



RAPORT

de evaluare a impactului achiziției serviciilor de publicitate ce au făcut obiectul contractului de servicii nr.1662 din 10.01.2019 - Servicii pentru conceperea, realizarea și difuzarea de campanii integrate de comunicare pentru promovarea fondurilor ESI pentru 2018, implementat de Ministerul Fondurilor Europene, încheiat cu S.C. All Media Company S.R.L.

Autoritatea contractantă Ministerul Fondurilor Europene, cu sediul în București, str. Mendeleev nr. 36-38, cod postal 010366, pagina de internet www.fonduri-ue.ro, a încheiat contractul de prestări servicii nr. 1662 din 10.01.2019 cu S.C. All Media Company S.R.L. având ca obiect prestarea de servicii pentru conceperea, realizarea și difuzarea de campanii integrate de comunicare pentru promovarea fondurilor ESI pentru anul 2018, în conformitate cu prevederile contractuale și anexelor care sunt parte integrantă a contractului mai sus amintit. Contractul este unul de tipul cu finanțare mixtă.

Prestatorul s-a achitat integral de sarcinile care i-au revenit pe linia concepției, realizării și difuzării spoturilor-radio TV la standardele și performanțele prezentate în propunerea tehnică (anexa 2 la contract), de amplasare eficientă a reclamelor OOH, dar și de acțiunile aferente activităților de promovare on line prin reclame plătite, care a avut 3 componente:

1. Campanie promote page - Page like - campania a fost plasată în audiență, în Ad Manager, promovându-se pagina de facebook a Ministerului Fondurilor Europene. Prin aceasta s-au atras utilizatori și a crescut numărul de fani, astfel că cei care au dat like vor putea urmări în continuare activitatea de pe pagina instituției
2. Direcționarea către site-ul MFE - campania a fost setată în Ad Manager, pentru a câștiga link clicks care duc către site-ul instituției
3. Promovarea postărilor de pe pagina de facebook - campanie de awareness - prin care s-a făcut share la postările de pe pagina de facebook a MFE.

De menționat faptul că publicitatea Facebook a fost integrată în conceptul general al campaniei și a fost coordonată cu calendarul de difuzare al reclamelor radio-TV.

- Durata contractului: 12 luni, în perioada 10 ianuarie 2019 - 9 ianuarie 2020.

- În cadrul campaniei, publicul larg a fost informat cu privire la obiectivele fondurilor europene (mai multe locuri de muncă, o economie europeană solidă, un mediu sănătos), la modul cum sunt gestionate aceste fonduri de România, respectiv prin intermediul Programelor Operaționale, precum și la modalitatea prin care sunt folosite de beneficiarii de finanțări europene. De asemenea, campania a evidențiat faptul că toți românii beneficiază de proiectele finanțate din fonduri europene.

- Publicul țintă vizat de această campanie a fost reprezentat de: beneficiarii și potențialii beneficiari ai proiectelor finanțate din fondurile ESI, mass-media și publicul general, cu vârsta de peste 18 ani.

- Canale media utilizate în cadrul campaniei: Canale social media, campanii OOH, afișaj stradal și electronic, posturi de radio (Radio România Actualități și Pro FM), precum și posturile TV Antena 3, România TV și Realitatea TV.

Principalele servicii asigurate de Prestator:

- crearea unui concept creativ de comunicare al campaniei de comunicare;
- realizarea unui sondaj de opinie care să sprijine realizarea conceptului creativ al campaniei de comunicare;
- creație, producție și difuzare pentru 5 spoturi TV de aprox. 30 de secunde, difuzate pe 3 posturi de televiziune naționale de știri;
- creație, producție și difuzare pentru 5 spoturi radio de aprox. 30 de secunde difuzate pe 2 posturi radio naționale;
- organizarea unui eveniment de lansare a campaniei integrate de comunicare;
- 4000 seturi de obiecte promoționale; fiecare set incluzând: un pix cu stick de memorie incorporat și o agenda tip notes, personalizata atât la exterior, cât și în interior cu vizualurile campaniei;
- creație, producție și difuzare pentru 5 bannere web online animate postate fiecare pe minim 50 site-uri;
- promovare și reclame plătite pe Facebook, pentru paginile web instituționale, pentru pagina de Facebook instituțională, pentru subiectele comunicate de MFE și difuzarea de reclame plătite;
- servicii de publicitate în spațiu public: creația, producția și amplasarea reclamelor campaniei de comunicare pe 86 panouri outdoor, de tip panotaj stradal, și 29 panouri outdoor, de tip afișaj electronic;
- realizarea (conținut, design, paginare, tipărire, distribuție) a unei broșuri cu informații generale privind fondurile ESI (în 2.500 de exemplare) „Ghid referitor la finanțarea din partea UE”;
- documentare, creație, scriere, editare, și publicarea a 20 publireportaje, în minim 6 publicații online.

Impactul campaniei:

- ✓ bannere on-line - 23.640.324 vizualizări;
- ✓ promovare postări pe pagina instituțională facebook - 47.826 like-uri;
- ✓ reclame comunicare OOH - 115 panouri;
- ✓ reclame stradale - 108 panouri;
- ✓ afișaj electronic - 30 de destinații de rulare a reclamelor;
- ✓ difuzare publireportaje pentru mediul online - au fost publicate câte unul în fiecare săptămână de campanie, în câte 6 publicații online;
- ✓ difuzări spoturi radio - 1085;
- ✓ difuzări spoturi TV - 6752, din care 3382 în prime times - 6161 GI.

Așadar, conform raportului de impact și monitorizare furnizat de Prestator, difuzările TV din cadrul acestei campanii de publicitate au cumulat un număr total de 6161 GI, asigurând o audiență/vizibilitate foarte bună la nivel național.

În acest context, având în vedere indicatorii de măsurare a impactului media, putem afirma, ca o concluzie generală, că această campanie integrată a asigurat o vizibilitate ridicată a MFE, o audiență foarte bună în rândul publicului țintă și o valorizare bună a mesajului comunicat.