



Nr. inregistrare: 107/12.09.2018

SPECIFICAȚII TEHNICE/CAIET DE SARCINI

Prin prezenta Documentatie de Atribuire, SC OK SERVICE CORPORATION SRL, în calitate de Lider în cadrul proiectului „Formare, Adaptare, Inovare pentru Resurse Umane Competitive”, cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman, invită operatorii economici interesati să depună oferte pentru achiziția de „Servicii de realizare campanie radio/TV”, cod CPV 79341400-0 - Servicii de campanii de publicitate și 92221000-6 - Servicii de producție de televiziune, în conformitate cu cerințele incluse în prezentul document.

Obiectivul general al proiectului îl reprezintă realizarea unui set de masuri de constientizare, formare si sprijin pentru 502 persoane si 46 de IMM, pe durata a 12 luni, în vederea creșterii nr. de angajați din regiunile Sud Vest Oltenia, Sud Muntenia, Centru și Sud Est, care beneficiază de instrumente, metode, practici, standarde de management al resurselor umane și de condiții de lucru îmbunătățite, adaptate la dinamica sectoarelor economice cu potențial competitiv conform SNC și în corelare cu domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI.

Obiectul contractului îl reprezintă achiziția de servicii de realizare campanie radio/TV în cadrul proiectului, servicii care vor consta în:

- Realizare concept creativ campanie
- Realizare și producție spot radio
- Realizare și producție spot TV
- Închiriere de spațiu publicitar pentru difuzare spot radio și spot TV
- Monitorizare campanie radio și TV .

Toate activitățile descrise în prezenta secțiune urmează a fi realizate până la data de 30.04.2019. Toate cerințele sunt minimale și obligatorii. În cazul în care caracteristicile minime obligatorii nu sunt îndeplinite de ofertă, aceasta este descalificată.



SECȚIUNEA I – SPECIFICAȚII TEHNICE

A. Specificații tehnice pentru realizare concept creativ:

Furnizorul va include în oferta tehnică 2 concepte creative de campanie de promovare a proiectului, ce vor fi adaptate ulterior pentru toate mediile de difuzare. Conceptele creative vor include propuneri de slogan pentru campanie și vor respecta cerințele Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumente Structurale 2014-2020 - http://www.fonduri-ue.ro/images/files/transparenta/comunicare/2018/MIV_29_ianuarie2018_SGuv.pdf.

A.1. Specificații tehnice spot radio

Se va propune și realiza un spot radio de minim 30 de secunde pentru difuzare radio, în limba română, presupunând: elaborare script (două propuneri de script, din care se va alege una împreună cu Achizitorul), întâlnire de preproducție (PPM), înregistrarea vocilor (vocile vor fi propuse de ofertant), post producție – sincronizarea dialogurilor, integrarea efectelor de sunet, transferul online, transferul drepturilor de autor.

- Ofertantul va prezenta două concepte creative (scenarii) pentru realizarea spotului radio.
- Spotul radio va avea conținut în concordanță cu obiectivul proiectului/ campaniei.
- Va fi furnizată coloana sonoră, împreună cu drepturile de utilizare aferente.
- Va respecta cerințele Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumente Structurale 2014-2020.
- Va fi realizat în format de difuzare radio.
- Furnizorul va fi responsabil cu transmiterea spoturilor agreate cu Achizitorul către stațiile radio propuse în oferta tehnică.
- Participanții la licitație au obligația să includă în oferta tehnică un portofoliu care va cuprinde prezentarea a cel puțin două spoturi radio, realizate anterior de ofertant, pe suport CD.

A.2. Specificații tehnice spot TV

Se va propune și realiza un spot TV de minim 30 de secunde pentru difuzare TV, în limba română, presupunând: elaborare scenariu (două propuneri de scenariu, din care se va alege



una împreună cu Achizitorul), întâlnire de preproducție (PPM), filmare, post producție, integrarea sunetului, transferul online, transferul drepturilor de autor.

Ofertantul va acoperi toate costurile legate de pre-producție, prospecție și post-producție (incluzând costuri de casting și remunerația actorilor), în funcție de scenariul ales.

- Ofertantul va prezenta două concepte creative (scenarii) pentru realizarea spotului TV
- Spotul TV va avea conținut în concordanță cu obiectivul proiectului/ campaniei.
- Va fi furnizată coloana sonoră, împreună cu drepturile de utilizare aferente
- Va respecta cerințele Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumente Structurale 2014-2020.
- Va fi realizat în format de difuzare TV
- Furnizorul va fi responsabil cu transmiterea spoturilor agreeate cu Achizitorul către stațiile TV propuse în oferta tehnică.
- Participanții la licitație au obligația să includă în oferta tehnică un portofoliu care va cuprinde prezentarea a cel puțin două spoturi TV, realizate anterior de ofertant, pe suport CD.

B. Închiriere de spațiu publicitar

Se va asigura achiziția spațiului media necesar difuzării materialelor publicitare, conform media planului propus de operatorul economic și aprobat de Achizitor.

Ofertantul va avea în vedere includerea a următoarelor canale media în oferta sa: radio și TV.

Fiecare canal media propus va fi însoțit de date concrete privind:

- eficiența utilizării aceluși canal;
- afinitatea publicului țintă față de canalul respectiv;
- gradul de acoperire și specificul audiențelor.

C. Media plan

Se va elabora un Media Plan astfel încât să asigure difuzarea spoturilor pe posturi radio și TV cu acoperire regională, în cele 4 regiuni de proiect – Centru, Sud-Est, Sud Muntenia, Sud-Vest Oltenia.

Calendarul livrărilor spațiilor de difuzare pe fiecare dintre tipurile de canale media solicitate se va face conform termenelor garantate prin propunerea tehnică și agreeate de către Achizitor.



Orice modificare apărută în planul media propus, ulterior semnării contractului de prestări servicii va fi aprobată cu Achizitorul. Rezultatele finale conform media planului propus nu vor fi afectate de eventuale modificări (ex: număr de difuzări, acoperire etc.).

C.1. Difuzare spot radio:

Ofertantul va propune minim 2 rețele cu acoperire în regiunile vizate prin campanie: Centru, Sud-Est, Sud-Muntenia și Sud-Vest Oltenia, care se adresează cu preponderență publicului din mediul urban.

- Rețelele propuse vor avea minim 50.000 de ascultatori / zi (daily reach)
- Vor fi furnizate minim 100 de difuzări pe fiecare rețea
- Operatorul economic va include în propunerea tehnică o justificare detaliată a alegerii rețelelor radio respective.
- Pe aceste rețele ofertantul va asigura spațiul de difuzare după cum urmează:
 - minim 200 de difuzări în cadrul campaniei de promovare, timp de maxim două luni în total, în zilele de luni-vineri, de minim 3 ori/zi;
 - cel puțin 60% dintre difuzări se vor face în intervalul orar 7.00 – 10.00 și 17.00 – 19.00 (prime time).

C.2. Difuzare spot TV

Ofertantul va propune minim 2 rețele cu acoperire în regiunile vizate prin campanie: Centru, Sud-Est, Sud-Muntenia și Sud-Vest Oltenia, care se adresează cu preponderență publicului din mediul urban.

- Rețelele propuse vor avea acoperire pe cele mai mari centre urbane din regiunile incluse în proiect, conform studiului de audiențe ARMA sau echivalent, TG 25+, Urban, grad Esomar A și B. Ofertantul va extrage din softul de măsurare a audiențelor universul și eșantionul acestui target la data de 31.08.2018.
- Vor fi furnizate minim 100 de difuzări pe fiecare rețea
- Operatorul economic va include în propunerea tehnică o justificare detaliată a alegerii rețelelor TV respective.
- Pe aceste rețele ofertantul va asigura spațiul de difuzare după cum urmează:
 - minim 200 de difuzări în cadrul campaniei de promovare, timp de două luni în total, în zilele de luni-vineri, de minim 3 ori/zi;
 - cel puțin 50% dintre difuzări se vor face în intervalul orar 18.00-24.00 (prime time).

Pentru negocierea condițiilor, Ofertantul va fi mandatat la cerere de către Achizitor.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Condițiile de achiziționare a spațiului pentru fiecare rețea TV vor fi evidențiate separat în propunerea tehnică și vor include: denumirea rețelei TV, detalii despre regiunile acoperite prin emisia rețelei, modul de cumpărare, prețul pe unitate, bugetul total comis.

Planul media propus va include o justificare detaliată a modului în care va fi realizată acoperirea generată pe toată durata campaniei. Ofertantul va face o evaluare a acoperirii în 1+ generate de planul media propus, în regiunile de proiect amintite mai sus, folosind datele de monitorizare din luna august 2018.

D. Conceptul creativ pentru spoturile radio și cele TV, precum și difuzările solicitate în prezentul caiet de sarcini vor fi puse la dispoziție de către ofertanți.

- Difuzare spoturi radio regionale (Radio) - 200 difuzări;
 - o Cantitate solicitata: minim 200 de difuzări.
 - o Livrare: la sediul achizitorului, conform calendarului de activități.

- Difuzare spot TV regional (Stații TV) – 200 difuzări;
 - o Cantitate solicitată: minim 200 de difuzări.
 - o Livrare: la sediul achizitorului, conform calendarului de activități.

Calitatea propusă de ofertant pentru realizarea producției și a difuzării de mai sus va fi luată în calcul la determinarea punctajului tehnic acordat ofertantului.

D.1. Producție spot radio

Ofertantul va prezenta două concepte creative diferite (scenarii) pentru realizarea spotului radio, iar mesajele cheie de care va ține cont sunt următoarele:

- Proiectul vine cu o serie de măsuri concrete de sprijinire a antreprenorilor din regiunile incluse în proiect, pentru ca aceștia să rămână competitivi pe piața muncii
- În condițiile în care piața muncii din România este una dinamică, legislația muncii este și ea una în permanență schimbare, este necesar ca antreprenorii să fie la zi cu toate aceste modificări, pentru a-și putea dezvolta afacerile
- Egalitatea de șanse în câmpul muncii, precum și dezvoltarea durabilă a afacerii sunt puncte cheie de urmărit prin proiect
- Antreprenorii din cele 4 regiuni de proiect pot participa la 37 sesiuni de cursuri - pentru dezvoltarea competenței antreprenoriale, manager inovare, management strategic, management financiar, fiscalitate, eficiență economică și controlul de gestiune,



managementul performanței, analiza poziției și a performanței, management și leadership, comunicare și negociere, manager resurse umane, planuri de învățare și dezvoltare în carieră, politici și legislație resurse umane, politici de recrutare și motivare a angajaților. Proiectul include și un curs de Mini MBA pentru trei grupe de cursanți selectați din rândul antreprenorilor și managerilor din regiunile sus-menționate.

- Proiectul se implementează în regiunile Centru, Sud-Est, Sud-Muntenia și Sud-Vest Oltenia.
- Importanța sprijinului financiar acordat de Uniunea Europeană pentru realizarea acestui proiect FONDUL SOCIAL EUROPEAN prin “Programul Operational Capital Uman”.

Cantitate solicitată: Producție 1 spot audio, de specificat durata de producție a spotului (zile).

Livrare: la sediul achizitorului, conform calendarului de activități.

D.2. Producție spot audio-video - 1 spot video

Ofertantul va prezenta 2 scenarii diferite pentru realizarea spotului TV, iar mesajele cheie de care va ține cont sunt următoarele:

- Proiectul vine cu o serie de măsuri concrete de sprijinire a antreprenorilor din regiunile incluse în proiect, pentru ca aceștia să rămână competitivi pe piața muncii
- În condițiile în care piața muncii din România este una dinamică, legislația muncii este și ea una în permanență schimbare, este necesar ca antreprenorii să fie la zi cu toate aceste modificări, pentru a-și putea dezvolta afacerile
- Egalitatea de șanse în câmpul muncii, precum și dezvoltarea durabilă a afacerii sunt puncte cheie de urmărit prin proiect
- Antreprenorii din cele 4 regiuni de proiect pot participa la 37 sesiuni de cursuri - pentru dezvoltarea competenței antreprenoriale, manager inovare, management strategic, management financiar, fiscalitate, eficiență economică și controlul de gestiune, managementul performanței, analiza poziției și a performanței, management și leadership, comunicare și negociere, manager resurse umane, planuri de învățare și dezvoltare în carieră, politici și legislație resurse umane, politici de recrutare și motivare a angajaților. Proiectul include și un curs de Mini MBA pentru trei grupe de cursanți selectați din rândul antreprenorilor și managerilor din regiunile sus-menționate.
- Proiectul se implementează în regiunile Centru, Sud-Est, Sud-Muntenia și Sud-Vest Oltenia.
- Importanța sprijinului financiar acordat de Uniunea Europeană pentru realizarea acestui proiect FONDUL SOCIAL EUROPEAN prin “Programul Operational Capital Uman”.

Cantitate solicitată: Producție 1 spot TV, de specificat durata de producție a spotului (zile).

Livrare: la sediul achizitorului, conform calendarului de activități.



E. Alte cerinte

1. Prioritizarea activităților și graficul de realizare a acestora se va realiza împreună și cu acordul Achizitorului și se va concretiza în Planul de execuție ce va fi agreat și semnat de ambele părți în prima întâlnire de după semnarea contractului.
2. Orice rezultate sau drepturi legate de materialele realizate, inclusiv drepturi de autor și/sau orice alte drepturi de proprietate intelectuală și/sau industrială, obținute în executarea sau ca urmare a executării serviciilor ce fac obiectul prezentului Caiet de sarcini vor fi proprietatea Achizitorului, care le poate utiliza, publica sau transfera după cum consideră necesar, fără nici un fel de limitare geografică sau de altă natură.
3. Layout-ul tuturor materialelor realizate va respecta toate prevederile Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumente Structurale 2014-2020.
4. Vor fi realizate minim 2 variante de concept creativ. Conceptul creativ va fi integrat și va cumula grafica/scenariul pentru spot radio și TV.
5. Toate materialele ce vor fi realizate după semnarea contractului vor primi bun de tipar/ execuție/difuzare de la Achizitor, în urma avizului primit de la Autoritatea de management.

F. Monitorizare

Furnizorul va asigura realizarea activității de monitorizare a materialelor publicitare difuzate pe canalele media propuse în media plan, astfel:

1. Raportul de monitorizare radio va conține cel puțin următoarele informații:
 - a. Perioada în care s-a realizat difuzarea;
 - b. Postul pe care pe care s-a realizat difuzarea;
 - c. Numărul de difuzări
 - d. Estimare a numărului de ascultători/ persoane atinse, ce aparțin publicului țintă al campaniei.
2. Raportul de monitorizare TV va conține cel puțin următoarele informații:
 - a. Perioada în care s-a realizat difuzarea;
 - b. Postul pe care pe care s-a realizat difuzarea;
 - c. Numărul de difuzări
 - d. Estimare a numărului de ascultători/ persoane atinse, ce aparțin publicului țintă al campaniei.



G. Raportare:

Prestatorul trebuie să trimită Achizitorului un raport de activitate privind modul cum au fost realizate și difuzate materialele.

Raportul de difuzare va fi însoțit de mediaplanul și centralizatorul de prețuri pentru luna precedentă, din care vor rezulta: număr de difuzari, perioada de difuzare, contravaloarea prestațiilor precizate în anexa formularului de ofertă.

Raportul de activitate va conține informații generale asupra livrării și difuzării campaniei, conform cu mediaplanul. De asemenea, prestatorul va întocmi un proces-verbal de recepție a serviciilor pentru fiecare factură emisă de către Operatorul economic. Documentele raportate trebuie aprobate de achizitor.

a. Cerințe pentru raportare

Operatorul economic este responsabil de elaborarea și transmiterea următoarelor rapoarte către beneficiar:

a1. Raportul lunar al activităților

Beneficiarul (în acest caz, OK Service Corporation) poate solicita operatorului economic completarea unui document standard (nu mai mare de 5 pagini) prin care să prezinte evoluția lunară a activităților și întârzierile, dacă acestea sunt semnificative.

a2. Raportul final

La sfârșitul proiectului operatorul economic trebuie să transmită beneficiarului, în termen de 15 zile de la sfârșitul contractului, Raportul final. Acest raport va fi însoțit de studii care să demonstreze atingerea obiectivelor.

Beneficiarul îl va analiza și dacă va avea observații, Operatorul economic va reface raportul și va transmite ultima versiune a acestuia pentru aprobarea beneficiarului în termen de 10 zile de la primirea observațiilor de la beneficiar.

Raportul final trebuie să cuprindă detalii tehnice, administrative și financiare referitoare la proiectul implementat, precum și o evaluare a obiectivelor propuse și a rezultatelor obținute. De asemenea, raportul va cuprinde o secțiune narativă de introducere și o secțiune financiară despre cheltuielile efectuate de operatorul economic.

Raportul final trebuie să fie însoțit de factura finală, raportul financiar și raportul de verificare a cheltuielilor.

a3. Note explicative

Pe toată perioada de implementare a proiectului, beneficiarul poate solicita, în scris, operatorului economic, elaborarea unor note explicative axate pe anumite teme, cum ar fi: activitatea unui expert, evoluția implementării unei singure componente, etc.

Toate rapoartele elaborate de către operatorul economic vor fi redactate în limba română.



Operatorul economic va asigura traducerea acestor documente doar în cazuri excepționale solicitate de către beneficiar.

Operatorul economic va avea obligația prezentării acestor note explicative în maximum 5 zile de la data solicitării de către beneficiar.

b. Transmiterea și aprobarea rapoartelor periodice

Toate rapoartele elaborate de operatorul economic trebuie să fie în concordanță cu standardele Uniunii Europene.

Două copii ale raportului final (pe suport de hârtie și electronic) vor fi transmise beneficiarului pentru a le aproba oficial.

Rapoartele vor fi transmise în atenția beneficiarului, SC OK Service Corporation SRL.

Rapoartele produse pe perioada implementării proiectului (raportul lunar și cel final) vor constitui baza legală pentru efectuarea plăților aferente contractului.

H. Metodologia de lucru pe durata derulării contractului:

După semnarea contractului operatorul economic va propune Beneficiarului perioada de timp în care să fie realizate și difuzare materialele, respectând termenul propus prin oferta tehnică.

Beneficiarul va transmite confirmarea sa cu privire la recepția mesajului și va indica perioada exactă la care vor fi difuzate materialele.

I. Entitățile responsabile pentru managementul contractului

SC OK Service Corporation SRL va fi responsabil pentru toate aspectele procedurale legate de procesul de atribuire și management financiar.

Prestatorul va realiza serviciile descrise în prezentul caiet de sarcini, asigurând un standard de calitate cât mai ridicat.

J. Sprijin ce va fi furnizat de Achizitor

SC OK Service Corporation SRL va furniza toate informațiile și va coopera cu Prestatorul în vederea obținerii celor mai bune rezultate. De asemenea, va furniza neoneros toate informațiile disponibile necesare contractului.

K. Condiții de plată

Plata se va face pe bază de facturi, însoțite de Procese verbale de recepție și rapoarte de activitate.

Plata se va efectua numai pentru serviciile prestate. Prețul propus în propunerea financiară este ferm în lei, nu poate fi ajustat ulterior și va fi valabil până la realizarea integrală a contractului.



Prețul contractului de achiziție nu se actualizează/modifică în funcție de valoarea cursului euro.
Prestatorul va asigura transmiterea facturilor, documentelor de monitorizare și a postbuy-ului către Achizitor, la sfârșitul fiecărei luni aferente media planului aprobat.



SECȚIUNEA II - MODUL DE PREZENTARE A OFERTELOR

La depunerea ofertelor, ofertanții trebuie să respecte toate instrucțiunile, formularele, cerințele din Specificațiile tehnice, clauzele contractuale și specificațiile conținute în această documentație pentru ofertanți.

Transmiterea unei oferte care nu conține toate informațiile și documentele cerute, până la termenul limită de depunere a ofertelor specificat, va duce la descalificarea ofertei.

Anexele și formularele prevăzute în cadrul documentației de atribuire trebuie completate în mod corespunzător. Formularele, declarațiile și certificatele prevăzute trebuie semnate (nume, prenume, semnătura) și ștampilate, în original, dacă nu se specifică altfel, de persoanele sau instituțiile autorizate.

Prin depunerea unei oferte, ofertantul acceptă în prealabil condițiile generale și particulare care guvernează acest contract ca singura bază a acestei proceduri de atribuire, indiferent care sunt condițiile proprii de vânzare ale ofertantului. Nedepunerea în termenul prevăzut a unei oferte care să conțină toate informațiile cerute va duce la respingerea acesteia.

Nota:

- 1. Prezentele Specificații tehnice fac parte integrantă din documentația pentru elaborarea și prezentarea ofertei și constituie ansamblul cerințelor pe baza cărora se elaborează de către fiecare ofertant propunerea tehnică și financiară.**
- 2. Toate cerințele din prezentul Caiet de Sarcini sunt minimale și obligatorii. Dacă nu sunt îndeplinite caracteristicile minime obligatorii, oferta este respinsă fiind considerată neconformă.**
- 3. Nu se accepta depunerea de oferte pentru realizarea parțială a contractului ce urmează a fi atribuit.**

Drepturi de proprietate intelectuală

Câștigătorul procedurii de achiziție (Prestatorul) va cesiona în întregime către Achizitor drepturile patrimoniale asupra creației și producției publicitare și, în special, drepturile de utilizare sau exploatare prin orice mijloc sau procedeu existent la data intrării în vigoare a contractului.

Cesiunea drepturilor patrimoniale de autor de la Prestator către Achizitor are caracter exclusiv.

Operatorii economici participanți trebuie să prezinte o declarație, prin care să dovedească faptul că la elaborarea ofertei, au ținut cont de obligațiile referitoare la condițiile de muncă și protecția muncii, care sunt la nivel național, precum și că le va respecta pe parcursul îndeplinirii contractului. Documentul se va prezenta în original semnat și ștampilat. Informații detaliate privind reglementările care sunt în vigoare la nivel național și se referă la condițiile de muncă și protecția muncii, securității



și sănătății în muncă, se pot obține de la Inspekția Muncii sau de pe site-ul: <http://www.inspectmun.ro/Legislatie/legislatie.html>

NOTĂ: Cerințele detaliate anterior reprezintă cerințe minime pentru ca oferta să fie considerată conformă. Neconformitatea cu cerințele minime va atrage descalificarea ofertei tehnice ca fiind neconformă.

Perioada previzionată de Achizitor pentru desfășurarea serviciilor este de **7 luni** de zile, în perioada Octombrie 2018 – Aprilie 2019, dar nu mai tarziu de 30 aprilie 2019, fără posibilitatea de decalare (prelungire) a activităților de prestare a serviciilor.

Recepția și verificarea serviciului se va realiza prin întocmirea unui raport de difuzare, semnat de către prestator (oferant) și reprezentantul Achizitorului.

In mod obligatoriu ofertele vor fi elaborate astfel incat sa contina urmatoarele sectiuni:

I. Documente de calificare

A. Oferantul NU trebuie sa aiba datorii la bugetul general consolidat sau la bugetele locale.

Modalitatea prin care poate fi demonstrata indeplinirea cerintei: se vor prezenta:

- Certificate de atestare fiscala privind indeplinirea obligatiilor de plata a impozitelor, taxelor si contributiilor de asigurari sociale catre bugetele componente ale bugetului general consolidat, la momentul prezentarii acestora.

B. Oferantii, tertii sustinatori si subcontractantii NU trebuie sa se regaseasca in situatiile prevăzute la art. 14 si 15 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 66/2011 privind prevenirea, constatarea și sancționarea neregulilor apărute în obținerea și utilizarea fondurilor europene și/sau a fondurilor publice naționale aferente acestora, cu modificările și completările ulterioare.

Modalitatea prin care se va demonstrata indeplinirea cerintei: ofertantul va prezenta declaratia pe propria raspundere in conformitate cu formularul anexat (Formular 2).

Persoanele care vor face obiectul declarației din partea Beneficiarului sunt: Jeana Mariana Bocioacă, Florin Bocioacă, Bogdan Lăzărescu.

C. Beneficiarul consideră că pentru îndeplinirea obligațiilor din contractul ce urmează a fi implementat, ofertantii trebuie sa faca dovada prestarii unei anumite experiențe similare in ultimii 3 ani.



În consecință, pentru a putea participa la această procedură competitivă, ofertanții trebuie să dovedească îndeplinirea următoarei cerințe/criteriu de calificare:

Cerința (1): Ofertantul trebuie să fi prestat servicii similare (publicitate - campanie radio/ TV) în ultimii 3 ani în valoare cumulată de cel puțin 700.000,00 lei exclusiv TVA la nivelul a maxim 3 contracte.

Modalitatea de îndeplinire: Pentru dovedirea îndeplinirii acestei cerințe, ofertantul va prezenta obligatoriu procesul-verbal de recepție a serviciilor și/sau alte documente din care să reiasă cel puțin următoarele informații: beneficiarul, durata prestării și valoarea contractului.

Nota:

(1) Prin servicii similare de campanie radio / TV se înțeleg servicii care au implicat cel puțin prestarea următoarelor activități:

- i. Realizarea / producția spot radio și TV;
- ii. Difuzarea de spoturi radio și/sau spot TV;
- iii. Monitorizarea unei campanii radio / TV.

(2) Ultimii 3 ani se raportează la termenul limită de depunere a ofertelor.

II. **Modul de prezentare a propunerii tehnice:**

Ofertele prezentate vor conține obligatoriu informații detaliate pentru următoarele servicii solicitate:

- ✓ Elaborarea mesajului: Mesajul campaniei va fi pozitiv, scurt, clar și ușor de reținut, adaptat grupului țintă. Acesta va fi elaborat în limba română.
- ✓ Spot TV: Servicii de creație și producție a spotului audio-video, TV de minim 30 secunde, pe DVD și urcat pe FTP. Se solicită ca fiecare concept de creație să fie însoțit de storyboard.
- ✓ Radio: Servicii de creație și producție a unui spot radio de minimum 30 secunde, care va fi realizat în limba română.

Obligatoriu vor fi prezentate detaliat informații clare și argumentate (ușor verificabile) despre:

- ✓ rețelele/posturile radio și TV oferite în cadrul Media Plan – ului propus pentru difuzarea spoturilor; descrierea va include cel puțin informații despre:
 - acoperirea în regiunile vizate prin campanie: Centru, Sud-Est, Sud-Muntenia și Sud-Vest Oltenia;
 - dacă se adresează cu preponderență publicului din mediul urban;



- dacă sunt monitorizate de o entitate neutră și certificată de măsurare a audiențelor (de exemplu: ARA - Asociația pentru Radio Audiența pentru audiența radio sau ARMA – Asociația Română pentru Măsurarea Audiențelor pentru audiențe TV)
 - eficiența utilizării aceluși canal;
 - afinitatea publicului țintă față de canalul respectiv;
 - gradul de acoperire și specificul audiențelor.
- ✓ numărul suplimentar de difuzări oferite pentru spoturile radio, față de cele minim 200 de difuzări impuse, precum și numărul total de difuzări spoturi radio oferite;
 - ✓ numărul suplimentar de difuzări oferite pentru spoturile TV, față de cele minim 200 de difuzări impuse, precum și numărul total de difuzări spoturi TV oferite;
 - ✓ numărul suplimentar de difuzări oferite pentru spoturile radio difuzate în intervalul orar 7.00 – 10.00 și 17.00 – 19.00 („prime time”), față de cele minim 120 de difuzări impuse, precum și numărul total de difuzări radio în „prime time” oferite;
 - ✓ numărul suplimentar de difuzări oferite pentru spoturile TV difuzate în intervalul orar 18.00 – 24.00 („prime time”), față de cele minim 100 de difuzări impuse, precum și numărul total de difuzări TV în „prime time” oferite.

Totodată, în cadrul propunerii tehnice, operatorul economic va prezenta obligatoriu:

- Conceptul creativ unitar propus al campaniei și prezentarea raționamentului care stă la baza sa, precum și a scenariilor propuse pentru spotul radio și TV;
- Cum vor fi utilizate în spotul TV informațiile necesare atingerii grupului țintă și a promovării proiectului.
- Strategia propusă pentru desfășurarea campaniei media;
- Minim două variante de concept de creație pentru spotul TV, în formă scrisă și storyboard, inclusiv cu identificarea tipului de voci folosite;
- Minim două variante de concept de creație pentru spotul radio, în formă scrisă, inclusiv cu identificarea tipului de voci folosite;
- Calendarul propus pentru realizarea activităților.

***Nerespectarea cumulativă a tuturor cerințelor specificate mai sus duce la respingerea ofertei ca neconforma.**

Mențiuni:

Conceptul ce va sta la baza tuturor materialelor va fi propus de către ofertant. Responsabilitatea privind drepturile de autor va aparține exclusiv ofertantului.



După alegerea variantelor finale, drepturile de autor asupra variantelor alese vor fi transferate automat Achizitorului.

Conceptul ce va sta la baza tuturor materialelor va fi propus de către ofertant. Responsabilitatea privind drepturile de autor va aparține exclusiv ofertantului.

După alegerea variantelor finale, drepturile de autor asupra variantelor alese vor fi transferate automat Achizitorului.

Ofertanții vor prezenta un plan detaliat al costurilor pentru serviciile solicitate, pentru componentele de creație și producție pentru fiecare dintre produse.

Forma finala a fiecărui spot va fi stabilită de prestator împreună cu Achizitorul.

În cazul spotului TV, după finalizarea scenariului, va fi prezentat un shooting board, iar filmările vor începe numai după aprobarea acestuia de către Achizitor.

În vederea obținerii mandatului (semnat și stampilat de către Achizitor) se va transmite un e-mail cu subiectul "Cerere OK Service Corporation SRL in vederea obținerii Mandat conform OUG 25/10.04.2013" la adresa de e-mail: innovation@okservice.ro, în maxim 4 zile lucrătoare de la deschiderea achiziției.

Nerespectarea termenului stabilit pentru livrarea materialelor implică achitarea tuturor costurilor datorate schimbării perioadei de difuzare a clipurilor, de către operatorul economic declarat castigator al procedurii.

III. Modul de prezentare a ofertei financiare

Obligatoriu se va prezenta Formularul de Oferta completat pe modelul prezentat (Formular 3) si Anexa la formularul de oferta (Formular 4).

Ofertanții vor prezenta un plan detaliat al costurilor pentru serviciile solicitate (pe modelul Formularului 4), pentru componentele de:

- ❖ realizare concept creativ campanie
- ❖ realizare și producție spot radio
- ❖ realizare și producție spot TV
- ❖ inchiriere de spațiu publicitar pentru difuzare spot radio și spot TV
- ❖ monitorizare campanie radio și TV .

Nota: Prezentarea, în propunerea financiara, a unui pret superior valorii fondurilor ce pot fi disponibilizate pentru îndeplinirea acestui contract, respectiv 743.646,40 lei exclusiv TVA, conduce la respingerea ofertei ca fiind inacceptabila.



SECȚIUNEA III - CRITERIUL APLICAT PENTRU STABILIREA CLASAMENTULUI

Oferta declarată câștigătoare va fi cea care va avea cel mai bun raport calitate – preț. Algoritmul de calcul constă în aplicarea „metodei punctelor de calitate” care presupune clasificarea ofertelor în ordine descrescătoare a punctajelor, având în vedere ponderile indicate mai jos. Clasamentul se întocmește în ordinea descrescătoare a punctajului acordat. Va fi declarată câștigătoare oferta admisibilă și conforma care obține cel mai mare punctaj (număr de puncte) în urma aplicării următorului algoritm.

Factori de evaluare	Punctaj maxim alocat
Oferta financiară (Pretul oferteifără TVA)	30 puncte
Oferta tehnică (Caracteristici tehnice și funcționale)	70 puncte
Total	100 puncte

DETALIEREA FACTORILOR DE EVALUARE

Factori de evaluare	Pondere	Detalii privind factorii de evaluare
A. Prețul ofertei	30%	Punctajul pentru factorul „pretul ofertei” se calculează conform algoritmului de calcul prezentat la punctul A.
B. Caracteristici tehnice și funcționale	70%	Caracteristici tehnice și funcționale avute în vedere cu ocazia evaluării ofertelor, conform algoritmului de calcul prezentat la punctul B.
Total		Punctajul total acordat fiecărui ofertant se va calcula prin adunarea punctajului aferent fiecărui factor de evaluare în parte.

Algoritmul de calcul

A. Punctajul maxim ce poate fi alocat ofertei financiare (Pretul ofertei) este de 30 de puncte.

Punctajul pentru oferta financiară se acordă astfel:

Prețul ofertei exclusiv TVA

Pentru cel mai scăzut dintre prețurile ofertate se acordă punctajul maxim alocat, respectiv **30 de puncte**;

Pentru celelalte prețuri ofertate punctajul se acordă astfel:

$$P_f(n) = [\text{preț minim ofertat} / \text{preț ofertat } (n)] \times 30$$

Unde,

$P_f(n)$ - punctajul ofertei financiare evaluate;

Preț minim ofertat - prețul cel mai mic ofertat pentru prestarea integrala a tuturor serviciilor ce fac obiectul contractului;

Preț ofertat (n) - prețul ofertat de operatorul economic (n) pentru care se calculează punctajul.

B. Pentru oferta tehnică (Caracteristici tehnice și funcționale) evaluarea se va face după cum urmează:

FACTORI DE EVALUARE PROPUNERE TEHNICĂ	Scor maxim 70 puncte
T1 Număr de difuzări suplimentare ale spotului radio – Pt1(n)	10
T2 Număr de difuzări suplimentare ale spotului TV – Pt2(n)	10
T3 Numarul suplimentar de difuzari ofertat pentru spoturile radio difuzate în intervalul orar 7.00 – 10.00 și 17.00 – 19.00 („prime time”) – Pt3(n)	15
T4 Numarul suplimentar de difuzari ofertat pentru spoturile TV difuzate în intervalul orar 18.00 – 24.00 („prime time”) – Pt4(n)	15
T5 Includerea in planul media a unor statii radio monitorizate de o entitate neutra și certificata de masurare a audientelor (de exemplu: ARA - Asociatia pentru Radio Audienta pentru audienta radio)	10
T6 Includerea in planul media a unor statii TV monitorizate de o entitate neutra și certificata de masurare a audientelor (de exemplu: ARMA – Asociatia Romana pentru Masurarea Audientelor pentru audiente TV)	10
TOTAL PUNCTAJ MAXIM ALOCAT PROPUNERE TEHNICĂ - Pt(n)	70 puncte



T1 Număr de difuzări suplimentare ale spotului radio

Descriere: Punctajul se acorda astfel:

Pentru cel mai mare numar de difuzari suplimentare oferat pentru spotul radio, fata de numarul de 200 minim impus, se acordă punctajul maxim de **10 de puncte**;

Pentru orice alte numere de difuzari suplimentare ale spotului radio, punctajul se acordă astfel:

$$PT1(n) = [\text{Nr. difuzari suplimentare } (n) \text{ oferat} / \text{Nr. difuzari suplimentare maxim oferat}] \times 10$$

Unde,

PT1(n) - punctajul tehnic obtinut de ofertantul (n), pentru numarul de difuzari suplimentare ale spotului radio;

Nr. difuzari suplimentare maxim oferat - cel mai mare numar oferat de difuzari suplimentare ale spotului radio;

Nr. difuzari suplimentare (n) oferat - numarul de difuzari suplimentare ale spotului radio, oferat de ofertantul (n).

T2 Număr lunar de difuzări suplimentare ale spotului TV

Descriere: Punctajul se acorda astfel:

Pentru cel mai mare numar de difuzari suplimentare oferat pentru spotul TV, fata de numarul de 200 minim impus, se acordă punctajul maxim de **10 de puncte**;

Pentru orice alte numere de difuzari suplimentare ale spotului TV, punctajul se acordă astfel:

$$PT2(n) = [\text{Nr. difuzari suplimentare } (n) \text{ oferat} / \text{Nr. difuzari suplimentare maxim oferat}] \times 10$$

Unde,

PT2(n) - punctajul tehnic obtinut de ofertantul (n), pentru numarul de difuzari suplimentare ale spotului TV;

Nr. difuzari suplimentare maxim oferat - cel mai mare numar oferat de difuzari suplimentare ale spotului TV;

Nr. difuzari suplimentare (n) oferat - numarul de difuzari suplimentare ale spotului TV, oferat de ofertantul (n).



UNIUNEA EUROPEANĂ



T3 Numarul suplimentar de difuzari oferat pentru spoturile radio difuzate în intervalul orar 7.00 – 10.00 și 17.00 – 19.00 („prime time”)

Descriere: Punctajul se acorda astfel:

Pentru cel mai mare numar de difuzari suplimentare , in intervalul „prime time”, oferat pentru spotul radio, fata de numarul minim impus de 120 (care corespunde procentului de minim 60% din numarul minim impus de difuzari) , se acordă punctajul maxim de 10 de puncte;

Pentru orice alte numere de difuzari suplimentare ale spotului radio in intervalul „prime time”, punctajul se acordă astfel:

$$PT3(n) = [\text{Nr. difuzari suplimentare in part time (n) oferat} / \text{Nr. difuzari suplimentare, in part time, maxim oferat}] \times 10$$

Unde,

PT3(n) - punctajul tehnic obtinut de ofertantul (n), pentru numarul de difuzari suplimentare in „part time” ale spotului radio;

Nr. difuzari suplimentare, in part time, maxim oferat - cel mai mare numar oferat de difuzari suplimentare, ale spotului radio, in „part time”;

Nr. difuzari suplimentare in part time (n) oferat - numarul de difuzari suplimentare ale spotului radio in „part time”, oferat de ofertantul (n).

T4 Numarul suplimentar de difuzari oferat pentru spoturile TV difuzate în intervalul orar 18.00 – 24.00 („prime time”)

Descriere: Punctajul se acorda astfel:

Pentru cel mai mare numar de difuzari suplimentare , in intervalul „prime time”, oferat pentru spotul TV, fata de numarul minim impus de 100 (care corespunde procentului de minim 50% din numarul minim impus de difuzari) , se acordă punctajul maxim de 10 de puncte;

Pentru orice alte numere de difuzari suplimentare ale spotului TV in intervalul „prime time”, punctajul se acordă astfel:

$$PT4(n) = [\text{Nr. difuzari suplimentare in part time (n) oferat} / \text{Nr. difuzari suplimentare, in part time, maxim oferat}] \times 10$$



maxim ofertat] x 10

Unde,

PT4(n) - punctajul tehnic obtinut de ofertantul (n), pentru numarul de difuzari suplimentare in „part time” ale spotului TV;

Nr. difuzari suplimentare, in part time, maxim ofertat - cel mai mare numar ofertat de difuzari suplimentare, ale spotului TV, in „part time”;

Nr. difuzari suplimentare in part time (n) ofertat - numarul de difuzari suplimentare ale spotului TV in „part time”, ofertat de ofertantul (n).

T5 Includerea in planul media a unor statii radio monitorizate de o entitate neutra și certificata de masurare a audientelor (de exemplu: ARA - Asociatia pentru Radio Audienta pentru audienta radio)

Descriere: Punctajul se acorda astfel:

- ✓ Pentru o singura statie Radio monitorizata din cele doua ofertate se acorda un punctaj

PT5(n) = 5 puncte

- ✓ Pentru o oferta ce include ambele statii Radio monitorizate se acorda un punctaj

PT5(n) = 10 puncte.

T6 Includerea in planul media a unor statii TV monitorizate de o entitate neutra și certificata de masurare a audientelor (de exemplu: ARMA – Asociatia Romana pentru Masurarea Audientelor pentru audiente TV)

Descriere: Punctajul se acorda astfel:

- ✓ Pentru o singura stație TV monitorizată din cele două oferite se acordă un punctaj

$$PT6(n) = 5 \text{ puncte}$$

- ✓ Pentru o ofertă ce include ambele stații TV monitorizate se acordă un punctaj

$$PT6(n) = 10 \text{ puncte.}$$

Punctajul total pentru oferta tehnică, depusă de operatorul economic (n), se obține după formula:

$$P_t(n) = PT1(n) + PT2(n) + PT3(n) + PT4(n) + PT5(n) + PT6(n)$$

Unde,

$P_t(n)$ este punctajul total pentru oferta tehnică evaluată.

DETERMINAREA SCORULUI FINAL AL OFERTELOR

Scorul final ce se va lua în calcul în clasamentul pe baza căruia se stabilește oferta câștigătoare se calculează după formula:

$$S_f(n) = P_f(n) + P_t(n)$$

Unde,

$S_f(n)$ este scorul final al ofertei evaluate

Oferta care obține scorul final cel mai mare va fi declarată câștigătoare.

Oferta care va fi declarată câștigătoare este oferta care obține cel mai mare scor final ($S_f(n)$).

În cazul în care două sau mai multe oferte obțin același cel mai mare scor final $S_f(n)$, oferta care va avea cel mai bun raport calitate – preț va fi oferta cu cel mai mare punctaj tehnic - $P_t(n)$.

Nota:

1. Se vor lua în considerare și vor fi evaluate doar ofertele care respectă, în mod cumulativ,



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

cerințele tehnice minimale specificate în cadrul acestei documentației precum și indicațiile privind modul de elaborare și prezentare a ofertei.

- 2. Ofertele care nu respectă aceste cerințe și specificații minime și/sau indicațiile de elaborare și prezentare a ofertei vor fi respinse fiind considerate neconforme.**



FORMULARE



Ofertantul

nr _____/____ 2018

SCRISOARE DE INAINTARE

Catre _____
(denumirea si adresa completa)

Ca urmare a invitatiei dumneavoastra privind aplicarea procedurii pentru atribuirea contractului

(denumirea contractului)

noi _____ va transmitem alaturat urmatoarele:
(denumirea/numele ofertantului)

1. Coletul sigilat si marcat in mod vizibil, continand, in original si intr-un numar de __copii :

- a). oferta;
- b). documente care insotesc oferta.

Avem speranta ca oferta noastra este corespunzatoare si va satisface cerintele.

Data completarii __.__._____

Cu stima,

Operator economic,

(semnatura autorizata)



Formular 2

(Formular din Ordinul cu procedura competitiva)

SOLICITANT/BENEFICIAR/OFERTANT/OFERTANT ASOCIAT

.....
(denumirea/numele)

DECLARAȚIE

privind neîncadrarea în situațiile prevăzute la art. 14 și 15 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 66/2011 privind prevenirea, constatarea și sancționarea neregulilor apărute în obținerea și utilizarea fondurilor europene și/sau a fondurilor publice naționale aferente acestora, cu modificările și completările ulterioare

Subsemnatul(a),, în calitate de, referitor la procedura, declar pe propria răspundere, sub sancțiunea falsului în declarații, așa cum este acesta prevăzut la art. 326 din Legea nr. 286/2009 privind Codul penal, cu modificările și completările ulterioare, că nu mă încadrez în ipotezele descrise la art. 14 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 66/2011 privind prevenirea, constatarea și sancționarea neregulilor apărute în obținerea și utilizarea fondurilor europene și/sau a fondurilor publice naționale aferente acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 142/2012, cu modificările și completările ulterioare.

Subsemnatul(a),, declar că voi informa imediat,, conform art. 15 alin 2), dacă vor interveni modificări în prezenta declarație.

De asemenea, declar că informațiile furnizate sunt complete și corecte în fiecare detaliu și înțeleg că are dreptul de a solicita, în scopul verificării și confirmării declarației, orice informații suplimentare.

Înțeleg că în cazul în care această declarație nu este conformă cu realitatea sunt pasibil de încălcarea prevederilor legislației penale privind falsul în declarații.

.....
(numele și funcția persoanei autorizate)

.....
(semnătura persoanei autorizate)

A se completa/particulariza

Formular 3



FORMULAR DE OFERTA

Catre,
(denumirea si adresa completa)

Domnilor,

1. Examinand documentatia de atribuire, subsemnatii, reprezentanti ai ofertantului _____, ne oferim ca, in conformitate cu prevederile si cerintele cuprinse in documentatia mai sus mentionata, sa prestam _____ pentru suma de/la un tarif/la un tarif mediu de (se elimina optiunile neaplicabile) _____ lei, reprezentand la care se adauga taxa pe valoarea adaugata in valoare de _____ lei:

2. Ne angajam ca, in cazul in care oferta noastra este stabilita castigatoare, sa prestam serviciile in graficul de timp anexat.

3. Ne angajam sa mentinem aceasta oferta valabila pentru o durata de _____ zile, respectiv pana la data de _____, si
(durata in litere si cifre) (ziua/luna/anul)

ea va ramane obligatorie pentru noi si poate fi acceptata oricand inainte de expirarea perioadei de valabilitate.

4. Pana la incheierea si semnarea contractului de achizitie publica aceasta oferta, impreuna cu comunicarea transmisa de dumneavoastra, prin care oferta noastra este stabilita castigatoare, vor constitui un contract angajant intre noi.

5. Alaturi de oferta de baza:

depunem oferta alternativa, ale carei detalii sunt prezentate intr-un formular de oferta separat, marcat in mod clar "alternativa";

nu depunem oferta alternativa.
(se bifeaza optiunea corespunzatoare)

6. Am inteles si consimtim ca, in cazul in care oferta noastra este stabilita ca fiind castigatoare, sa constituim garantia de buna executie in conformitate cu prevederile din documentatia de atribuire.

7. Intelegem ca nu suntem obligati sa acceptati oferta cu cel mai scazut pret sau orice alta oferta pe care o puteti primi.

Data ____/____/____

_____, in calitate de _____, legal autorizat sa semnez
(semnatura)

oferta pentru si in numele _____ (denumirea/numele ofertantului)

Formular 4



ANEXĂ LA FORMULARUL DE OFERTA

Candidatul/ofertantul

*(denumirea/numele
Adresa, telefon, fax, e-mail)*

CENTRALIZATOR DE PREȚURI

Prețul ofertei cuprinde toată gama de servicii care fac obiectul achiziției, precum și orice alte cheltuieli suplimentare necesare pentru prestarea lor în conformitate cu cerințele contractului.

Nr. crt.	Denumire	Cantitate [buc]	Preț Unitar [lei fără TVA]	Preț Unitar [lei cu TVA]	Pret total [lei cu TVA]
(1)	(2)	(3)	(4)	(5) = (4)*1,19	(6) = (3)*(5)
1					
2					
3					
4					
5					
Total -fără TVA (RON)					
Contravaloare -TVA (RON)					
Total ofertă -cu TVA inclus (RON)					

.....
(semnătura autorizată)

L.S.