



Національна телекомпанія України
(Телеканал UA:Перший) / National Television Company
of Ukraine (UA:Pershyy Channel)

Рамкова програма співробітництва для
Вірменії, Азербайджану, Грузії, Республіки Молдова, України і Білорусії

Programmatic Cooperation Framework for
Armenia, Azerbaijan, Georgia, Republic of Moldova, Ukraine and Belarus



Проект «Свобода медіа в Україні» / Project Freedom of
Media in Ukraine

**Terms of reference
for creating promotional communication
campaign UA: Pershyi Public Broadcasting**

General information about the channel:

UA: Pershyi is Ukrainian state television channel covering over 97% of Ukraine's territory. The channel is a national broadcaster producing and broadcasting television programmes for all social groups. Currently the channel is being repositioned as Public Broadcasting Channel. On 7 April 2015 the President of Ukraine had signed the law on establishing a public broadcasting system in Ukraine. At the same time the channel's logo was changed. 2015 was a fruitful year in terms of creating new formats of channel's programmes coherent with a philosophy of European Public Broadcasters. New faces came to channel. First promo campaign was held in November 2015. The campaign aimed to present the Public Broadcaster and channel's new faces to its target audience. Different media, such as bill-boards and city-lights in big cities, radio stations with national coverage, Internet, social networks, press and video-monitors were used within campaign. Upon completion of campaign survey studying brand-awareness and promo-media effectiveness of campaign was held.

Aim: to create and hold a promotional communication campaign of UA: Pershyi Public Broadcasting. Primary focus should be set on public broadcasting values (balance, independence, unity, feeling proud for your country, support to the non-commercial sector, namely sports and healthy way of life) through sports, our sportsmen and victory (hereinafter – the Project).

Target audience: men and women aged 18+, watching TV.

Resources engaged: billboards and city-lights

Period: 1 month

**Технічне завдання
на розробку комунікативної рекламної
кампанії UA:Перший Суспільне Мовлення**

Загальна інформація про канал:

UA: Перший - головний державний телеканал, який забезпечує покриття 97% території України. Канал виконує функцію національного мовника шляхом вироблення та трансляції телепрограм, орієнтованих на всі соціальні верстви населення. На даний момент йде перепозиціонування каналу в канал Суспільного Мовлення. 7 квітня 2015 року Президент України підписав Закон про створення Суспільного Мовлення в Україні. Тоді ж відбулася зміна логотипу каналу. 2015 рік був плідним на створення на каналі передач нового формату, які відповідають філософії Європейських Суспільних Мовників, з'явилися нові обличчя на каналі. В листопаді 2015 року було проведено першу рекламну кампанію, ціллю якої було знайомство потенційної аудиторії з Суспільним Мовником та обличчями каналу. Було задіяно різні носії: борди та сіті лайти в великих містах, радіостанції з національним охопленням, інтернет, соцмережі, преса, відео монітори. За результатами проведення рекламної кампанії було проведено дослідження по заміру brand-awareness та ефективності використаних рекламних носіїв.

Мета: розробити та провести комунікативну рекламну кампанію UA:Перший Суспільне Мовлення. Основний акцент потрібно зробити на цінності СМ (рівновага, незалежність, об'єднання, гордість за свою країну, підтримка розвитку різних некомерційних галузей, зокрема спорту та здорового способу життя) через спорт, наших спортсменів та перемогу (надалі – Проект).

Цільова аудиторія: чоловіки та жінки, віком 18+, що дивляться ТБ.

Залучені ресурси: бігборди та сітілайти

Період: 1 місяць

Project life: June 1-30, 2016. A report should be submitted before 15 July 2016. Deadline for submitting proposals: 25 April 2016 16:00. Requirements as to resources: <i>Coverage:</i> billboards and city-lights – in 5 big Ukrainian cities: Kyiv, Kharkiv, Dnipropetrovsk, Odesa, Lviv and main highways to the recreational districts: Kyiv- Chop, Yaremche (Carpathian Mountains), Kyiv-Odesa, Kherson (Black Sea coast) <i>Placement:</i> external media – placing at side A, at crowded places where TA is gathered. <i>Requirements with regards to the resource selection process</i> A Contractor should submit package proposal including media descriptive part, information on external media (photos, place on the map) for TA, marketing metrics and recommended type of promotion. Logo of the Project “Freedom of Media in Ukraine” implemented within Programmatic Cooperation Framework has to be present on all materials produced within the communication campaign. Selection criteria: 1. Dually filled in and submitted on-time tender documents; 2. Effectiveness of proposed approaches and methods; 3. Ability to perform the project in set terms; 4. Project budget. *** The Project “Freedom of media in Ukraine”, implemented within the Council of Europe (CoE) and European Union (EU) Programmatic Cooperation Framework (PCF) is aimed to improve freedom, independence, pluralism and diversity of media in Ukraine. More information about the project: http://www.coe.int/en/web/kyiv/freedom-of-media-in-ukraine.	Терміни реалізації проекту: Реалізація в період 1 червня – 30 червня 2016 року, із наданням звіту до 15 липня 2016 року. Термін розробки пропозицій: до 25 квітня 2016 року 16:00. Вимоги до ресурсів: <i>Покриття:</i> бігборди та сітілайти – 5 великих міст: Київ, Харків, Дніпропетровськ, Одеса, Львів та основні магістральні дороги до рекреаційних зон: Київ-Чоп, Яремче (зона Карпат), Київ – Одеса, Херсон (зона морського узбережжя) <i>Місце розміщення:</i> зовнішні носії - розміщення на стороні А, розташування в місцях масового скупчення ЦА та заміські магістралі. <i>Вимоги до процесу відбору ресурсів</i> Підрядник повинен надати комплексну пропозицію, в якій повинно бути вказано описову частину медіа, по зовнішнім носіям (фото, місце розташування на карті) ЦА, маркетингові показники та рекомендований тип промоції. Лого проекту «Свобода медіа в Україні» Рамкової програми співпраці має бути розміщене на усіх матеріалах комунікативної кампанії. Критерії визначення переможців: 1. Належно заповнені та подані вчасно тендерні документи; 2. Ефективність запропонованих підходів та методів; 3. Здатність реалізувати проект у визначені терміни. 4. Бюджет проекту. *** Проект «Свобода медіа в Україні», що впроваджується в межах Рамкової програми співробітництва (РПС) Ради Європи (РЕ) та Європейського Союзу (ЄС), має на меті покращити свободу, незалежність, плюралізм та розмаїття медіа в Україні. Більше інформації про проект: http://www.coe.int/uk/web/kyiv/freedom-of-media-in-ukraine.
---	--