



## Raport de evaluare a impactului achiziției publice a serviciilor de publicitate TV pentru promovarea Programului de Cooperare Transfrontaliera Romania-Bulgaria 2007-2013

Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, cu sediul principal în București, str. Apolodor nr. 17, latura nord, sector 5, cod fiscal 26369185, telefon 0372.111.478, fax 0372.111.445 a atribuit, urmare a derulării procedurii de achiziție publică, contractul nr. 294 din 18.08.2014 de prestare de servicii pentru difuzarea unor reportaje TV pentru promovarea Programului de Cooperare Transfrontalieră Romania-Bulgaria 2007-2013 și elaborarea de rapoarte de monitorizare și de evaluare a impactului campaniei, Cod CPV: 79341400-0 Servicii de campanii de publicitate (Rev.2) și 71319000-7 Servicii de expertiză (Rev.2), către SC Agenția de Publicitate Media Center S.R.L., cu sediul în București, str. Fabricii nr.46B, cod fiscal RO16671320, telefon 021/404.2560.,fax: 021/404.2561 e-mail: [adrian.mohut@ap-mc.ro](mailto:adrian.mohut@ap-mc.ro).

Obiectivul urmărit pentru prestarea serviciilor de publicitate în media a fost acela de a informa publicul general (persoanele din mediul urban și rural cu vârsta cuprinsă între 18 și 60 de ani) din aria eligibilă a programului de Cooperare Transfrontalieră Romania-Bulgaria 2007-2013 - partea romană, despre impactul implementării programului la nivelul comunităților locale.

**Caracteristicile generale** ale serviciilor prestate au fost următoarele: difuzarea a 7 reportaje TV (aferele județelor din România din aria eligibilă a Programului, respectiv Constanța, Giurgiu, Călărași, Teleorman, Dolj, Olt și Mehedinți) timp de 5 săptămâni, pe 2 canale TV, cu caracter generalist, în intervalul 19.00-22.30, în vederea promovării media a Programului de Cooperare Transfrontalieră Romania-Bulgaria 2007-2013.

Astfel, în perioada 1 septembrie - 5 octombrie, cele 7 reportaje au fost difuzate pe TVR 1 și Național TV, în intervalul orar 19.00-21.00, conform Planului Media aprobat.

În cazul TVR1 spoturile au fost difuzate în intervalul orar 19:50-21:00.

În cazul Național TV spoturile au fost difuzate în intervalul orar 19:00-20:00.



Fiecare canal TV a difuzat câte un spot în fiecare zi.

Media de audiență a spoturilor difuzate pe cele doua canale în perioada 01 septembrie - 05 octombrie a fost de 1.2% - 134.000 de persoane din populația vizată (populația la nivel național, cu vârsta cuprinsă între 18 și 60 de ani - aproximativ 11,5 milioane de persoane).

- **TVR 1**

- ✓ TVR1 a difuzat 35 de inserții pe parcursul celor 35 de zile ale campaniei (câte un spot în fiecare zi).
- ✓ TVR1 a generat în total 58.8 TRP.
- ✓ Media de audiență a spoturilor TVR1 a fost de 1.7% - 193.000 de persoane din populația vizată (populația la nivel național, cu vârsta cuprinsă între 18 și 60 de ani).

- **Național TV**

- ✓ Național TV a difuzat 35 de inserții pe parcursul celor 35 de zile ale campaniei (câte un spot în fiecare zi).
- ✓ Național TV a generat în total 22.5 TRP.
- ✓ Media de audiență a spoturilor National TV a fost de 0.6% - 74.000 de persoane din populația vizată.

**Modalitatea de calcul** a proporției în care a fost atins obiectivul este: calcularea pe baza datelor de audiență a numărului de TRP-uri acumulate și a procentului din target care a intrat în contact cu campania media.

**Impactul preconizat** al campaniei derulate în perioada 01 Septembrie - 05 Octombrie 2014 a fost stabilit pe baza valorilor medii ale audienței estimate pentru cele 2 stații TV și capacitatea acestora de a livra puncte de audiență în intervalul solicitat prin caietul de sarcini. Astfel, impactul estimat a fost:

- de a obține cel puțin 75 de TRP (populația la nivel național, cu vârsta cuprinsă între 18 și 60 de ani). Menționăm ca 1 TRP / luna septembrie pentru target-ul propus este de 115.000 de telespectatori<sup>1</sup>.
- cel puțin 25% din target (populația la nivel național, cu vârsta cuprinsă între 18 și 60 de ani) să intre în contact cu campania media cel puțin o dată.

---

<sup>1</sup> Datele de audiență furnizate de Kantar Media (copyright ARMA – Asociația Română de Monitorizare a Audienței), prin soft InfoSys

## Impactul obținut în urma campaniei

După 35 de zile de campanie (70 de inserții publicitare pe cele doua canale TV) în perioada 01 septembrie - 05 octombrie 2014, s-au obținut:

- **81.3 TRP** (targetul vizat - populația la nivel național, cu vârsta cuprinsă între 18 și 60 de ani).
- **Media de audiență a spoturilor** difuzate pe cele doua canale în perioada 01 septembrie-05 octombrie a fost de **1.2%** - 134.000 de persoane din populația vizată (populația la nivel național, cu vârsta cuprinsă între 18 și 60 de ani).
- **29.7%** din target a intrat cel puțin o dată în contact cu campania.
- **9.2%** din target a intrat cel puțin de 3 ori în contact cu campania.

**Concluzii:** Urmare a prestării serviciilor de publicitate în media, obiectivul urmărit a fost atins în proporție de 100 %, deoarece ținta inițială de 8.625.000 de vizualizări (75x115.000 de telespectatori) a fost depășită, obținându-se un rezultat de 9.349.500 de vizualizări (81.3 TPR x115.000 de vizualizări), din care aproximativ 2,77 de milioane de telespectatori au intrat în contact cel puțin o dată cu campania, iar aproximativ 860.154 de persoane au intrat de cel puțin 3 ori în contact cu campania.

**Indicatorii de măsurare a impactului sunt:**

- TRP-urile cumulate de campania media în rândul populației vizate.
- Audiența procentuală medie (Rating %) a spoturilor difuzate în rândul populației vizate.
- Numărul de indivizi care au intrat în contact cu campania media în rândul populației vizate (1+%).

Numărul de indivizi care au intrat în contact cu campania media per total ca procent din populația vizată (N+%) și frecvența cu care au intrat în contact cu campania.

**Sursele de verificare** care au stat la baza evaluării impactului sunt: datele de audiență furnizate de Kantar Media (copyright ARMA - Asociația Română de Măsurare a Audienței).

Prezentul raport poate fi descărcat de pe site-ul Programului de Cooperare Transfrontalieră România-Bulgaria 2007-2013 <http://www.cbcrromaniabulgaria.eu/>.