



UNITATEA DE IMPLEMENTARE A PROIECTULUI
ÎMBUNĂTĂȚIREA MANAGEMENTULUI RISCURILOR LA DEZASTRE

NOTIFICARE PRIVIND ACORDARE CONTRACT

”Serviciu de consultanță– realizare studiu sociologic privind identificarea modului de conștientizare și schimbare a comportamentului publicului general referitor la prevenirea și pregătirea pentru producerea unor dezastre naturale”

Referință:RO-GIES-222962-CS-CQS

Numele Consultanților care au depus Expresii de Interes

Nr.	Nr. de înregistrare a Expresiei de interes Data//locul	Denumirea entității semnatare	Obs.
1	111377/16.04.2021 marcela.vladareanu.uip@igsu.ro , simona.salaci.uip@igsu.ro	Metro Media Transilvania SRL	N/A
2	111378/19.04.2021 marcela.vladareanu.uip@igsu.ro , simona.salaci.uip@igsu.ro	Asocierea Civitta Strategy & Consulting SA și AB Research Group SRL	N/A
3	111384/19.04.2021 marcela.vladareanu.uip@igsu.ro , simona.salaci.uip@igsu.ro	Asocierea Centrul Urban și Regional de Sociologie (CURS) și Grupul de Studii Socio-Comportamentale Avangarde	N/A
4	111385/19.04.2021 marcela.vladareanu.uip@igsu.ro , simona.salaci.uip@igsu.ro	Institutul Român pentru Evaluare și Strategie SRL (IRES)	N/A

Punctaj acordat Consultanților care au depus Expresii de Interes

Nr.	Nume firmă	Punctaj-medie aritmetică (pt) obținut (maxim 100pt)
1.	Institutul Român pentru Evaluare și Strategie SRL (IRES)	97,50
2.	Asocierea Civitta Strategy & Consulting SA și AB Research Group SRL	88,63
3.	Asocierea Centrul Urban și Regional de Sociologie (CURS) și Grupul de Studii Socio-Comportamentale Avangarde	84,50
4.	Metro Media Transilvania SRL	82,50

Procedură de selecție, numele Consultantului prim-clasat, valoarea contractului, durata și obiectul contractului

Procedură de selecție: Selecție în baza calificării consultanților (CQS)

Nume Consultant: Institutul Român pentru Evaluare și Strategie SRL (IRES), cu sediul social în str. Calea Turzii nr.150, Cluj-Napoca, județul Cluj, cod fiscal 26101785

Valoarea contractului: 338.046,50 lei

Durată: 9 luni calendaristice

Obiectul contractului: Obiectivul general al Serviciilor de consultanțe dat de configurarea unui concept privind înțelegerea factorilor psihologici, sociali și culturali majori care sunt relevanți pentru a determina implementarea campaniei naționale de informare publică (CN) prin care se vor putea declanșa/genera schimbări comportamentale în rândul populației, pe scară largă, cu privire la dezastrele naturale.

- (1) **Obiectiv specific 1:** Înțelegerea aspectelor psihologice, sociale și culturale pertinente/utile pentru crearea de conținut în timpul CN. Pe baza acestui studiu, crearea de conținut al CN va fi dezvoltată cu sprijin din partea experților, luând în considerare nevoile în materie de oportunitate/motivație/capacitate ale publicului-țintă.
- (2) **Obiectiv specific 2:** Înțelegerea aspectelor/factorilor de ordin psihologic, social și cultural, pertinente pentru modul în care poate fi prezentat conținutul/diseminarea CN pentru a genera schimbări comportamentale mai puternice.
- (3) **Obiectiv specific 3:** Înțelegerea aspectelor psihologice, sociale și culturale relevante pentru diseminarea cât mai eficientă a conținutului. Diseminarea va fi planificată pe baza celor mai bune practici și a informațiilor despre variabile specifice.