**ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ**

**на розробку та реалізацію комунікаційної кампанії**

**щодо запуску веб-платформи «Електронна приймальня» у 4 Містах Доброчесності**

1. **ВСТУП**

Антикорупційна ініціатива ЄС (EUACI) – це комплексна антикорупційна програма ЄС в Україні, що фінансується ЄС та урядом Королівства Данія та реалізується Міністерством закордонних справ Данії. Програма сприяє зменшенню корупції в Україні на національному та місцевому рівнях шляхом розширення прав і можливостей громадян, громадянського суспільства та бізнесу, а також посилення спроможності державних установ та органів місцевого самоврядування.

Антикорупційна ініціатива ЄС має на меті покращити антикорупційну політику України шляхом підтримки ключових антикорупційних державних інституцій, посилення нагляду за впровадженням реформ з боку Парламенту. Підтримка прозорого та доброчесного Відновлення України, підтримка громадянського суспільства, засобів масової інформації, що проводять розслідування, також підтримка органів влади на національному та місцевому рівнях. Результатом комплексної співпраці є динаміка суттєвого покращення загальної ефективності України у боротьбі з корупцією.

У чотирьох містах Доброчесності (Житомир, Нікополь, Червоноград, Чернівці) EUACI співпрацює з міськими головами та міськими радами з метою посилення прозорості, підзвітності та доброчесності.

Зокрема, було надано технічну підтримку таким містам як Нікополь, Житомир, Чернівці та Червоноград. Допомога була надана з метою впровадження та розвитку електронною приймальні громадян (Е-приймальня). Веб-платформа була розроблена в рамках проекту «Міста доброчесності EUACI». Електронна приймальня призначена для отримання, обробки та оприлюднення інформації в рамках двосторонньої взаємодії між міською радою, її виконавчими органами, підпорядкованими підприємствами, установами, організаціями та жителями територіальної територіальної громади, юридичними та фізичними особами, з метою:

* оптимізувати процес надання зворотного зв’язку за допомогою сучасних цифрових засобів;
* організувати процес накопичення інформації, її систематизації та встановлення пріоритетів для реагування на запити, що надходять від жителів територіальної громади, юридичних та фізичних осіб до ОМС;
* організувати ефективний моніторинг реагування працівників ОМС на запити та звернення, що надходять від жителів територіальної громади, юридичних та фізичних осіб, що пов’язані з їхнім опрацюванням;
* «Е-приймальні» – це інструмент цифрової комунікації між місцевою владою та громадянами, використання якого сприятиме зменшенню корупційних ризиків, які можуть виникнути у випадку фізичного контакту;
1. **ЗАГАЛЬНА МЕТА ТА ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ КАМПАНІЇ**

Основною метою кампанії є розробка та впровадження комунікаційної кампанії, яка допоможе популяризувати електронну приймальню серед цільових аудиторій.

Кампанія також націлена на підвищення впізнаваності EUACI як надійного партнера із впровадження інструментів задля прозорості, підзвітності та доброчесності.

**Завдання кампанії**

1. Проінформувати аудиторію про «Е-приймальню» та її переваги у взаємодії з ОМС.
2. Збільшити рівень обізнаності щодо функціоналу та можливостей веб-платформи.
3. Залучити якомога ширше коло потенційних користувачів до активного використання Е-приймальні для вирішення їхніх питань.
4. Налагодити комунікацію між громадськістю та ОМС щодо використання Е-приймальні.

|  |
| --- |
| **Громадськість (користувачі платформою)** |
| Аудиторія 1 | Аудиторія 2 |
| * чоловіки та жінки ≈ 25-40 років
* проживають у місті Житомир/Червоноград/Нікополь/Чернівці
* найчастіше отримують послуги онлайн через ДІЮ
* актуальні адмінпослуги: реєстрація актів цивільного стану, бізнесів, паспортні послуги, соціальний захист
 | * чоловіки та жінки ≈ 50+ років
* проживають у місті Житомир/Червоноград/Нікополь/Чернівці
* найчастіше отримують послуги у фізичних відділеннях ЦНАП, на пошті, у міській раді
* актуальні адмінпослуги: соціальні послуги, вирішення майнових та земельних питань, нотаріальні послуги
 |
| Залучення користувачів до користування системою: реєстрація, подання звернень, комунікація з владою.  |

**Цільова аудиторія**

|  |
| --- |
| **Медіа** |
| Регіональний рівень |
| Висвітлення роботи системи крізь призму її впливу на задоволення адміністративних запитів громадян. |

**3. ОБСЯГ РОБІТ ТА ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Розробка концепції комунікаційної кампанії з просування «Е-приймальні» на основі проведеного ситуативного аналізу у кожному місті, медіамоніторингу, сесій та інтерв’ю з командою представників міста та EUACI. Концепція має бути узгоджена і затверджена Замовником після розробки Виконавцем.

Основні завдання в рамках комунікаційної кампанії:

* розробка макетів рекламних оголошень для розміщення на зовнішніх носіях міста;
* забезпечення медіаактивності в інформаційному просторі регіону та частково країни;
* створення рекламних дописів з відповідним візуальним супроводом для соціальних мереж;
* створення інформаційних заходів з місцевими блогерами;
* розробка освітніх матеріалів для користувачів системи;
* розробка роздаткових матеріалів для розміщення в місцях надання адміністративних послуг;
* медіамоніторинг;

**Очікувані результати:**

1. єдина концепція комунікаційної кампанії для 4-х міст;
2. макети візуальних матеріалів та їх розміщення:
	* 5 макетів для білбордів;
	* 10 макетів для сітілайтів;
	* 10 макетів для плакатів розміру А2;
3. інформаційні матеріали, розміщені регіональних медіа кожного з 4-х міста:
	* 6 інформаційних колонок для кожного міста – загальна к-сть 24 ;
	* 5 авторських блогів для кожного міста – загальна к-сть 20;
4. дописи (текст та візуал) у місцевих соціальних мережах кожного міста:
	* опис платформи – 1 допис для кожного міста – загальна к-сть 4;
	* функціонал платформи – 1 допис для кожного міста – загальна к-сть 4;
	* покрокова інструкція з використання платформи – 1 допис для міста – загальна к-сть 4;
	* динаміка використання платформи (з інфографікою) – 6 дописів для міста – загальна к-сть 24;
	* аналітичні матеріали по темам/типам звернень – 6 дописів для міста – загальна к-сть 24;
	* консультаційна підтримка (відповіді на часті питання) – 6 дописів для міста – загальна к-сть 24;
	* особистісні міні-історії користувачів платформи (на конкретних прикладах показати ефективність та зручність платформи) – 4 дописи для кожна міста – загальна к-сть 16;

*\*Дописи створюються на основі інформації, наданої представниками кожного міста. Кожен допис має бути унікальним, включаючи текст та супровідні візуальні матеріали.*

1. освітній продукт для користувачів:
	* 1 короткий відеоурок, адаптований до специфіки платформи кожного з 4-х міст міст;
	* 1 короткий візуальний посібник, адаптований для публікації в місцевих соціальних мережах у кожному з 4-х міст;
2. роздаткові матеріали:
	* макети листівок – 2 версії для кожного міста - всього 8 шт.;

*\* Кількість друкованих примірників визначається та узгоджується на етапі презентації концепції.*

1. щотижневі звіти медіамоніторингу – 20-24 шт. (залежно від дати початку реалізації кампанії);

**4. ЧАСОВІ РАМКИ**

Очікується, що кампанія буде розроблена в лютому 2024 року, триватиме 5 місяців і буде завершена до кінця липня 2024 року.

**5. БЮДЖЕТ**

Орієнтовна вартість Кампанії не повинна перевищувати 30 000 євро за офіційним курсом Національного банку України на дату подання пропозиції. Послуги включають розробку концепції кампанії, візуальних макетів та інформаційних матеріалів.

Друк та розміщення макетів реклами на зовнішніх носіях забезпечить Замовник.

**Умови оплати**

Всі платежі за Договором здійснюються в гривнях відповідно до офіційного курсу НБУ станом на робочий день виставлення рахунку-фактури Виконавцем.

Проект EUACI не є платником ПДВ як програма міжнародної технічної допомоги.

**6. Критерії оцінки конкурсних пропозицій**

Заявки будуть оцінюватися відповідно до критеріїв, наведених нижче:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **#** | **Умови** | **% значущості** |
| 1 | Бюджет | 20% |
| 2 | Портфоліо | 50% |
| 3 | CV команди | 30% |

**Як подати заявку на участь**

Пропозиції з

*1) описом (методологією) реалізації проекту,*

*2) портфоліо,*

*3) CV* *команди*

подаються лише в електронному форматі впродовж зазначеного нижче терміну на електронну адресу: dmyiak@um.dk, cc: yanryz@um.dk, вказавши в темі листа в темі листа “communication campaign «E-Reception Hall».

Будь-які запитання щодо роз'яснень до конкурсної пропозиції слід надсилати на адресу: dmyiak@um.dk , cc: yanryz@um.dk, не пізніше 19 січня 2023 року, 18:00 за Київським часом.

**Кінцевий термін подання пропозицій - 30 січня 2024 року, 18:00 за Київським часом.**

Мова конкурсних пропозицій: **англійська або українська**.