cu identitatea vizuală a programului. Prestatorul se va ocupa de distribuția eficientă a materialelor înainte și în timpul evenimentelor, precum și pe parcursul campaniilor online (ex. încărcarea conținutului pe rețele sociale sau trimiterea de materiale către partenerii media). Scopul este ca mesajele eco-friendly să ajungă cât mai amplu în rândul publicului țintă, folosind canalele potrivite (rețele sociale, website-uri, media tipărită la nivel local etc.).
- Organizarea și implementarea evenimentelor promoționale: Planificarea logistică și desfășurarea a 8 evenimente locale de promovare (câte 4 evenimente în România și 4 în Bulgaria), conform cerințelor proiectului. Fiecare eveniment va avea un program specific de activități - prezentări tematice, ateliere practice, demonstrații și expoziții ale produselor locale ecologice - menite să evidențieze beneficiile practicilor eco-friendly și necesitatea

conservării biodiversității la nivel local. Prestatorul va asigura toate aspectele organizatorice (rezervarea locațiilor, echipamente, promovarea evenimentului, moderarea sesiunilor, invitați/vorbitori relevanți etc.) și se va coordona cu partenerii de proiect din ambele țări.

- Derularea campaniei de comunicare online: Implementarea unei campanii online transfrontaliere intensive, pe toată durata contractului, prin utilizarea rețelelor sociale și a altor platforme digitale. Campania va consta în publicarea periodică de conținut informativ și atractiv (imagini, videoclipuri, infografice, testimoniale) pe paginile de social media ale proiectului și ale partenerilor, însumând minimum 100 de postări în total. Mesajele transmise online vor reflecta tematica proiectului - protejarea mediului, agricultura ecologică, produse locale eco-friendly - și vor fi adaptate în ambele limbi (română și bulgară) pentru a atinge publicul țintă de pe ambele maluri ale Dunării. În paralel, Prestatorul va desfășura acțiuni de media outreach, colaborând cu presa locală/regională: redactarea și transmiterea de comunicate de presă, apariții în emisiuni radio/TV locale sau interviuri, astfel încât inițiativele proiectului să beneficieze de o vizibilitate extinsă în media tradițională.
- Promovarea eco-brandurilor dezvoltate, prin derularea de campanii pe rețele sociale, stabilirea de parteneriate locale (de exemplu, cu piețe locale, cooperative, ONG-uri de mediu) și organizarea sau participarea la evenimente locale (târguri, expoziții, ateliere comunitare). Scopul este creșterea vizibilității eco-brandurilor atât în rândul comunității locale, cât și în exterior, și stimularea adoptării pe scară mai largă a acestor practici ecologice.
- Colectarea și gestionarea participanților: Pe parcursul implementării, Prestatorul va administra procesul de înscriere și evidență a participanților la evenimente. Pentru fiecare eveniment organizat, se va întocmi o listă de participanți (registru de prezență) cu detalii precum: nume și prenume, organizația/instituția reprezentată (dacă este cazul) și date de contact (telefon, email). Aceste liste vor fi transmise Beneficiarului și vor fi folosite ulterior în scop de raportare și follow-up. De asemenea, Prestatorul va asigura obținerea consimțământului participanților pentru utilizarea datelor lor de contact în cadrul proiectului și va respecta normele GDPR în colectarea și stocarea acestor informații.
- Monitorizarea, evaluarea și raportarea rezultatelor: Prestatorul va monitoriza în mod continuu eficiența evenimentelor și a campaniei online, colectând feedback atât de la participanții la evenimente (prin chestionare de satisfacție, sesiuni Q&A, interviuri scurte) cât și din mediul online. Se vor analiza *indicatorii de engagement* și *datele de audiență* ale campaniei digitale - de exemplu: acoperirea (reach) a postărilor, nivelul de interacțiune al publicului (engagement: like-uri, comentarii, distribuiri), precum și eventualele rate de conversie obținute (de pildă, numărul de persoane care au solicitat informații sau s-au înscris la evenimente ca urmare a mesajelor online). Pe baza acestor evaluări, Prestatorul va formula recomandări și va realiza ajustări *în timp real* ale strategiei, dacă este necesar, asigurând astfel o eficacitate maximă a intervențiilor. La finalul perioadei de implementare, Prestatorul va elabora un raport final al activității, care să sintetizeze desfășurarea tuturor acțiunilor, rezultatele obținute și concluziile/recomandările pentru viitor.

Livrabile

Prestatorul selectat va trebui să furnizeze următoarele livrabile concrete pe parcursul și la finalul contractului, ca dovadă a implementării corespunzătoare a activităților:

Proiectul “Dezvoltarea culturilor prietenoase cu mediul în județele Giurgiu și Ruse” (ECOCROPS) este cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul European de Dezvoltare Regională, în cadrul Programului Interreg VI-A România-Bulgaria.

- Evenimente locale realizate: Dovada organizării a cel puțin 8 evenimente locale de promovare (4 în România și 4 în Bulgaria). Pentru fiecare eveniment se vor livra documente justificative: agenda și conceptul evenimentului, lista participanților, fotografiile relevante (minim 5 imagini de calitate de la fiecare eveniment), precum și un scurt raport de eveniment care va descrie activitățile desfășurate și concluziile principale. Evenimentele trebuie să includă prezentări, ateliere și demonstrații practice menite să evidențieze beneficiile practicilor eco-friendly și ale conservării biodiversității.
- Campanie online și acțiuni media implementate: Livrarea unui rezumat al campaniei online desfășurate, incluzând un centralizator al postărilor realizate. Se vor realiza și evidenția minimum 100 de postări pe rețelele de socializare (Facebook, Instagram, Twitter etc.) pe durata contractului, în concordanță cu tematica proiectului. De asemenea, Prestatorul va furniza copii/înregistrări ale materialelor de presă realizate (comunicate transmise, articole apărute, segmente audio-video dacă există), demonstrând că au fost derulate acțiuni de media outreach pentru creșterea vizibilității proiectului. Scopul este ca livrabilul să ateste prezența constantă a mesajelor proiectului în mediul online și în mass-media pe perioada implementării.
- Liste de participanți și baze de date de contact: Pentru fiecare eveniment organizat, se va preda câte o listă de participanți (formular de prezență semnat), conținând informațiile menționate (nume, organizație, contact). Listele vor fi însoțite de un centralizator electronic (ex. fișier Excel) ce cumulează toți participanții din toate evenimentele, evitând duplicatele, și marcând eventual apartenența la România sau Bulgaria. Aceste date vor rămâne la dispoziția Beneficiarului, pentru raportările interne și pentru dezvoltarea ulterioară a rețelei de stakeholderi interesați de practicile eco-friendly.
- Rapoarte de analiză a performanței: Elaborarea și predarea a 3 rapoarte de analiză intermediare (de exemplu, lunar sau trimestrial, conform duratei campaniei) plus un raport final de sinteză. Rapoartele intermediare vor prezenta indicatorii de performanță ai promovării online și ai evenimentelor desfășurate, permițând evaluarea progresului. Fiecare raport va include date detaliate privind *acoperirea (reach)* postărilor, nivelul de *interacțiune* al publicului (engagement - număr de aprecieri, comentarii, distribuiri pe social media), precum și metrici de *conversie* relevante (de ex. numărul de înscrieri la evenimente sau solicitări de informații generate ca urmare a campaniei). Rapoartele vor conține de asemenea o analiză calitativă a feedback-ului primit (atât din chestionarele completate la evenimente, cât și din comentariile online), eventuale dificultăți întâmpinate și soluțiile adoptate. Raportul final va sintetiza întreaga activitate, incluzând sumarul tuturor indicatorilor realizați comparativ cu țintele propuse, concluzii privind impactul atins și recomandări pentru continuarea inițiativelor eco-friendly după finalizarea proiectului.
- Apariții în presă și materiale de diseminare: Obținerea și livrarea unui dosar de presă care să conțină cel puțin 4 *aparități media* notabile privind inițiativele proiectului - aproximativ două articole/știri în fiecare țară (România și Bulgaria). Pot fi incluse articole în ziare sau reviste locale, reportaje TV/radio, interviuri cu organizatorii sau beneficiarii proiectului, mențiuni pe portaluri de știri etc., care dovedesc interesul public generat. Pentru fiecare apariție media se vor furniza copii după materiale (decupaj de ziar, link și capturi de ecran pentru apariții online, înregistrare audio/video pentru radio/TV ș.a.). Acest livrabil va demonstra vizibilitatea externă a proiectului și va contribui la diseminarea pe scară largă a mesajelor sale.

Cerințe de conformitate

Prestatorul are obligația de a respecta toate cerințele de vizibilitate și conformitate impuse de finanțator și de cadrul legal aplicabil, pe toată durata executării contractului:

- Respectarea identității vizuale a programului: Toate materialele de comunicare, promoționale și de vizibilitate realizate în cadrul contractului vor respecta Manualul de Identitate Vizuală al Programului Interreg VI-A România-Bulgaria (disponibil public pe site-ul programului) și regulile de comunicare ale finanțatorului. Acest lucru presupune utilizarea corectă a siglelor oficiale (ex. sigla Interreg, emblema Uniunii Europene, logo-urile Programului și ale proiectului, după caz) și a sloganului programului, plasarea disclaimer-elor obligatorii și menționarea sursei de finanțare (Fondul European de Dezvoltare Regională) conform ghidurilor oficiale. Nerespectarea regulilor de identitate vizuală și publicitate poate atrage corecții financiare, de aceea Prestatorul va trata cu rigurozitate acest aspect.
- Conformitatea cu regulile programului și legislația aplicabilă: Prestatorul se obligă să execute serviciile în conformitate cu regulile Programului Interreg VI-A și cu legislația națională în vigoare privind achizițiile publice, protecția mediului, comunicarea publică și protecția datelor. În particular, trebuie respectate regulile de eligibilitate, vizibilitate și raportare stabilite de program, precum și instrucțiunile Beneficiarului privind implementarea proiectului. Orice abateri (cum ar fi omiterea logo-urilor obligatorii, nerespectarea formatului cerut pentru rapoarte sau utilizarea incorectă a datelor personale ale participanților) vor fi remediate de către Prestator fără costuri suplimentare. Prestatorul va asigura, de asemenea, păstrarea și predarea către Beneficiar a tuturor documentelor justificative necesare verificărilor interne, auditului sau verificărilor de prim nivel (FLC), conform cerințelor finanțatorului.
- Formatul și limba de predare a livrabilelor: Toate livrabilele și materialele produse în cadrul contractului vor fi furnizate Beneficiarului în format editabil (fișiere electronice ce permit modificarea - ex. Microsoft Word/Excel/PowerPoint, Adobe InDesign pentru materiale grafice, fișiere video originale etc.), însoțite de versiuni finale în format PDF (sau format needitabile echivalent) pentru arhivare și referință. În cazul materialelor tipărite (ex. pliante, postere), Prestatorul va livra și un exemplar fizic (dacă se solicită) sau fișiere pregătite pentru tipar. De asemenea, având în vedere caracterul transfrontalier al proiectului, materialele destinate publicului și rapoartele importante vor fi disponibile în bilingual - limba română și limba bulgară - acolo unde este cazul, asigurându-se astfel accesul egal al comunităților din ambele țări la informațiile și rezultatele proiectului. Prestatorul va realiza traducerile necesare ori de câte ori un livrabil trebuie diseminat în zona țintă de cealaltă limbă (română sau bulgară), cu excepția situațiilor în care Beneficiarul decide utilizarea unei limbi de circulație mai largă (ex. engleză) pentru anumite materiale.