

Avizat,
Andrei Țârnea, șef serviciu UPrCC

MEMORANDUM DE OPORTUNITATE

Având în vedere relațiile privilegiate și parteneriatul strategic dintre România și Franța, a fost convenită realizarea unui amplu proiect bilateral, multi-dimensional, comun de tipul Sezonul România - Franța (noiembrie 2018 - iulie 2019).

Conform OUG 16/2018 privind stabilirea măsurilor necesare pentru organizarea Sezonului cultural România – Franța 2018, Ministerul Afacerilor Externe asigură coordonarea procesului de pregătire, organizarea și desfășurarea, din partea României, a Sezonului.

La nivel bilateral, deciziile părții române și a celei franceze sunt luate în cadrul Comitetelor Mixte de Organizare (CMO), desfășurate semestrial, în conformitate cu prevederile Convenției Tehnice interguvernamentale pentru organizarea Sezonului România – Franța aprobată în mai 2017.

În conformitate cu decizia CMO I de la București din luna mai 2017, și cu aspectele discutate la CMO II, CMO III, CMO IV și CMO V reflectate în procesele verbale aferente, partea română și partea franceză au asumat desfășurarea în oglindă a activității de comunicare publică în cele două țări.

Dat fiind că principalul scop al Sezonului România-Franța este actualizarea imaginii pe care cele două țări o au una față de cealaltă, precum și importanța comunicării către publicul larg al ansamblului proiectelor din cadrul programării, a fost agreată realizarea unei campanii publice de comunicare pentru asigurarea vizibilității pe perioada desfășurării Sezonului Franței în România.

Obiectivele generale de comunicare ale Sezonului sunt:

1. Să dezvăluie marelui public și profesioniștilor realitățile culturale, artistice și economice ale fiecăreia dintre cele două țări.
2. Să prezinte și să promoveze înspre publicul român, francez și european dinamismul, imaginația, creația și contemporaneitatea fiecăreia dintre cele două țări.
3. Să reînnoiască imaginea și percepția celor două societăți una față de cealaltă, urmând și susținând firul roșu al programării Sezonului.
4. Să ofere operatorilor culturali, economici, precum și societății civile un larg spațiu de vizibilitate, un spațiu divers în care aceștia au posibilitatea de a surprinde, a convinge și a entuziasma un public variat.

În ceea ce privește publicul țintă, Sezonul România-Franța se adresează preponderent publicului tânăr cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani. Segmentarea publicului larg este următoarea:

- Marele public român, francez și european;

- Cetățenii francezi care trăiesc în România, cetățenii de origine română care trăiesc în Franța;
- Publicul interesat de evenimentele Sezoanelor încrucișate ale Institutului Francez;
- Publicul interesat de evenimentele Institutului Cultural Român în Franța și ale Institutului Francez în România;
- Profesioniștii din sectorul cultural, al cercetării, al educației, al sportului, al gastronomiei, al cinematografului, al turismului și al economiei din cele două țări;
- Partenerii Sezonului România-Franța (parteneri media și parteneri de mecenat);
- Mediul de afaceri și în special al IMM-urilor și start-up-urilor românești și franceze;
- Instituțiile politice, culturale și diplomatice din cele două țări, implicate în Sezon;
- Turiștii francezi și români, dar și turiști din alte țări, care vizitează una dintre cele două țări.

În vederea îndeplinirii scopului Sezonului România-Franța, precum și a obiectivelor de comunicare, Ministerul Afacerilor Externe va desfășura o campanie media care va cuprinde cele mai importante mijloace de comunicare în masă – televiziune, radio, panotaj, internet – pentru a asigura maximizarea numărului de persoane către care vor fi diseminate informații cu privire la acest program strategic bilateral.

Succesul campaniei va fi evaluat în funcție de numărul de persoane expuse mesajului, conform rapoartelor pe care le va furniza firma contractantă după derularea campaniei. Canalele de comunicare selectate pentru transmiterea mesajului campaniei asigură cea mai mare acoperire a publicului țintă, în perioada de timp vizată: aprilie-iulie 2019.