

| | |
|--|--|
| <p align="center">Request for Applications (RFP) No.DGE-027</p> <p align="center">Communication Campaign to Support Youth Civic Engagement</p> | <p align="center">Запит на подання заявок (ЗНП) №DGE-027</p> <p align="center">Комунікаційна кампанія з підтримки громадського залучення молоді</p> |
| <p align="center">Questions and Answers (FAQ)</p> | <p align="center">Питання та відповіді</p> |
| <p>1. 1.7. <i>Instructions for preparing a proposal</i> 2. <i>Technical proposal</i> <i>“The campaign should also support the dissemination of information to cover the Forum for Public Involvement of Youth, scheduled for November 2022.”</i></p> | <p>1. 1.7. <i>Інструкції з приготування пропозиції</i> 2. <i>Технічна пропозиція</i> <i>«Кампанія також має підтримати розповсюдження інформації з метою висвітлення Форуму громадського залучення молоді, що запланований на листопад 2022 року».</i></p> |
| <p>Question №1</p> | <p>Питання №1</p> |
| <p>In what form should the Contractor provide such support?</p> | <p>У якій формі Виконавець має здійснюватиме таку підтримку?</p> |
| <p>Answer:</p> | <p>Відповідь:</p> |
| <p>Information support on the eve of the forum and during its holding involves the use of all possible media channels (social networks together with traditional media).</p> | <p>Інформаційна підтримка на передодні форуму та під час його проведення передбачає застосування всіх можливих медійних каналів (соцмережі разом з традиційними ЗМІ).</p> |
| <p>Question №2</p> | <p>Питання №2</p> |
| <p>Is there a provision for such support from the Customer?</p> | <p>Чи передбачено виділення коштів на таку підтримку з боку Замовника?</p> |
| <p>Answer:</p> | <p>Відповідь:</p> |
| <p>The allocation of funds is provided within the general budget for the implementation of the campaign.</p> | <p>Виділення коштів передбачається в рамках загального бюджету на реалізацію кампанії.</p> |
| <p>Question №3</p> | <p>Питання №3</p> |
| <p>Should the Contractor add this activity as a separate budget item?</p> | <p>Чи слід Виконавцю додати цю діяльність окремою статтею бюджету?</p> |
| <p>Answer:</p> | <p>Відповідь:</p> |
| <p>Yes, it can added separately.</p> | <p>Так, можна додати окремо.</p> |
| | |

| | |
|--|--|
| <p>2. Section II Prerequisites, Technical specifications, Outputs and Schedule of outputs providing</p> <p>II.2. Technical specifications</p> <p>“1. To travel to Donetsk and Luhansk regions, as well as to the city of Kherson, to meet with various stakeholders and beneficiaries of the campaign and understand better the regional context”</p> | <p>2. Розділ II Передумови, Технічне завдання, Результати і Графік надання результатів</p> <p>II.2. Технічне завдання</p> <p>«1. Здійснити поїздки в Донецьку та Луганську області, а також місто Херсон, щоб зустрітися з різними зацікавленими сторонами і бенефіціарами кампанії і краще зрозуміти регіональний контекст</p> |
| <p>Question №4</p> | <p>Питання №4</p> |
| <p>Will the Customer facilitate such meetings (provide relevant contacts)?</p> | <p>Чи сприятиме Замовник проведенню таких зустрічей (надасть відповідні контакти)?</p> |
| <p>Answer:</p> | <p>Відповідь:</p> |
| <p>Yes, if necessary, the Customer can help with relevant contacts.</p> | <p>Так, за необхідністю Замовник може допомогти з відповідними контактами.</p> |
| <p>3. Section II Prerequisites, Technical specifications, Outputs and Schedule of outputs providing</p> <p>II.3. Outputs</p> <p>Output 3. Set of campaign tools development and launch</p> <p>“1. Advertising campaign on social networks: Facebook is the most popular platform in the region for reaching young people in Donetsk and Luhansk regions, as well as the city of Kherson. Instagram is a fast-growing platform with an audience of about 11 million users, most of whom are young people aged 18 to 25. TikTok is another popular platform that will allow you to promote entertainment content through influencers to reach a younger audience between the ages of 17 and 24.”</p> | <p>3. Розділ II Передумови, Технічне завдання, Результати і Графік надання результатів</p> <p>II.3. Результати</p> <p>Результат 3. Розробка та запуск набору інструментів кампанії</p> <p>«1. Рекламна кампанія в соціальних мережах: Facebook - як найпопулярніший у регіоні платформи для охоплення молоді в Донецькій і Луганській областях, а також місті Херсоні. Instagram - як динамічно зростаючій платформі з аудиторією близько 11 мільйонів користувачів, більшість з яких становить молодь віком від 18 до 25 років. TikTok - ще одна популярна платформа, яка дозволить просувати розважальний контент через інфлюенсерів, щоб охопити молодшу аудиторію віком від 17 до 24 років».</p> |
| <p>Question №5</p> | <p>Питання №5</p> |
| <p>What quantitative indicators of the advertising campaign on social networks does the Customer consider acceptable (specific figures and specific values to be achieved by the advertising campaign)?</p> <p>What should the Contractor focus on and what will he report on: coverage, number of video views or something else?</p> | <p>Які кількісні показники рекламної кампанії в соціальних мережах Замовник вважає прийнятними (конкретні цифри, і конкретні значення, яких має досягти рекламна кампанія)?</p> <p>На що має орієнтуватися Виконавець і чим звітуватиме - охопленням, кількістю переглядів відео чи ще чимось?</p> |

| | |
|--|--|
| Answer: | Відповідь: |
| Given that the main goal of the campaign is to involve young people in dynamic activities in communities or NGOs by raising awareness of the benefits of public participation, we focus on quantitative indicators of target audience coverage. Therefore, we expect reports on coverage, views, audience feedback (including comments on content). | Вважаючи на те, що головне завдання кампанії – це залучення молоді до активної діяльності в громадах або НУО шляхом підвищення обізнаності про переваги громадської участі, ми орієнтуємося на кількісні показники охоплення цільової аудиторії. Тому ми очікуємо в звітах інформацію щодо охоплення, кількість переглядів, реакцію аудиторії (включаючи коментарі до контенту). |
| 4. Section II Prerequisites, Technical specifications, Outputs and Schedule of outputs providing II.3. Outputs Output 3. Set of campaign tools development and launch “2. Development, production and broadcasting of at least 48 short videos (each lasting up to 2 minutes) in the format of social advertising to promote public involvement of young people and successful initiatives. Videos must be broadcast on approved TV and Internet channels in the target geographical area according to an agreed schedule. Videos can be in Ukrainian or Russian with Ukrainian subtitles in each video.” | 4. Розділ II Передумови, Технічне завдання, Результати і Графік надання результатів II.3. Результати Результат 3. Розробка та запуск набору інструментів кампанії «2. Розробка, виготовлення та трансляція щонайменше 48 коротких відеороликів (кожен тривалістю до 2 хв) у форматі соціальної реклами для пропагування громадського залучення молоді та успішних ініціатив. Відеоролики повинні транслюватися на схвалених теле- та Інтернет-каналах у цільовій географічній зоні згідно з погодженим графіком. Відео можуть бути українською мовою або російською мовою з українськими субтитрами у кожному відео». |
| Question №6 | Питання №6 |
| In this case, we are talking about animated or game videos? | В даному випадку мова йде про анімаційні або ігрові ролики? |
| Answer: | Відповідь: |
| The Contractor can offer different formats for videos. | Виконавець може запропонувати різні формати для роликів. |
| Question №7 | Питання №7 |
| Is the list of TV and Internet channels for placing videos provided by the Customer or will the Contractor prepare them himself? | Список теле- та Інтернет-каналів для розміщення роликів надає Замовник чи Виконавець готуватиме їх самостійно? |
| Answer: | Відповідь: |
| The Contractor will prepare them himself. | Виконавець готуватиме самостійно. |
| Question №8 | Питання №8 |
| Should the full (2 min) or abbreviated version of the videos be broadcast on TV? If abbreviated, is it necessary to make its production in the budget? | На телебаченні має транслюватися повна (2 хв) версія роликів чи скорочена? Якщо скорочена – чи потрібно вносити її виготовлення до бюджету? |
| Answer: | Відповідь: |
| Depending on what will be the arrangements with the channels. The abbreviated version can be added separately to the budget. | Залежно від того які будуть домовленості з каналами. Скорочену версію можна додати окремо до бюджету. |

| | |
|--|--|
| | |
| Question №9 | Питання №9 |
| Should all 48 videos be broadcast on TV and Internet channels? | На телебаченні і Інтернет-каналах мають транслюватися всі 48 відеороликів? |
| Answer: | Відповідь: |
| Online - yes. On television - depending on the possibilities. | Онлайн- так. На телебаченні – залежно від можливостей |
| | |
| Question №10 | Питання №10 |
| Since the placement is “in the format of social advertising” the budget is not provided for this? | Оскільки розміщення відбувається «у форматі соціальної реклами» бюджету для цього не передбачено? |
| Answer: | Відповідь: |
| The budget can be for SMM or for distribution on TV channels within reasonable limits. In this case, the Customer will check the declared costs. | Бюджет може бути для SMM або на розповсюдження на телеканалах в розумних межах. В данному випадку Замовник буде перевіряти заявлені витрати. |
| | |
| Question №11 | Питання №11 |
| How do the Customer see the quantitative indicators of broadcasting? | Якими Замовник бачить кількісні показники трансляції? |
| Answer: | Відповідь: |
| When it comes to TV, it is the number of broadcasts. | Якщо мова про ТБ, то кількість ефірів. |
| | |
| Question №12 | Питання №12 |
| Is the status of “social advertising” of videos and reaching an agreement on their placement on a particular TV channel is the “area of responsibility” of the Contractor or the Customer and the Contractor will solve these tasks together? | Отримання роликами статусу «соціальної реклами» і досягнення домовленості про їх розміщення на конкретному телеканалі є «зоною відповідальності» Виконавця чи Замовник і Виконавець вирішуватимуть ці завдання спільно? |
| Answer: | Відповідь: |
| It's the “area of responsibility” of the Contractor. But the Contractor must inform the Customer about the choice of channels. | Виконавця. Але Виконавець має проінформувати Замовника про вибір каналів. |
| | |
| Question №13 | Питання №13 |
| Should only the tender participant or its contractors/subcontractors register in SAM system? | Чи має зареєструватися у системі SAM тільки учасник тендеру, чи і його підрядники/субпідрядники також? |
| Answer: | Відповідь: |
| Only tender participant. | Тільки учасник тендеру. |
| | |
| Question №14 | Питання №14 |

| | |
|--|---|
| How long should the communication campaign last: 6 months, 12 months? | Який період у часі має тривати комунікаційна кампанія 6 міс, 12 місяців? |
| Answer: | Відповідь: |
| The Contractor can offer activities for a period of 6 to 12 months. | Виконавець може пропонувати активності на період від 6 до 12 місяців. |
| Question №15 | Питання №15 |
| Should the proposal cover Donetsk and Luhansk regions, the city of Kherson? Is it possible to submit your proposal for a communication campaign to support public involvement of young people only in Kherson? | Пропозиція має охоплювати Донецьку і Луганську область, місто Херсон? Чи можна подати свою пропозицію на проведення комунікаційної Кампанії з підтримки громадського залучення молоді лише у м.Херсон? |
| Answer: | Відповідь: |
| The campaign must cover all of the specified regions. | Кампанія має охоплювати всі вказані регіони. |
| Question №16 | Питання №16 |
| Can a Limited Liability Company registered in Ukraine submit its proposals? Does the applicant need a DUNS code and a CCR (NCAGE) code? | Чи може Товариство з обмеженою відповідальністю зареєстроване в Україні подавати свої пропозиції? Чи потрібен заявнику код DUNS та код CCR (NCAGE)? |
| Answer: | Відповідь: |
| It can. Code required. | Може. Код потрібен. |
| Question №17 | Питання №17 |
| Can COs (community organizations) submit proposals? If so, what time should elapse from the moment of registration of such an CO? | Чи може подавати пропозиції ГО? Якщо так, який час з моменту реєстрації такої ГО має пройти? |
| Answer: | Відповідь: |
| If the CO has experience in conducting information media campaigns. | Якщо ГО має досвід проведення інформаційних медіа-кампаній. |
| Question №18 | Питання №18 |
| The communication plan provides only for information activities (various publications in the media and social networks); is it possible to offer other activities (organization of various events, activities, competitions, etc.)? | Комунікаційний план передбачає лише інформаційну діяльність (різноманітні публікації в ЗМІ і соціальних мережах), чи можна пропонувати інші види діяльності (організація різноманітних заходів, активностей, конкурсів, тощо)? |
| Answer: | Відповідь: |
| Only the media component. | Лише медійна складова. |
| Question №19 | Питання №19 |
| Opportunities for re-granting for representatives of target groups, and its size? | Можливості для ре-грантінгу для представників цільових груп, і його розміри? |
| Answer: | Відповідь: |

Opportunities for re-granting within the specified activity are not provided.

Можливостей для ре-грантіну в рамках вказаної активності не передбачається.