## Caiet de sarcini

## Concept creativ aferent campaniei de comunicare pentru promovarea oportunităților de finanțare

**Cod CPV „Servicii de consultanţă în publicitate” (Cod CPV - 79341100-7)**

**Procedură aplicată: achizitie directa**

1. Introducere

Această secțiune a documentației de atribuire include ansamblul cerințelor pe baza cărora fiecare ofertant va elabora oferta (propunerea tehnică și propunerea financiară) pentru realizarea serviciilor care fac obiectul contractului ce rezultă din această procedură.

Pentru scopul prezentei secțiuni a documentației de atribuire, orice activitate descrisă într-un anumit capitol din caietul de sarcini și nespecificată explicit în alt capitol trebuie interpretată ca fiind menționată în toate capitolele unde se consideră de către ofertant că aceasta trebuia menționată pentru asigurarea îndeplinirii obiectului contractului.

2. Contextul realizării acestei achiziții de servicii

## 2.1. Informații despre autoritatea contractantă (AC)

Ca membră a Uniunii Europene, România beneficiază de fonduri structurale şi de coeziune, instrumente financiare menite să contribuie la reducerea decalajelor economice şi sociale dintre Statele Membre UE. În vederea asigurării informării publicului cu privire la contribuția financiară a UE, precum și a transparenței utilizării fondurilor europene, Statele Membre trebuie să asigure informarea și promovarea intervenției financiare europene și a contribuției Guvernului la dezvoltarea statului respectiv.

Conform Hotărârii de Guvern nr. 52/2018 privind organizarea și funcționarea Ministerul Fondurilor Europene (MFE), cu modificările și completările ulterioare, în cadrul financiar multianual 2014-2020, MFE coordonează gestionarea fondurilor europene structurale și de investiții (fonduri ESI) și, implicit, activitățile de informare, comunicare și promovare privind instrumentele structurale.

Serviciul Comunicare Instrumente Structurale (SCIS), din cadrul Direcției de Comunicare din MFE, asigură îndeplinirea obligaţiilor privind comunicarea Instrumentelor Structurale 2007-2013 și Fondurilor ESI 2014-2020 în România și a Programelor Operaţionale finanţate în România din Instrumente Structurale 2014-2020 și FEAD.

2.2. Informații despre contextul care a determinat achiziționarea serviciilor

În Regulamentele Europene nr. 1303/2013 şi nr. 1304/2013 este prevăzută obligaţia Statelor Membre beneficiare de fonduri europene de a lua măsurile necesare de informare a publicului şi de comunicare privind operaţiunile care beneficiază de contribuţii în cadrul unui program operaţional, precum şi pentru a asigura vizibilitatea intervenţiei financiare a Uniunii Europene.

În cadrul financiar multianual 2014-2020, Ministerul Fondurilor Europene coordonează gestionarea fondurilor europene structurale și de investiții (fonduri ESI) și implicit activitățile de informare, comunicare și promovare privind instrumentele structurale în România, conform HG nr. 52/2018 privind organizarea și funcționarea Ministerul Fondurilor Europene, cu modificările și completările ulterioare.

În cadrul fiecărui program operațional există mai multe axe prioritare care corespund domeniilor de intervenție pentru care se asigură finanțare din respectivul program. Fondurile disponibile pot fi accesate în cadrul sesiunilor de cereri de proiecte. Ghidul solicitantului detaliază condițiile de eligibilitate care trebuie îndeplinite pentru ca un proiect să primească finanțare europeană. O bună cunoaștere a domeniilor de intervenție, a axelor prioritare, a obiectivelor alocării fondurilor europene, așa cum sunt ele reflectate în Ghidurile Solicitantului, are ca efecte atât conștientizarea publicului cu privire la contribuția financiară a UE la dezvoltarea României, cât și atragerea categoriei potrivite de aplicanți și obținerea unor propuneri de proiecte de calitate.

**2.3. Sursele de finanțare pentru serviciile care fac obiectul contractului**

Achiziționarea de servicii pentru contractul de servicii „Concept de campanie aferent Campaniei de comunicare pentru promovarea oportunităților de finanțare”, este inclusă în proiectul „Fondurile europene pe înțelesul tuturor” (cod MySMIS 120207), finanțat din Programul Operațional Asistență Tehnică 2014-2020, cod MySMIS 120207.

**2.4. Alte inițiative asociate cu această achiziție de servicii**

Achiziționarea de servicii pentru acordul-cadru de servicii „Producție și difuzare spoturi aferente campaniei de comunicare pentru promovarea oportunităților de finanțare”, este complementară contractului de servicii „Concept de campanie aferent campaniei de comunicare pentru promovarea oportunităților de finanțare”, în sensul că pe baza conceptului procurat prin contract se vor dezvolta spoturile produse și difuzate prin intermediul acordului-cadru pentru producția spoturilor. Achiziția „Concept de campanie aferent campaniei de comunicare pentru promovarea oportunităților de finanțare” este prevăzută în planul de achiziții al proiectului „**Fondurile europene pe înțelesul tuturor**” (cod MySMIS 120207), finanțat din Programul Operațional Asistență Tehnică 2014-2020, în evaluare.

3. Descrierea serviciilor solicitate

3.1. Descrierea situației actuale la nivelul Autorității Contractante

Domeniul comunicării este unul deosebit de dinamic, iar metodele și instrumentele de comunicare trebuie să fie adaptate permanent la tendințe, pentru a permite îndeplinirea scopului comunicării și a atingerii publicului țintă în cel mai eficient mod.

Proiectul din care face parte această achiziție propune promovarea oportunităților de finanțare prin realizarea și difuzarea la televiziune și în media socială (Facebook și Youtube) a unor spoturi video publicitare în tehnică 3D cu personaj real/uman, spoturi care se constituie într-o campanie prin aderarea la un concept de campanie unic.

Achiziționarea de către MFE a serviciilor de creație concept de campanie stă la baza realizării și difuzării de spoturi video-animate care se vor constitui astfel într-o campanie unitară, în jurul unei idei comune.

Această activitate este necesară pentru promovarea coerentă a domeniilor de intervenție a programelor operaționale, axelor prioritare, măsurilor finanțate, a obiectivelor alocării fondurilor europene din Fondul European de Dezvoltare Regională, Fondul Social European și Fondul de Coeziune.

Abordarea conceptului campaniei

Pentru a reduce diferențele de dezvoltare economică şi socială dintre România şi celelalte state europene, Uniunea Europeană susține şi completează eforturile naționale în numeroase domenii: îmbunătățirea calității vieții, crearea de locuri de muncă, creșterea competitivității întreprinderilor, progresul economic și dezvoltarea durabilă.

Scopul campaniei este informarea publicului larg și a celorlalte categorii de grup țintă cu privire la obiectivele fondurilor europene (mai multe locuri de muncă, o economie europeană solidă, un mediu sănătos etc.), la măsurile/intervențiile din fonduri europene, la modul cum sunt gestionate de România, la modalitatea prin care pot fi accesate și la impactul scontat. Campania va evidenția faptul că de proiectele finanțate din fonduri europene beneficiază toți românii.

Grupul țintă al campaniei pentru care este necesar realizarea conceptului creativ de comunicare:

* Publicul larg: publicul general, 18+, național;
* Beneficiari şi potenţiali beneficiari ai fondurilor europene: administraţia publică, mediul de afaceri, organizaţii neguvernamentale (ONG), mediul academic/ universitar / de cercetare.
* Publicul intern: angajaţii din AM, OI şi din celelalte instituţii implicate în managementul şi implementarea fondurilor ESI, angajaţii din ministerele de linie, instituţiile UE.
* Alţi actori implicaţi (*stakeholders*): persoane, organizaţii şi autorităţi implicate în gestionarea fondurilor sau asupra cărora fondurile europene au impact, dar care nu sunt potenţiali beneficiari: reprezentanţi ai mediului de afaceri, reprezentanţi ai mediului academic şi universitar, autorităţi publice centrale şi locale, promotori de proiecte, reprezentanţi ai societăţii civile, grupuri afectate de rezultatele implementării proiectelor.
* Reprezentanţi mass-media.

Conceptul creativ al campaniei de promovare trebuie să ofere soluția conceptuală pentru o comunicare care va rezuma în mod original, într-un limbaj accesibil publicului țintă, oportunitățile concrete pe care le oferă fondurile europene societății românești.

Autoritatea Contractantă va colabora cu operatorul economic și va facilita obținerea informațiilor suplimentare care îi sunt necesare.

3.2. Obiectivul general la care contribuie realizarea serviciilor

Obiectivul proiectului este acela de a promova şi transmite informații referitoare la oportunitățile de finanțare (Axe prioritare, obiective specifice, apeluri de proiecte) din fondurile Europene Structurale și de Investiții 2014 - 2020, asigurând o diseminare coordonată la nivel naţional și regional a mesajelor pe aceasta temă.

3.3. Obiectivele specifice la care contribuie realizarea serviciilor

* Realizarea unei campanii de publicitate la nivel național și regional, constituită din spoturi animate 3D difuzate prin TV și media sociale, cu privire la domeniile/ obiectivele/ măsurile finanțate și la oportunitățile de finanțare din Fondurile Europene Structurale și de Investiții 2014 — 2020 (FESI), destinată în principal publicului larg.
* Creșterea notorietății Fondurilor ESI și informarea tuturor categoriilor de potenţiali beneficiari sau de public țintă al proiectelor referitoare la oportunitățile de finanțare sau de dezvoltare disponibile din FEDR, FSE și FC la nivelul României.

3.4. Obiectivul specific al contractului

* Realizarea unui concept creativ de comunicare care va sta la baza unei campanii publicitare pentru promovarea oportunităților de finanțare din fonduri europene.

3.5. Serviciile solicitate: activități ce vor fi realizate

Scopul acestui contract de servicii este obținerea unui concept creativ care să stea la baza realizării unor spoturi animate 3D, parte a unei campanii de publicitate cu privire la oportunitățile oferite de Fondurile Europene Structurale și de Investiții 2014 — 2020 (FESI).

În cadrul acestei proceduri de achiziție, prin spot video în tehnica animație 3D (denumit, pe scurt, și „spot animat”), se înțelege creație publicitară video alcătuită dintr-un mix de elemente (foto, video, grafică 3D, infografice etc.), prelucrate prin tehnici de film, după modelul (orientativ) al spotului „EU investment portal”, disponibil în link-ul https://youtu.be/usZVnLW0Tj0

Achiziţionarea serviciilor se va face pe baza încheierii unui **contract** cu valabilitate de 6 luni de la data semnării.

**Obiectul contractului**: prestarea de servicii de consultanță în publicitate pentru realizarea unui **concept creativ de comunicare care să stea la baza unei campanii publicitare pentru** promovarea oportunităților de finanțare din fonduri europene.

Activităţi specifice

### Realizarea conceptului creativ de comunicare

1. Se va realiza un studiu/ analiză calitativă și cantitativă referitoare la nevoile de comunicare ale MFE pentru promovarea oportunităților de finanțare și măsurilor concrete sprijinite. Pentru analiza calitativă ofertantul va avea în vedere includerea în analiză a câte 4 interlocutori (2 de la nivel de conducere și 2 de la nivel de execuție) din fiecare structură implicată în gestionarea fondurilor europene structurale și de investiții, respectiv reprezentanți ai Autorităților de Management și ai Organismelor Intermediare direct responsabile de programele operaționale vizate de campania de comunicare: Programul Operațional Capital Uman, Programul Operațional Competitivitate, Programul Operațional Infrastructură Mare, Programul Operațional Asistență Tehnică, Programul Operațional Regional, Programul Operațional Capacitate Administrativă. De asemenea, vor fi incluși în analiză responsabilii de comunicare a programelor operaționale din cadrul Serviciul Comunicare Instrumente Structurale (MFE) sau din structura similară SCIS din Minsiterul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, instituție care gestionează Programul Operațional Regional și Programul Operațional Capacitate Administrativă. Din cadrul structurilor orizontale MFE, de la nivelul Direcției Generale Programare, SMIS, Coordonare Sistem și Cooperare europeană și internațională, vor fi incluși în analiză 4 interlocutori (2 de la nivel de conducere și 2 de la nivel de execuție).

Pentru analiza cantitativă, eșantionul va fi reprezentativ pentru publicul țintă al campaniei de comunicare, menționat în Caietul de sarcini. Grupul ţintă al campaniei, cu marja de eroare între 2,5% și 3% și nivel de încredere de 95%. Va fi utilizată metodologia care să garanteze obținerea datelor relevante în cel mai scurt timp.

2. Pe baza acestei analize, contractorul va propune un concept al campaniei, un mesaj și un slogan pentru întreaga campanie de promovare.

3. Conceptul propus va fi testat și îmbunătățit în cadrul unui workshop la care vor participa factorii instituționali interesați (reprezentanți ai AM, specialiști în comunicare, comunicatori din grupul de comunicatori, reprezentanți ai instituțiilor publice care au rol de autoritate de management etc.). La propunerea conceptului, se va ține seama de specificitatea creațiilor video în tehnică animată 3D și de modelul (orientativ) al spotului „EU investment portal”, disponibil în link-ul https://youtu.be/usZVnLW0Tj0.

4. Conceptul creativ va fi declinat într-un manual al campaniei de comunicare care va include mesajul campaniei, sloganul, casting brief (descrierea/portretul ideal al personajului care va interpreta rolul prezentatorului/prezentatorilor în spoturile animate: vârsta, aspectul dorit, personalitatea, tipul. Sau, dacă vor fi grupuri de prezentatori, se va preciza raportul vârstelor, genul, mixul etnic etc.), elementele grafice și vizualul specifice materialelor și mediilor de comunicare alese pentru campania publicitară:

4. a. Publicitate la televiziune;

4. b. Publicitate în media socială, pe canalele Facebook și Youtube.

5. Pe baza manualului campaniei de comunicare, contractorul va propune un set de 6 storyboard-uri, cu rol de orientare, câte unul corespunzător fiecărui program operațional: PO Capital Uman, PO Competitivitate, PO Infrastructură Mare, PO Asistență Tehnică, PO Regional, PO Capacitate Administrativă.

Propunerea de concept trebuie să fie accesibilă și atractivă pentru publicul ţintă al campaniei de comunicare. Se vor exclude concepte și slogane realizate pentru alte entități publice sau private, precum și cele asemănătoare unor campanii derulate anterior.

Conceptul de comunicare va îndeplini următoarele criterii generale:

* memorabilitate;
* imaginile şi elementele vizuale să fie corelate clar cu mesajele şi textul şi să se completeze reciproc;
* abordare emoţională, pozitivă, ton optimist;
* accesibilitate: mesajul şi informaţiile transmise să fie clare, simple şi la obiect;
* evidențierea specificității programelor operaționale;
* impact general de comunicare.

Elementele conceptului campaniei (mesajul, sloganul, identitatea vizuală care va integra regulile de identitate specifice proiectelor finanțate din Instrumente Structurale 2014-2020) se vor regăsi în toate materialele produse ulterior pentru componentele campaniei de publicitate (care vor face obiectul unei alte proceduri de achiziție publică).

Conceptul propus de ofertantul câștigător va fi testat, adaptat și îmbunătățit de ofertant împreună cu AC, cu participarea reprezentanților de comunicare ai programelor operaționale și reprezentanților autorităților de management. Varianta finală va fi folosită în materialele campaniei.

Livrabile către autoritatea contractantă (AC):

**- Analiză calitativă și cantitativă a nevoilor de comunicare** pentru promovarea oportunităților de finanțare și măsurilor concrete sprijinite;

**- Concept creativ** (mesajul, sloganul, identitatea vizuală, tonul vocii etc - *„ADN-ul campaniei de comunicare”*);

- **Manualul creativ** al campaniei de comunicare care va detalia: mesajul campaniei, sloganul, casting brief, elemente grafice și vizualul specifice materialelor și mediilor de comunicare alese pentru campania publicitară:publicitate la televiziune**,** publicitate în media socială, pe canalele Facebook și Youtube;

- **Set de 6 storyboard**-uri, cu rol de model, câte unul corespunzător fiecărui program operațional.

**3.6. Rezultate care trebuie obținute în urma prestărilor serviciilor**

- 1 analiză calitativă și cantitativă a nevoilor de comunicare pentru promovarea oportunităților de finanțare și măsurilor concrete sprijinite;

- 1 concept creativ de campanie;

- 1 manual creativ al campaniei de comunicare;

- 6 storyboard-uri, cu rol de model, câte unul corespunzător fiecărui program operațional.

**Condiţii specifice:**

* Toate datele, rapoartele, materialele achiziţionate, realizate sau pregătite de către Prestator pe durata contractului vor deveni proprietatea Autorităţii Contractante.
* Începând cu data încheierii contractului şi ulterior acestuia, toate drepturile de autor asupra materialelor elaborate/ transmise pe parcursul derulării contractului vor fi transferate AC.

## 3.7. Atribuțiile și responsabilitățile părților

## Contractantul este pe deplin responsabil pentru:

## asigurarea planificării resurselor în raport cu graficul estimat pentru derularea contractului și prezentat în cadrul acestui document;

## îndeplinirea obligațiilor sale, cu respectarea celor mai bune practici din domeniu, a prevederilor legale și contractuale relevante precum și cu deplina înțelegere a complexității legate de derularea cu succes a contractului, astfel încât să se asigure îndeplinirea obiectivelor stabilite, inclusiv prin furnizarea – prin intermediul planului de management al calității – a asigurării că activitățile și rezultatele sunt realizate la parametrii calitativi solicitați;

## asigurarea valabilității tuturor autorizațiilor și certificatelor (atât pentru organizația sa, cât și pentru personalul/echipamentul propus pentru realizarea serviciilor), care sunt necesare (conform legislației în vigoare) pentru prestarea serviciilor;

## asigurarea gradului de flexibilitate solicitat de AC în prestarea serviciilor în funcție de necesitățile obiective ale AC, la orice moment în derularea contractului;

## prestarea serviciilor în conformitate cu cerințele caietului de sarcini;

## prezentarea rezultatelor în formatul/formatele care să respecte cerințele AC;

## colaborarea cu personalul AC alocat pentru serviciile desfășurate conform contractului (monitorizarea progresului activităților în cadrul contractului, coordonarea activităților în cadrul contractului, feedback).

## informarea de urgenţă a AC despre orice eveniment sau circumstanţe ce pot împiedica îndeplinirea la timp şi cu eficienţă a obiectului achiziţiei.

## asigurarea personalui calificat corespunzător pentru a duce la bun sfârşit sarcinile cerute în documentaţia de atribuire. Prestatorul va desemna un responsabil care va fi persoana de contact în relatia cu beneficiarul și deleagă un reprezentant cu drept de semnătură şi ştampilă pentru semnarea *Procesului verbal al serviciilor prestate*, întocmit de prestator la finalizarea activităţilor aferente contractului.

## Autoritatea contractantă este responsabilă pentru:

## punerea la dispoziția contractantului a tuturor informațiilor disponibile pentru obținerea rezultatelor așteptate și pentru buna desfășurare a campaniei integrate de comunicare.

## desemnarea echipei implicate și responsabile cu interacțiunea și suportul oferit contractantului, constând într-un dialog sistematic cu operatorul economic câştigător, pentru a explica şi discuta în detaliu cerinţele specifice referitoare la derularea contractului.

## asigurarea tuturor resurselor care sunt în sarcina sa pentru buna derulare a contractului.

Autoritatea contractantă poate decide în orice moment să anuleze achiziția. Decizia de anulare nu obligă AC și/sau beneficiarul la costuri față de operatorii economici participanți.

4. Ipoteze și riscuri

### Ipoteze care stau la baza contractului

* îndeplinirea angajamentelor asumate de MFE; nu se prevăd schimbări ale cadrului instituțional și legal care să afecteze major implementarea și desfășurarea în bune condiții a contractului;
* conținutul serviciilor solicitate este descris în mod explicit în caietul de sarcini;
* corelația dintre resursele necesare și rezultatele așteptate este realistă;
* începerea serviciilor se va realiza în perioada preconizată;
* toate informațiile relevante și disponibile la nivelul AC pentru realizarea serviciilor vor fi puse la dispoziția contractantului;
* utilizarea experienţei şi a bunelor practici din proiectele anterioare în organizarea şi desfăşurarea de campanii publicitare;
* cooperare adecvată între Serviciul de Comunicare Instrumente Structurale/ Direcția Comunicare din cadrul MFE, în calitate de beneficiar, şi prestatorul de servicii.

Contractantul va semna un acord de confidențialitate la momentul semnării contractului subsecvent și va respecta toate instrucțiunile privind utilizarea informațiilor confidențiale.

### Riscuri

În pregătirea ofertei, ofertanții trebuie să aibă în vedere cel puțin riscurile (R) și ipotezele descrise în continuare. În acest sens, la întocmirea ofertei, ofertantul trebuie să ia în considerare măsurile de gestionare (M), resursele necesare (de timp, financiare și de orice altă natură), pentru implementarea strategiilor de risc propuse, ținând cont atât de riscurile specificate mai jos cât și de cele suplimentare, pe care le poate identifica:

R1: În cazul unui concept insuficient de creativ, pentru care agentul economic nu îndeplinește gradul de flexibilitate solicitat de autoritatea contractantă, riscul care va fi luat în considerare este impactul foarte scăzut al campaniei, în ansamblu.

M1: Măsuri de optimizare a colaborării și comunicării între toți factorii interesați implicați în proiectarea și implementarea campaniei de comunicare.

R2: Datele și informațiile necesare desfășurării serviciilor comunicate de către Autoritatea Contractantă nu sunt suficiente, din punct de vedere al ofertantului, pentru îndeplinirea cerințelor solicitate prin Caietul de Sarcini;

M2: Ofertantul va avea capacitatea, la nevoie, să completeze echipa de proiect cu specialiști, experți cheie și/sau non-cheie, care vor contribui la obținerea datelor și informațiilor necesare pentru buna desfășurare a contractului.

R3: Adăugarea de solicitări noi, în funcție de progresul activităților.

M3: În planificarea activităților și a resurselor se va lua în considerare alocarea unei perioade mai mari de timp decât estimat inițial, pentru fiecare sarcină, pentru situațiile neprevăzute.

5. Abordare și metodologie în cadrul contractului

## Ofertantul are libertatea de alegere în ceea ce privește abordarea și metodologia. Oferta va include planul de management, combinația de metode care urmează să fie utilizate în prestarea serviciilor.

6. Plan de lucru pentru activitățile/ serviciile solicitate

Perioada planificată pentru execuția efectivă a activităţilor este de 3 luni de la data transmiterii ordinului de începere, planificate astfel:

• Perioada planificată pentru analiza nevoilor și construcția conceptului este de 1 lună;

• Perioada în care conceptul de comunicare propus va fi îmbunătățit și validat este de 45 de zile calendaristice;

• Perioada de definitivare a materialelor este de 15 zile calendaristice.

Ofertantul va atașa un plan de management. Acesta va conține descrierea activităților și subactivităților, graficul Gantt al proiectului, corelarea activităților cu resursele necesare, identificarea modalităților de răspuns la constrângerile proiectului.

7. Locul și durata desfășurării activităților

**7.1. Locul desfășurării activităților**

România, toate regiunile de dezvoltare.

**7.2. Data de început și data de încheiere a prestării serviciilor sau durata prestării serviciilor**

Data de început: la semnarea contractului.

Durata contractului: 6 luni de la semnarea contractului.

8. Resursele necesare/ expertiza necesară pentru realizarea activităților în Contract și obținerea rezultatelor

**8.1. Experți principali/ Experți cheie**

**Manager de proiect**

Responsabilități:

* Asigură managementul proiectului.
* Coordonează relația cu AC.
* Este responsabil pentru livrabile și calitatea rezultatelor obținute ca urmare a implementării contractului

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat ca manager de proiect la realizarea a cel puțin două campanii de publicitate care au integrat publicitate TV și publicitate online.

**Manager de creație**

Responsabilități:

* Este responsabil de realizarea conceptului creativ al campaniei de comunicare;
* Asigură obținerea conceptului creativ și a tuturor componentelor sale;
* Oferă soluții pentru gestionarea eventualelor situații de criză apărute în timpul campaniei de comunicare, determinate de procesul de creație și de materialele create.

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat ca manager de creație la realizarea a cel puțin două campanii de publicitate care au integrat publicitate TV și publicitate online.

**Expert în cercetare de piață/ sociolog**

Responsabilități:

* Coordonează realizarea cercetărilor calitative și cantitative care stau la baza propunerilor de concept creativ al campaniei;
* Organizează întâlnirile de validare a propunerilor de concept creativ cu toate grupurile interesate;
* Validează obținerea tuturor componentelor conceptului creativ.

Calificare educațională: studii superioare, absolvite cu diplomă de licență sau echivalent, în domeniul de studii universitare sociologie. Specializarea va fi evidențiată conform Anexei 1 a Hotărârii de Guvern nr. 140/2017 privind aprobarea Nomenclatorului domeniilor și al specializărilor/programelor de studii universitare și a structurii instituțiilor de învățământ superior pentru anul universitar 2017-2018 (Text publicat în M.Of. al României, în vigoare de la 04 aprilie 2017) sau echivalent.

Experiență profesională: a participat ca expert cercetare de piață/sociolog la realizarea a cel puțin două campanii de publicitate care au integrat publicitate TV și publicitate online.

**Expert accesare fonduri europene**

Responsabilități:

* Selectează informația relevantă pentru conceptul campaniei, realizează sinteze referitoare la Fondurile Europene Structurale și de Investiții și la Programele Operaționale, necesare echipei de creație;
* Colaborează cu echipa de creație pentru realizarea materialelor;
* Participă în toate etapele de realizare și verifică corectitudinea informației de specialitate utilizate.

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experientă profesională: a avut responsabilități de comunicare în implementarea a cel puțin două proiecte finanțate din fonduri europene nerambursabile.

**Ofertantul va prezenta documente justificative/ suport (diplome, recomandări, fișe de post sau alte documente similare) care să dovedească profilul experților principali propuși pentru echipa proiectului.**

### 8.2. Experți non-cheie / Personal administrativ

Contractantul va asigura personalul necesar pentru îndeplinirea obiectivelor contractului și buna desfășurare a activității echipei sale. Din echipa de experți non-cheie va face parte și un animator grafic 3D.

**8.3.** **Infrastructura contractantului necesară pentru desfășurarea activităților contractului**

Ofertantul devenit contractant trebuie să se asigure că personalul care își desfășoară activitatea în cadrul contractului, dispune de sprijinul material și de infrastructura necesară pentru a permite acestuia să se concentreze asupra realizării activităților din cadrul Contractului.

9. Cadrul legal care guvernează relația dintre autoritatea contractantă și contractant (inclusiv în domeniile mediului, social și al relațiilor de muncă)

Contractantul trebuie să respecte toate prevederile legale, aplicabile la nivel național, dar și regulamentele aplicabile la nivelul Uniunii Europene.

Pe perioada realizării tuturor activităților din cadrul contractului, contractantul este responsabil pentru implementarea celor mai bune practici, în conformitate cu legislația și regulamentele existente la nivel național și la nivelul Uniunii Europene. Contractantul va fi ținut deplin responsabil pentru subcontractanții săi în prestarea serviciilor prevăzute în caietul de sarcini, urmând să răspundă față de AC, pentru orice nerespectare sau omisiune a respectării oricăror prevederi legale și normative aplicabile. Autoritatea contractantă nu va fi ținută responsabilă pentru nerespectarea sau omisiunea respectării de către contractant sau de către subcontractanții acestuia a oricărei prevederi legale sau a oricărui act normativ aplicabil, pentru prestarea serviciilor și pentru rezultatele generate de prestarea serviciilor.

În cazul în care intervin schimbări legislative, contractantul are obligația de a informa AC cu privire la consecințele asupra activităților care fac obiectul contractului și de a-și adapta activitatea în funcție de decizia autorității contractante în legătură cu schimbările legislative.

Ofertantul devenit contractant are obligația de a respecta în executarea contractului, obligațiile aplicabile în domeniul mediului, social și al muncii instituite prin dreptul Uniunii, prin dreptul național, prin acorduri colective sau prin dispozițiile internaționale de drept în domeniul mediului, social și al muncii.

10. Managementul/ Gestionarea contractului și activități de raportare

**10.1 Informații despre modalitatea în care se asigură managementul contractului.**

1. Organizarea întâlnirii de demarare a activităților în contract, pentru obținerea asigurării că AC și contractantul au aceeași perspectivă asupra activităților și rezultatelor din contract
2. Organizarea întâlnirilor de lucru, de monitorizare a progresului activităților și de analiză a rezultatelor intermediare, corespunzătoare fiecărei etape din contract/pachet de activități sau activitate din contract, după caz
3. Coordonarea resurselor și activităților de către fiecare parte contractantă separat și împreună
4. Distribuirea informațiilor privind rezultatele/ documentele intermediare și finale factorilor interesați relevanți identificați în caietul de sarcini și în propunerea tehnică

**Monitorizarea** contractului:

Pentru măsurarea progresului activităților din contract prin raportare la contract se utilizează informațiile din caietului de sarcini, propunerea tehnică și din propunerea financiară și clauzele contractuale privind modalitatea de plată. Se va constata conformitatea prin acceptarea rezultatelor/documentelor parțiale și finale, pe baza criteriilor predefinite, incluse în contract și a deviațiilor pozitive sau negative de la cerințele incluse în contract.

**Controlul**

Controlul implică identificarea acțiunilor corective pentru abordarea abaterilor de la contract constatate. Pe parcursul derulării contractului, AC verifică la intervale stabilite și comunicate prin caietul de sarcini dacă toate activitățile planificate au fost realizate conform cerințelor și că rezultatele au fost livrate și acceptate. Autoritatea contractantă trebuie să se asigure pe toată perioada derulării contractului și nu doar la finalizarea/ terminarea acestuia că activitățile planificate au fost realizate, cerințele stabilite au fost îndeplinite, că rezultatele/ livrabilele parțiale au fost acceptate de către factorii interesați relevanți.

**10.2. Rapoarte/ documente solicitate de la contractant**

Prestatorul va furniza două rapoarte:

1. Raportul de analiză va fi redactat şi transmis după perioada alocată analizei de nevoi, la o lună după semnarea contractului. Raportul conține analiza cantitativă și calitativă a **nevoilor de comunicare** în ceea ce privește promovarea oportunităților de finanțare și măsurilor concrete sprijinite prin fondurile europene. Raportul va include contextul analizei și modalitatea de realizare, concluziile analizei și recomandările pentru următoarele activități.

2. Raport final va fi redactat şi transmis în cel mult 10 de zile lucrătoare de la finalizarea activităţilor contractului. Raportul final va include aspecte privind implementarea întregului contract.

Limba de redactare a contractului, a rapoartelor şi a tuturor comunicărilor scrise va fi limba română. Rapoartele vor avea ataşate toate livrabilele proiectului, în format arhivabil electronic și în format tipărit. Toate rapoartele vor avea o pagină iniţială ce va include: sigla Uniunii Europene, sigla Guvernului României şi sigla Instrumente Structurale, numele contractului, codul contractului sau referinţe, titlul raportului, data emiterii şi perioada acoperită, numele şi adresa operatorului.

Transmiterea şi aprobarea rapoartelor:

Prestatorul va înainta toate rapoartele, în două exemplare, Direcției Generale Achiziții Publice și Servicii Interne (DGAPSI). Această direcție va transmite rapoartele spre analiză și avizare beneficiarului. Dacă sunt necesare revizuiri, prestatorul va efectua modificările în maxim 5 zile lucrătoare de la primirea solicitării de revizuire, iar beneficiarul final și DGAPSI vor analiza raportul completat în maxim 5 zile lucrătoare de la primirea versiunii revizuite.

Autoritatea contractantă va aproba raportul în termen de maxim 10 zile lucrătoare de la depunerea lui, dacă nu sunt necesare revizuiri, caz în care acest termen se suspendă până la depunerea variantei revizuite.

11. Bugetul contractului și efectuarea plăților

Bugetul va include absolut toate cheltuielile ocazionate de producerea tuturor materialelor solicitate prin acest caiet de sarcini.

Costurile pentru pregătirea şi depunerea ofertelor nu sunt rambursabile. Toate aceste costuri vor fi suportate de ofertant.

Aprobarea rapoartelor constituie condiție de efectuare a plăților în cadrul contractului. După aprobarea raportului final va fi efectuată plata, în conformitate cu livrabilele prezentate.

12. Prezentarea ofertei

**12.1 Propunerea tehnică**

În cadrul propunerii tehnice, operatorul economic va prezenta următoarele:

1. Echipa proiectului – CV experți cheie, cu documente din care să reiasă îndeplinirea cerințelor de la punctul 8.1.
2. Planul de management al proiectului, conform formularului – anexă la Caietul de sarcini „Organizare și metodologie”;
3. Portofoliu de proiecte, care va include minim 3 proiecte în care ofertantul a creat conceptul de comunicare într-o campanie care include spoturi distribuite prin TV și prin canale sociale;

**Dacă în urma verificărilor din etapa de evaluare a ofertelor se constată că datele furnizate sunt incorecte sau nu sunt conforme cu realitatea, ofertantul va fi descalificat.**

**12.2 Propunerea financiară (propunere financiară globală)**

Propunerea financiară va fi exprimată în lei şi va include toate costurile aferente conceptului de comunicare, respectiv preturile unitare pentru fiecare livrabil solicitat.

13. Modalitatea de atribuire a contractului

Criteriul de atribuire: **cel mai bun raport calitate-preț** în ceea ce privește factorii de evaluare menționați:

1. Prețul ofertei;
2. Componenta tehnică.
3. **Factorul de evaluare „Prețul ofertei” – maxim 40 puncte**

Punctajul pentru factorul de evaluare „Preț”, cu o valoare de maxim 40 punctedin totalul de 100 puncte și cu o pondere de 40% din totalul criteriului de atribuire, se va acorda după cum urmează:

* Pentru Oferta admisibilă cu prețul cel mai scăzut – 40 puncte;
* Pentru restul Ofertelor admisibile, punctajul se va calcula utilizând următoarea formulă:

***PP(n) = Preț (min) / Preț (n) x* 40*, unde:***

***PP(n):*** *punctajul obținut de către Oferta n pentru factorul Pretul ofertei;*

***Preț (min)****: cel mai scăzut dintre prețurile Ofertelor admisibile;*

***Preț (n)****: prețul Ofertei admisibile aflată sub evaluare.*

1. **Factorul de evaluare „Componenta tehnică” – maxim 60 puncte**

Punctajul pentru factorul de evaluare „Componenta tehnică”, cu o valoare de maxim 60 punctedin totalul de 100 puncte și cu o pondere de 60% din totalul criteriului de atribuire, se va acorda după cum urmează:

* Pentru Ofertele admisibile, punctajul se va calcula utilizând următoarea formulă:

***PT(f) = PT(2.1) + PT(2.2) unde:***

***PT(f):*** *punctajul final obținut pentru factorul Componenta tehnica;*

***PT(2.1)****: punctajul obținut pentru subfactorul Experienţa experţilor-cheie;*

***PT(2.2)****: punctajul obținut pentru subfactorul Demonstrarea unei metodologii adecvate de implementare a contractului, precum și o planificare adecvată a resurselor umane și a activităților.*

Subfactori de evaluare:

| **Denumire**  | **Punctaj max.** |
| --- | --- |
| **2.1. Experienţa experţilor-cheie** | **24 puncte** |
| **2.1.1 Experiența** managerului de proiect**, concretizată în numărul de proiecte similare în care acesta a îndeplinit același tip de activități ca cele pe care urmează să le îndeplinească în viitorul contract**  | 6 puncte |
| **2.1.2 Experiența** managerului de creație**, concretizată în numărul de proiecte similare în care acesta a îndeplinit același tip de activități ca cele pe care urmează să le îndeplinească în viitorul contract** | 6 puncte |
| 2.1.3 **Experiența** expertului în cercetare de piață/ sociolog **concretizată în numărul de proiecte similare în care acesta a îndeplinit același tip de activități ca cele pe care urmează să le îndeplinească în viitorul contract** | 6 puncte |
| 2.1.4 **Experiența** expertului accesare fonduri europene **concretizată în numărul de proiecte similare în care acesta a îndeplinit același tip de activități ca cele pe care urmează să le îndeplinească în viitorul contract** | 6 puncte |
| **2.2. Demonstrarea unei metodologii adecvate de implementare a contractului, precum și o planificare adecvată a resurselor umane și a activităților** | **36 puncte** |

Modalitatea de acordare a punctajului:

**2.1 Punctajul aferent experienței experților-cheie** se va acorda pentru fiecare în parte, astfel: a) pentru experienţa constând în implicarea în 3 sau 4 proiecte a persoanei propuse se acordă 1/4 din punctajul maxim alocat expertului respectiv;

b) pentru experienţa constând în implicarea în 5 - 7 proiecte a persoanei propuse se acordă 1/2 din punctajul maxim alocat expertului respectiv;

c) pentru experienţa constând în implicarea în 8 sau mai multe proiecte a persoanei propuse se acordă punctajul maxim alocat expertului respectiv.

Suma punctajelor maxime alocate experţilor-cheie este 24, respectiv punctajul alocat subfactorului de evaluare „Experienţa experţilor-cheie”.

**2.2. Pentru subfactorul de evaluare „Demonstrarea unei metodologii adecvate de implementare a contractului, precum și o planificare adecvată a resurselor umane și a activităților”** a fost stabilit un număr de 6 subfactori care vor fi utilizați de comisia de evaluare ca puncte de reper în aprecierea subfactorului.

Fiecare subfactor va fi apreciat în funcţie de calificativul „foarte bine/ bine/acceptabil". Comisia de evaluare va acorda calificativul luând în considerare liniile directoare prezentate în tabelul de mai jos.

Fiecărui calificativ îi corespunde o notă. Nota pentru calificativul „foarte bine" este 6, nota pentru calificativul „bine" este 3, nota pentru calificativul „acceptabil" este 1.

Punctajul tehnic total al componentei tehnice se calculează prin însumarea punctajelor tehnice obţinute în urma aplicării fiecărui subfactor de evaluare. Punctajul aferent unui subfactor de evaluare va fi obţinut prin acordarea notei corespunzătoare calificativului obţinut de oferta respectivă la evaluarea acelui subfactor.

Punctajul total maxim ce poate fi acordat pentru subfactorul de evaluare de la pct.2.2 este de 36 puncte, detaliate după cum urmează:

|  |
| --- |
| 1. **Abordarea propusă pentru implementarea contractului**
 |
| **Linii directoare: se va analiza informația furnizată în formularul – anexă „Organizare și metodologie”** | **Calificative** | **Punctaj** |
| Abordarea propusă se bazează în mare măsură pe o serie de metodologii, metode și/sau instrumente testate, recunoscute și care demonstrează o foarte bună înțelegere a contextului, respectiv a particularității sarcinilor stabilite în caietul de sarcini, în corelație cu aspectele-cheie, precum și cu riscurile și ipotezele identificate. | Foarte bine | 6 |
| Abordarea propusă se bazează parțial pe metodologii, metode și/sau instrumente testate, recunoscute și care demonstrează înțelegerea contextului, respectiv a particularității sarcinilor stabilite în caietul de sarcini, în corelație cu aspectele-cheie, precum și cu riscurile și ipotezele identificate. | Bine | 3 |
| Abordarea propusă nu are la bază metodologii, metode și/sau instrumente testate, recunoscute și arată o înțelegere limitată a contextului, respectiv a particularității sarcinilor stabilite în caietul de sarcini. | Acceptabil | 1 |
| 1. **Resursele (umane și materiale) și realizările corespunzătoare fiecărei activități**
 |
| Resursele identificate și realizările indicate sunt corelate deplin/în mare măsură cu complexitatea fiecărei activități propuse.  | Foarte bine | 6 |
| Resursele identificate și realizările indicate sunt parțial corelate cu complexitatea fiecărei activități propuse. | Bine | 3 |
| Resursele identificate sau realizările indicate sunt corelate într-un mod limitat cu complexitatea activităților propuse. | Acceptabil | 1 |
| 1. **Atribuțiile membrilor echipei în implementarea activităților contractului și, dacă este cazul, contribuția fiecărui membru al grupului de operatori economici, precum și distribuirea și interacțiunea sarcinilor și responsabilităților dintre ei**
 |
| Sunt indicate responsabilitățile în execuția contractului și interacțiunea între membrii echipei, inclusiv cele referitoare la managementul contractului, activitățile de suport și, dacă este cazul, distribuirea și interacțiunea sarcinilor și responsabilităților între operatorii din cadrul asocierii (dacă este cazul). | Foarte bine | 6 |
| Sunt indicate parțial responsabilitățile în execuția contractului și interacțiunea între membrii echipei, inclusiv cele referitoare la managementul contractului, activitățile de suport și distribuirea și interacțiunea sarcinilor și responsabilităților între operatorii economici din cadrul asocierii (dacă este cazul). | Bine | 3 |
| Sunt indicate în mod limitat responsabilitățile în execuția contractului sau interacțiunea între membrii echipei, inclusiv cele referitoare la managementul contractului și activitățile de suport sau distribuirea și interacțiunea sarcinilor și responsabilităților între operatorii economici din cadrul grupului (dacă este cazul). | Acceptabil | 1 |
| 1. **Încadrarea în timp, succesiunea și durata activităților propuse**
 |
| Durata activităților corespunde deplin complexității acestora, iar succesiunea dintre acestea, inclusiv perioada de desfășurare, este stabilită în funcție de logica relației dintre acestea. Durata prevăzută pentru fiecare operațiune principală necesară este corelată cu activitățile prevăzute a fi realizate în lunile respective și resursele identificate pentru desfășurarea acestora. | Foarte bine | 6 |
| Durata activităților corespunde parțial complexității acestora, iar succesiunea dintre acestea, inclusiv perioada de desfășurare este corelată doar parțial cu logica relației dintre acestea. Durata prevăzută pentru fiecare operațiune principală necesară este corelată parțial cu activitățile prevăzute a fi realizate în lunile respective și resursele estimate pentru desfășurarea acestora. | Bine | 3 |
| Durata activităților este în mică măsură potrivită complexității acestora sau succesiunea dintre acestea, inclusiv perioada de desfășurare, este stabilită într-un mod foarte puțin adecvat în raport cu logica relației dintre acestea sau durata prevăzută pentru fiecare operațiune principală necesară este corelată în mică măsură cu activitățile prevăzute a fi realizate în lunile respective și resursele estimate pentru desfășurarea acestora. | Acceptabil | 1 |
| 1. **Identificarea și încadrarea în timp a punctelor de reper (jaloanelor) semnificative în execuția contractului, inclusiv descrierea modului în care acestea vor fi reflectate în raportări, în special cele prevăzute în caietul de sarcini**
 |
| Punctele de reper identificate sunt semnificative pentru execuția contractului, sunt încadrate corect în timp și corelate corespunzător cu raportările, în special cele prevăzute în caietul de sarcini. | Foarte bine | 6 |
| Punctele de reper identificate sunt în mică măsură semnificative pentru execuția contractului, dar sunt încadrate corect în timp și corelate corespunzător cu raportările, în special cele prevăzute în caietul de sarcini. | Bine | 3 |
| Punctele de reper sunt identificate, dar nu sunt semnificative sau nu sunt încadrate corect în timp sau nu sunt corelate corespunzător cu raportările, în special cele prevăzute în caietul de sarcini. | Acceptabil | 1 |
| 1. **Modul de abordare a activității de identificare a riscurilor ce pot apărea pe parcursul derulării contractului și măsuri de diminuare a riscurilor în raport cu prevederile caietului de sarcini**
 |
| Modul de abordare a riscurilor este responsabil și realist. Se identifică riscuri suplimentare față de cele stipulate în caietul de sarcini și se propun măsuri suplimentare de atenuare a lor. | Foarte bine | 6 |
| Modul de abordare a riscurilor este parțial realist, sunt identificate riscuri suplimentare, dar măsurile de atenuare nu corespund fluxului de activități propuse. | Bine | 3 |
| Modul de abordare a riscurilor este limitat, sunt propuse masuri suplimentare de atenuare a riscurilor stipulate în Caietul de sarcini, nu sunt identificate riscuri suplimentare. | Acceptabil | 1 |

### Evaluarea ofertelor

|  |  |
| --- | --- |
| Evaluarea propunerii financiare | Criteriu: valoarea propunerii financiare în lei fără TVA Ofertele care depășesc bugetul maxim disponibil pentru proiect vor fi respinse. Orice erori aritmetice vor fi corectate conform legislației în vigoare. Criteriu: valoare ofertă fără TVA. Algoritm de calcul este: Punctaj financiar = (preț minim/preț ofertat \* 40), în care: preț minim este prețul cel mai scăzut din ofertele considerate admisibile și conforme din punct de vedere tehnic și i se va acorda maximul de puncte, respectiv 40 de puncte; preț ofertat este prețul ofertei evaluate. |
| Evaluarea propunerii tehnice | Oferta tehnică va fi evaluată în conformitate cu cerințele caietului de sarcini.Punctele se vor acorda pentru specificațiile care depășesc cerințele minime, conform factorilor de evaluare specificați anterior. |
| Desemnarea ofertei câștigătoare/Algoritm de calcul scor final | Punctajul final al ofertei va fi stabilit prin calcularea sumei punctajelor aferente fiecărui factor de evaluare, calculate conform algoritmului de calcul prezentat anterior. Oferta cu punctajul final cel mai mare va fi considerată oferta câștigătoare. |

În cazul în care, după aplicarea criteriului de atribuire, două oferte prezintă punctaj egal, în vederea departajării acestora AC va alege oferta cu cel mai mare punctaj obținut la factorul de evaluare „Prețul ofertei”.