
**PROPUNERE SERVICII PENTRU
CAMPANIILE DE CONȘTIENTIZARE ȘI EDUCARE
PREVĂZUTE ÎN „PLANUL DE MENȚINERE A CALITĂȚII
AERULUI PENTRU JUDEȚUL ILFOV, 2019-2023”**

I. DATE GENERALE

Autoritatea contractantă (Achizitor/Beneficiar):	Unitatea Administrativ-Teritorială Județul Ilfov – Consiliul Județean
Obiectul contractului:	Realizarea campaniilor de conștientizare și educare prevăzute în Planul de Menținere a Calității Aerului în județul Ilfov, 2019-2023, respectiv: <ul style="list-style-type: none">• Campanie de educare pentru reducerea consumului de energie electrică;• Campanie de educare pentru promovarea transportului alternativ;• Campanie de educare pentru conștientizarea necesității extinderii spațiilor verzi;• Campanie pentru creșterea nivelului de instruire și conștientizare a populației și autorităților locale cu privire la problematica protecției mediului.
Context:	Menținerea și îmbunătățirea calității aerului din județul Ilfov pentru a proteja sănătatea umană și mediul ca întreg reprezintă una din prioritățile Unității Administrativ-Teritoriale Județul Ilfov – Consiliul Județean. Legislația în vigoare prevede obligativitatea realizării de către Județul Ilfov – Consiliul Județean a măsurilor stabilite prin Planul de Menținere a Calității Aerului în Județul Ilfov, 2019-2023, aprobat prin Hotărârea Consiliului Județean Ilfov nr. 89/13.08.2019, care intră în responsabilitatea sa.
Necesitatea investiției:	Realizarea măsurilor stabilite în Planul de Menținere a Calității Aerului pentru Județul Ilfov, 2019-2023.

II. CONTEXTUL REALIZĂRII ACESTEI ACHIZIȚII

În contextul dezvoltării durabile și pentru a asigura respectarea Ordonanței de Urgență a Guvernului nr.195/2005 privind protecția mediului, aprobată prin Legea nr. 265/2006, cu modificările și completările ulterioare, Județul Ilfov-Consiliul Județean, alături de autoritățile publice locale/instituțiile responsabile, adoptă și implementează, la nivel județean, strategii și proiecte menite a îmbunătăți calitatea mediului înconjurător în scopul protejării sănătății populației și a mediului ca întreg.

În baza prevederilor art. 43 alin. (2) din Legea nr. 104/2011 privind calitatea aerului înconjurător, cu modificările și completările ulterioare „în ariile din zonele și aglomerările clasificate în regim de gestionare II se elaborează planuri de menținere a calității aerului.”

Prin Hotărârea Consiliului Județean Ilfov nr. 89/13.08.2019 a fost aprobat Planul de Menținere a Calității Aerului în județul Ilfov, 2019-2023. Planul conține măsuri pentru menținerea concentrațiilor poluanților sub valorile limită, respective sub valorile-țintă, astfel cum sunt stabilite prin Legea nr. 104/2011 privind calitatea aerului înconjurător, cu modificările și completările

ulterioare, printre aceste măsuri aflându-se campanii de conștientizare și educare, responsabil pentru realizarea acestor campanii fiind Județul Ilfov-Consiliul Județean.

Obiectul achiziției îl reprezintă realizarea campaniilor de conștientizare și educare prevăzute în Planul de Menținere a Calității Aerului pentru Județul Ilfov, 2019-2023, respectiv:

- Campanie de educare pentru reducerea consumului de energie electrică;
- Campanie de educare pentru promovarea transportului alternativ;
- Campanie de educare pentru conștientizarea necesității extinderii spațiilor verzi;
- Campanie pentru creșterea nivelului de instruire și conștientizare a populației și autorităților locale cu privire la problematica protecției mediului.

Proprietatea asupra documentațiilor elaborate în cadrul contractului, după recepționarea acestora, calitativă și cantitativă, va aparține Beneficiarului.

III. OBLIGAȚII ÎN SARCINA OFERTANTULUI/PRESTATORULUI

Prestatorul va purta întreaga responsabilitate pentru îndeplinirea corectă și de calitate a cerințelor descrise în prezenta **propunere**.

Desfășurarea serviciilor cuprinse în prezenta documentație, aferente obiectului contractului pentru care este întocmită prezenta **propunere** vor avea la bază legislația și toate reglementările tehnice în vigoare.

Prin semnarea contractului de servicii, prestatorul recunoaște importanța serviciilor pe care trebuie să le presteze și constrângerile legate de termenii de timp ai proiectului.

Etapale avute în vedere pentru realizarea obiectului contractului pentru care este întocmită prezenta **propunere**, pentru fiecare din cele patru campanii, sunt:

1. Realizarea conceptului de campanie
2. Conceperea materialelor utilizate în campanie
3. Derularea campaniei
4. Organizarea de evenimente
5. Evaluarea campaniei

Proprietatea asupra documentațiilor elaborate în cadrul contractului, după recepționarea acestora, calitativă și cantitativă, va aparține Beneficiarului.

Scopul campaniilor îl reprezintă conștientizarea și educarea populației și a autorităților locale din județul Ilfov cu privire la problematica protecției mediului și necesitatea reducerii poluării.

Operatorul economic va trebui să livreze/presteze, pentru fiecare din cele patru campanii, următoarele:

- i. realizarea conceptului creativ al campaniei de conștientizare/educare;
- ii. organizarea a 2 evenimente on-line la care să participe reprezentanți ai autorităților publice locale și ai societății civile (asociații, organizații non profit cu activitate în domeniul protecției mediului)
- iii. creație, producție și difuzare pentru un spot radio de aproximativ 30 de secunde difuzat pe minimum 2 posturi radio cu acoperire națională și rating ridicat pe tot teritoriul județului Ilfov;
- iv. creație, producție și difuzare pentru advertorial postat pe minimum 20 site-uri;
- v. creație, producție materiale informative, în vederea diseminării conținutului;
- vi. evaluarea impactului campaniei.

Abordarea campaniilor

i. Realizarea conceptului creativ al campaniilor de conștientizare și educare

Pentru fiecare din cele patru campanii, prestatorul va prezenta pentru conceptul creativ al campaniei minimum 2 propuneri pentru un slogan și o reprezentare grafică pentru întreaga campanie.

Elementele de identitate vizuală ale conceptului campaniei (sloganul și reprezentarea graphică) se vor regăsi/adapta în/la toate materialele aferente campaniei.

La realizarea conceptului, se va ține seama de materialele prin intermediul cărora se operaționalizează campania de comunicare. Pe baza acestui concept, se vor realiza toate materialele.

Conceptul creativ al campaniei de promovare trebuie să fie original, accesibil și atractiv pentru publicul țintă și să conțină elemente de inovație. Se vor exclude concepte și slogane realizate pentru alte entități (publice sau private) sau asemănătoare unor campanii derulate anterior.

Conceptul campaniei de comunicare va îndeplini următoarele criterii generale:

- impact general de comunicare;
 - unicitate și memorabilitate;
 - imaginile și elementele vizuale să fie corelate clar cu mesajele și textul și să se completeze reciproc;
 - abordare emoțională, pozitivă, ton optimist;
 - accesibilitate: mesajul și informațiile transmise să fie clare, simple și la obiect.
- ii. Organizarea a câte 2 evenimente on-line pentru fiecare campanie la care să participe reprezentanți ai autorităților publice locale și ai societății civile (asociații, organizații non profit cu activitate în domeniul protecției mediului).

Primul eveniment on-line va avea loc în termen de cel mult 7 zile de la data stabilită în calendarul agreed cu autoritatea contractantă pentru începerea fiecărei campanii.

Al doilea eveniment on-line va avea loc în termen de cel mult 15 zile de la finalizarea campaniei.

În cadrul evenimentului se va prezenta impactul campaniei.

iii. Creație, producție și difuzare pentru un spot radio

Servicii de creație, producție și difuzare, pentru fiecare campanie, a unui spot radio de aproximativ 30 de secunde pentru conștientizarea importanței protecției mediului, care să fie difuzat pe minimum 2 posturi radio cu acoperire națională și rating ridicat pe tot teritoriul județului Ilfov, și să respecte următoarele cerințe:

- servicii de producție a unui spot radio cu durata de 30 secunde, care va integra sloganul campaniei;
- asigurarea logisticii necesare înregistrării și difuzării spotului radio (de la preproducția spotului, până la producția și realizarea acestuia);
- echipa de înregistrare: prestatorul va asigura coordonarea echipei implicate în realizarea anunțului radio;
- minimum 2 variante de creație pentru spot radio;
- coloană sonoră personalizată cu o linie melodică (jingle), special concepută pentru această campanie și va putea fi folosită independent în celelalte activități ale proiectului;
- difuzarea: spotul radio va fi difuzat pe minimum 2 posturi de radio generalist cu acoperire națională și rating ridicat pe tot teritoriul județului Ilfov, în primetime-ul posturilor radio aflate în primele 7 ca audiență, interval orele 7.00 – 10.00 sau 16.00 – 19.00, sau orice interval considerat de maximă audiență pentru postul de radio respectiv;

- target: public larg, numărul mediu de ascultători pentru fiecare difuzare va fi de circa 100.000 de persoane;
- prezentarea unui media plan care să cuprindă perioada de difuzare a spoturilor radio pe o perioadă de 30 de zile și un număr de minim 60 difuzări;
- prestatorul va propune un mix de posturi radio care să asigure un optim de audiență;
- spotul radio se va pregăti și în varianta necesară pentru postare internet;
- prestatorul va livra Raportul de monitorizare privind difuzarea spotului radio. De asemenea, prestatorul va prezenta următoarele aspecte:
 - o planurile media pentru spotul radio, din care să reiasă clar audiența estimată a campaniei radio;
 - o argumentarea planurilor media (justificarea mixului de posturi propus);
 - o sursa oficială privind certificarea datelor referitoare la audiențe;
- prestatorul va prezenta Autorității contractante minimum 2 scenarii pentru spotul radio. Autoritatea contractantă are dreptul de a alege una dintre variantele de scenarii propuse și de a solicita ajustări, păstrându-se conceptul inițial.
- Forma finală a spotului radio va fi decisă împreună cu Autoritatea Contractantă, ulterior fiind realizată și difuzată.
- Prestatorul va livra către Autoritatea contractantă 1 spot radio, în conformitate cu tehnologia folosită de posturile de radio în mod curent, precum în formatul necesar pentru postare pe internet.

iv. Creație, producție și difuzare advertorial pentru fiecare campanie

Servicii de creație, producție și difuzare advertorial respectând următoarele cerințe:

- advertorial cu afișare continuă pe site pentru o perioadă de 30 de zile;
- advertorialul va integra elementele de identitate vizuală ale campaniei (sloganul și reprezentarea grafică);
- difuzarea advertorialului pe minimum 20 site-uri cu trafic ridicat, cu acoperire cel puțin la nivelul județului Ilfov/ la nivel național;
- condițiile minime și obligatorii pentru profilul site-urilor vor fi următoarele: profilul site-urilor (monitorizate conform www.sati.ro) – economie/ finanțe/ finanțări europene, știri, politică/ juridic/ afaceri europene, site-uri cu audiență generală; site-uri cu trafic mare de vizitatori (minim 50.000 vizitatori unici /lună);
- în cadrul contractului se vor prezenta minimum 2 propuneri de grafică pentru fiecare advertorial care va fi realizat; Autoritatea Contractantă își rezervă dreptul de a alege pentru producție între cele două variante sau de a solicita ajustări, păstrându-se conceptul inițial
- prestatorul va livra către Autoritatea contractantă:
 - o advertorialul în formatul necesar pentru postare pe internet;
 - o raportul de monitorizare privind postarea advertorialelor.

v. Creație și producție materiale informative, în vederea diseminării conținutului

Pentru fiecare din cele patru campanii se vor realiza câte 2 broșuri în format .pdf și 2 prezentări în format .ppt, cu conținut diferit, adaptat campaniei, care vor fi comunicate participanților la întâlnirile on-line (câte o broșură și o prezentare pentru fiecare întâlnire). Materialele vor fi prezentate Autorității contractante care își rezervă dreptul de a solicita ajustări, completări. Forma finală a materialelor care vor fi prezentate va fi cea aprobată de Autoritatea Contractantă.

În plus față de materialele menționate anterior se vor realiza următoarele materiale de informare:

- **Pentru Campania de educare pentru reducerea consumului de energie electrică**, întrucât este important ca această campanie să aibă impact și asupra tinerei generații, vor fi realizate două materiale de prezentare tip broșură, în format .pdf, două prezentări în format .ppt și două filmulețe video (clip video), care se vor adresa elevilor din învățământul primar, respectiv elevilor din învățământul gimnazial. Materialele vor fi prezentate de către profesori/învățători

în cadrul orelor de curs, la disciplinele ce au prevăzută în programa școlară o temetică pretabilă acestei campanii. Materialele vor fi prezentate Autorității contractante care își rezervă dreptul de a solicita ajustări, completări. Forma finală a materialelor care vor fi prezentate va fi cea aprobată de Autoritatea Contractantă.

- Pentru Campania de educare pentru promovarea transportului alternativ se vor realiza și livra autorității contractante, în format printat, 50 afișe;
- Pentru Campania de educare pentru conștientizarea necesității extinderii spațiilor verzi vor fi realizate două materiale de prezentare tip broșură, în format .pdf, două prezentări în format .ptp și două filmulețe video (clip video), care se vor adresa elevilor din învățământul primar, respectiv elevilor din învățământul gimnazial. Materialele vor fi prezentate de către profesori/învățători în cadrul orelor de curs, la disciplinele ce au prevăzută în programa școlară o temetică pretabilă acestei campanii. Materialele vor fi prezentate Autorității contractante care își rezervă dreptul de a solicita ajustări, completări. Forma finală a materialelor care vor fi prezentate va fi cea aprobată de Autoritatea Contractantă.
- Pentru Campania pentru creșterea nivelului de instruire și conștientizare a populației și autorităților locale cu privire la problematica protecției mediului se vor livra autorității contractante, în format printat, 100 broșuri. De asemenea se vor mai realiza și livra către autoritatea contractantă 50 afișe și 2000 flyere. Materialele vor fi prezentate Autorității contractante care își rezervă dreptul de a solicita ajustări, completări. Forma finală a materialelor care vor fi prezentate va fi cea aprobată de Autoritatea Contractantă.

Toate materialele realizate, atât în format electronic, cât și în format fizic, vor integra elementele de identitate vizuală pentru fiecare campanie.

vi. Evaluarea impactului campaniei

Pentru fiecare din cele patru campanii se va realiza un sondaj de opinie pentru măsurarea impactului campaniei de conștientizare/educare.

Eșantionul va fi reprezentativ pentru publicul țintă al campaniei de comunicare. Volumul eșantionului va fi de cel puțin 1500 de persoane. Metodologie utilizată: interviuri pe bază de chestionar, față în față, prin telefon sau on-line.

Durata sondajului va fi de 1 săptămână, iar **Raportul privind desfășurarea sondajului de opinie** va fi livrat Autorității contractante în termen de cel mult 10 zile de la finalizarea sondajului de opinie.

Prestatorul are obligația de a modifica oricare din planurile media în conformitate cu observațiile autorității contractante în termen de maxim 2 zile lucrătoare de la transmiterea observațiilor.

Autoritatea contractantă are dreptul de a cere modificarea oricărui material de promovare (spot, advertorial, broșura, flayer, afiș, etc) până la realizarea unui format final care să corespundă solicitărilor și exigențelor beneficiarului. Pentru observațiile suplimentare asupra oricărui material de promovare, operatorul economic are obligația modificării materialului de promovare respectiv în termen de maxim 2 zile lucrătoare de la transmiterea observațiilor.

Pentru forma finală a planurilor media, precum și pentru fiecare material de promovare, trebuie să existe o aprobare formală din partea autorității contractante. Aprobarea se elaborează în forma unui document scris emis de beneficiar operatorului prestator.

Prima campanie va începe în termen de cel mult 15 de zile de la încheierea contractului de prestări servicii. Fiecare campanie se va desfășura pe o perioadă de 30 de zile.

Cele patru campanii se pot intercala în derulare.

În perioada de derulare pentru fiecare campanie prestatorul va transmite săptămânal către Autoritatea contractantă un Raport care indică aparițiile, difuzările ori alte activități cu deschidere spre public desfășurate în săptămâna respectivă.

Rapoartele de monitorizare privind desfășurarea campaniilor vor fi prezentate Autorității contractante la finalul perioadei de difuzare pentru fiecare canal de comunicare al campaniilor, în termen de cel mult 10 zile de la finalizarea campaniei, iar Raportul privind desfășurarea sondajului de opinie în termen de cel mult 10 zile de la finalizarea sondajului de opinie.

Dacă e cazul, pot fi realizate rapoarte suplimentare privind derularea campanie, fie la cererea Autorității Contractante, fie la inițiativa Prestatorului.

Spotul radio, advertorialul, precum și textele/materialele și celelalte documente realizate în vederea desfășurării campaniilor de conștientizare și educare devin proprietatea autorității contractante.

Utilizarea spotului radio, a advertorialului, integral sau fragmente, în cadrul altor programe de radio sau site-uri, sunt permise numai cu acordul scris al autorității contractante.

Ofertantul trebuie să se asigure și să garanteze că experții pe care îi propune în cadrul contractului pentru care este întocmită prezenta propunere sunt disponibili pe întreaga perioadă de execuție a acestuia pentru realizarea activităților prevăzute și pentru a obține rezultatele stabilite prin contract.

Pe durata desfășurării contractului, Prestatorul va răspunde pentru:

- Asigurarea echipamentelor necesare pentru realizarea spoturilor radio și advertorialelor;
- Asigurarea suportului tehnic și realizarea materialelor pentru întâlnirile on-line;
- Livrarea spoturilor radio și a advertorialelor;
- Livrarea materialelor de prezentare stabilite pentru fiecare campanie;
- Respectarea calendarului stabilit pentru derularea celor patru campanii;
- Respectarea planurilor media astfel cum au fost agreeate cu autoritatea contractantă;
- Transmiterea rapoartelor prevăzute în desfășurarea campaniei;
- Asigurarea materialelor de promovare necesare derulării activităților în bune condiții;
- Asigurarea cheltuielilor aferente comunicării (fax, e-mail, telefon etc.);
- Desfășurarea activității în conformitate cu reglementările românești și cu cele mai bune practici internaționale pentru protecția sănătății, siguranței și mediului

Prestatorul este responsabil ca spotul radio, advertorialul, precum și toate textele/materialele utilizate în cadrul campaniei de conștientizare/educare să fie realizate cu respectarea drepturilor de proprietate intelectuală.

Prestatorul va răspunde conform regulilor stabilite prin legea și statutul profesiei pentru actele sau faptele comise cu ocazia prestării serviciilor care fac obiectul contractului care atrag răspunderea civilă, pe durata derulării acestuia.

Prestatorul se va conforma solicitărilor transmise de Autoritatea Contractantă prin intermediul persoanei de contact desemnată.

Prestatorul va rămâne în legătură permanentă cu persoana de contact desemnată din cadrul Autorității Contractante.

Comunicările între părți se vor focaliza pe efectuarea sarcinilor prezentate în prezentul caiet de sarcini.

Prestatorul va considera toate documentele și informațiile care îi sunt puse la dispoziție de către Autoritatea Contractantă, referitoare la elaborarea documentațiilor, drept private și confidențiale și nu va publica sau divulga nici un element al acestora fără acordul prealabil, în scris, al Autorității Contractante.

Prestatorul va respecta legislația în vigoare privind Regulamentul General pentru Protecția Datelor (GDPR).

Prestatorul este pe deplin responsabil pentru prestarea serviciilor în mod imparțial și obiectiv, în termenul stabilit, având răspunderea pentru toate consecințele ce decurg în prezent/ulterior din prestarea serviciilor. Totodată, este răspunzător atât de siguranța tuturor operațiunilor și metodelor de prestare utilizate, cât și de obiectivitatea și calificarea personalului folosit pe toată durata contractului.

IV. PROPUNEREA TEHNICĂ

Prin propunerea tehnică depusă, ofertantul are obligația de a face dovada conformității serviciilor care urmează a fi prestate cu cerințele prevăzute în Caietul de sarcini. Propunerea tehnică va cuprinde toate cerințele menționate în *Propunerea de servicii*.

Propunerea tehnică trebuie fundamentată astfel încât să convingă Autoritatea Contractantă că în caz de atribuire ofertantul are capacitatea să presteze serviciul ofertant, conform cerințelor stipulate în prezentul caiet de sarcini și în anunțul de participare.

Propunerea tehnică trebuie structurată astfel încât să conțină următoarele:

- echipa propusă pentru realizarea campaniei;
- conceptul pentru fiecare campanie de conștientizare/educare;
- graficul de activități cu termenele asumate pe fiecare activitate;
- calendarul propus pentru desfășurarea celor patru campanii.

Pe parcursul derulării contractului pot interveni riscuri referitoare la:

- executarea în mod corespunzător de către contractant a serviciilor;
- asigurarea confidențialității și securității datelor;
- comunicarea între achizitor și contractant pe parcursul derulării contractului;
- respectarea clauzelor contractuale de către părțile contractante etc.

Astfel, operatorii economici vor indica în cadrul ofertei că au cunoștință de riscurile ce pot interveni pe parcursul derulării contractului și că sunt de acord cu minimum următoarele măsuri de atenuare a acestora:

- utilizarea canalelor oficiale de comunicare între părțile contractante, conform procedurii privind schimbul informațional anterior stabilite;
- stabilirea unui mod de lucru adecvat, agreeat de ambele părți ale contractului, în vederea realizării schimbului informațional;

- monitorizarea permanentă a activităților desfășurate de contractant în vederea respectării termenilor contractuali.

Referitor la gradul de înțelegere a obiectivelor proiectului și a rezultatelor așteptate se vor prezenta minim următoarele:

- prezentarea aspectelor considerate de către ofertant esențiale pentru îndeplinirea contractului și atingerea obiectivelor proiectului;
- recomandări și strategii de reducere/eliminare a riscurilor identificate, fără a afecta cerințele caietului de sarcini.

În ceea ce privește monitorizarea activităților de către Autoritatea Contractantă, se vor utiliza următoarele modalități:

- întâlniri de lucru, ori de câte ori se consideră necesar,
- informări/rapoarte.

Ofertantul va face dovada că în ultimii 3 (trei) ani, raportați la termenul limită de depunere a ofertelor, a realizat campanii de conștientizare/ publicitate/ promovare. În acest sens va trebui să prezinte certificări de prestare a serviciilor (recomandări, procese verbale de recepție sau orice documente relevante care să confirme prestarea de servicii, contrasemnate de beneficiar).

Ofertantul va prezenta o echipă de experți care trebuie să posede toate competențele și experiența generală și specifică necesare îndeplinirii integrale a sarcinilor prevăzute în prezenta propunere și care să poată lucra coordonat și eficient în procesul de implementare a contractului, în condițiile respectării cerințelor de calitate și a termenelor stabilite.

Pentru realizarea campaniei ofertantul va prezenta o echipă care trebuie să fie alcătuită din cel puțin următorii experți cheie:

- a) 1 coordonator proiect- studii superioare finalizate cu diplomă de licență și/sau master; experiență profesională specifică în realizarea și coordonarea de campanii de conștientizare/publicitate/promovare de cel puțin 3 ani; a participat ca coordonator proiect la cel puțin o campanie care a integrat publicitate radio și publicitate online;

Atribuții:

- Asigură organizarea, coordonarea și monitorizarea activităților în vederea realizării livrabilelor și derulării campaniilor potrivit calendarului agreed;
- Menține legătura cu autoritatea contractantă pe toată perioada derulării contractului;

- b) 1 expert în creație copywriter- studii superioare finalizate cu diplomă de licență și/sau master; experiență profesională specifică de copywriter de cel puțin 3 ani; a participat în calitate de copywriter la cel puțin o campanie care a integrat publicitate radio și publicitate online;

Atribuții:

- Elaborează strategia de creație, conceptele și produsele publicitare în maniera potrivită pentru fiecare campanie;
- Dezvoltă mesajul publicitar;

- c) 1 expert în creație art director- studii superioare finalizate cu diplomă de licență și/sau master; experiență profesională specifică de art director de cel puțin 3 ani; a participat ca art director la cel puțin o campanie care a integrat publicitate radio și publicitate online;

Atribuții:

- Coordonează activitățile de realizare a produselor publicitare și se asigură că acestea îndeplinesc cerințele beneficiarului și sunt livrate potrivit calendarului agreed;
- Identifică îmbunătățiri ale procesului de lucru, găsește soluții pentru a fi depășite

eventualele întârzieri astfel încât produsele publicitare și campaniile să se desfășoare potrivit calendarului agreat;

- d) 1 expert media planner- studii superioare finalizate cu diplomă de licență și/sau master; experiență profesională specifică de media planner de cel puțin 3 ani, a participat ca media planner la cel puțin o campanie care a integrat publicitate radio și publicitate online;

Atribuții:

- Elaborează, dezvoltă, implementează și monitorizează planul de media;
- Realizează analizele și rapoartele privind derularea campaniilor și post campanii.

Se vor nominaliza persoane diferite pentru fiecare din pozițiile menționate mai sus și se va atașa declarație de disponibilitate semnată olograf/electronic. Ofertele în care nu se vor nominaliza persoane diferite pentru fiecare post vor fi respinse.

Documente necesare în vederea susținerii experienței profesionale specifice a experților cheie:

- curriculum vitae, în format Europass, semnat și datat,
- documente care să ateste studiile solicitate pentru fiecare expert cheie,
- documentele care atestă îndeplinirea experienței profesionale specifice solicitate, respectiv recomandări emise/contrasemnate de Beneficiarul final sau alte documente similare, emise sau vizate de Beneficiarul final, în copie, semnate și datate, care vor conține cel puțin următoarele informații: denumire contract/proiect, beneficiar contract/proiect, nominalizarea expertului cu nume și prenume, poziția deținută de expert în cadrul contractului/proiectului, activitățile derulate de expert în cadrul contractului/proiectului.

Operatorul economic poate selecta și alți membri în echipa pentru realizarea contractului, conform necesităților.

Pe parcursul derulării contractului, contractantul nu are dreptul de a înlocui experții nominalizați în ofertă și care fac obiectul factorului de evaluare fără acceptul prealabil, în scris, al Beneficiarului. Eventuala înlocuire a unui expert nu poate conduce la modificarea propunerii tehnice sau financiare inițiale.

În condițiile în care se propune înlocuirea personalului și acesta îndeplinește cerințele prevăzute în cadrul documentației de atribuire și obține cel puțin același punctaj ca personalul propus la momentul aplicării factorilor de evaluare, înlocuirea respectivă nu reprezintă o modificare substanțială așa cum este aceasta definită în art. 221 din Legea privind achizițiile publice nr. 98/2016, cu modificările și completările ulterioare.

Beneficiarul nu va accepta înlocuirea personalului în situația în care:

- noul personal nu îndeplinește cel puțin cerințele prevăzute în cadrul documentației de atribuire și/sau
- noul personal nu obține cel puțin același punctaj ca personalul propus la momentul aplicării factorilor de evaluare.

Pentru realizarea campaniilor de conștientizare/educare, în cadrul propunerii tehnice ofertantul va prezenta, pentru fiecare campanie, conceptul creativ al campaniei. În acest sens va prezenta, pentru fiecare din cele patru campanii, minim două variante ale elementelor de identitate vizuală ale campaniei (sloganul și reprezentarea grafică).

Pe parcursul derulării contractului conceptul creativ prezentat în propunerea tehnică se poate modifica numai cu acordul beneficiarului.

Ofertanții vor declara că pentru toate materialele realizate și furnizate autorității contractante în vederea îndeplinirii obiectivelor stabilite în prezentul caiet de sarcini se vor respecta drepturile de proprietate intelectuală.

Ofertanții vor indica în cadrul ofertei că la elaborarea acesteia s-a ținut cont de obligațiile referitoare la condițiile de muncă și protecția muncii, conform legislației în vigoare.

Propunerea tehnică va cuprinde graficul de activități cu termenele asumate pe fiecare activitate și calendarul pentru fiecare campanie cu respectarea cerințelor prezentei propuneri de servicii.

V. OBLIGAȚII ÎN SARCINA ACHIZITORULUI

Autoritatea Contractantă va avea responsabilitatea aprobării/recepționării tuturor documentelor rezultate din contract, astfel încât activitatea Prestatorului să se realizeze fără întreruperi/ întâzieri.

Autoritatea Contractantă va pune la dispoziția Prestatorului informațiile/documentele ce vor fi considerate relevante pentru îndeplinirea contractului.

Ori de câte ori se va considera necesar, vor avea loc întâlniri între Beneficiar și Prestator, pentru a se discuta stadiul derulării contractului și pentru a se identifica și preveni eventualele dificultăți apărute derularea contractului.

Achizitorul va efectua plățile conform contractului încheiat între părți, în termen de 30 de zile de la încheierea procesului verbal de recepție calitativă și cantitativă a serviciilor, pe baza facturii emise de prestator.

Plata serviciilor prestate se va face etapizat, în termen de 30 de zile de la data înregistrării la sediul Achizitorului a facturii emise de către prestator. Factura va fi însoțită de Procesul verbal de recepție a serviciilor și acceptare a documentațiilor pentru fiecare campanie.

VI. DURATA

Durata contractului de prestări servicii ce face obiectul prezentei propuneri este de **180 de zile de la semnarea contractului.**

DIRECȚIA GENERALĂ MANAGEMENT ~~PROGRAME DE DEZVOLTARE~~

DIRECTOR GENERAL

Vladimir ROVINȚESCU

DIRECȚIA MEDIU ȘI MOBILITATE

DIRECTOR EXECUTIV

Andrei MIHAÎ

SERVICIUL MANAGEMENTUL MEDIULUI

ȘEF SERVICIU

Iulian VIȘANU

C. M.

SERVICIUL MANAGEMENTUL MEDIULUI

CONȘILIER, Valentina TOMESCU

SGMPD 1838/18.10.2024

ANEXĂ
LA PROPUNEREA DE SERVICII PENTRU
CAMPANIILE DE CONȘTIENTIZARE ȘI EDUCARE PREVĂZUTE ÎN
„PLANUL DE MENȚINERE A CALITĂȚII AERULUI PENTRU JUDEȚUL
ILFOV, 2019-2023”

CRITERIUL DE ATRIBUIRE SI FACTORII DE EVALUARE A OFERTELOR

Criteriul aplicat pentru atribuirea contractului de achiziție publică: **cel mai bun raport calitate-preț.**

Criteria	Pondere
1. Prețul ofertei	70 puncte
Descriere: Componenta financiară (CF) Algoritm de calcul: $P_{CF(n)} = (V_{min}/V_n) \times 70$ unde: $P_{CF(n)}$ = punctajul ofertei n pentru factorul de evaluare prețul ofertei V_{min} = valoarea în lei fără TVA a ofertei admisibile cu prețul cel mai mic V_n = valoarea în lei fără TVA a ofertei n	
2. Capacitatea tehnică a ofertantului	30 puncte
Descriere criteriu: Componenta tehnică a ofertei (CT) Prin formularea acestui criteriu, se are în vedere asigurarea că derularea contractului va fi realizată de o echipă cu experiență în domeniu, care să rezolve în mod eficient toate problemele specifice acestui tip de contract. Factorul calitate reprezintă un element hotărâtor în întreaga realizare a obiectului contractului, de aceea considerăm că este necesară o pondere de 30%. Pentru acest factor de evaluare se va acorda punctajul P_{CT} . Algoritm de calcul: pentru fiecare dintre experții solicitați se alocă un punctaj de maxim 7,5 puncte, în funcție de numărul de proiecte similare derulate, după cum urmează: <ul style="list-style-type: none">- ESP - experiență specifică pentru 1 campanie care a integrat publicitate radio și publicitate online - se consideră că acoperă experiența specifică minimă solicitată pentru poziția propusă: 0 puncte- ESP - experiență specifică pentru 2-4 campanii care au integrat publicitate radio și publicitate online : 3 puncte- ESP - experiență specifică mai mult de 4 campanii care au integrat publicitate radio și publicitate online : 7,5 puncte.	
$P_{CT} = ESP1 + ESP2 + ESP3 + ESP4$	
unde: <ul style="list-style-type: none">- ESP1 reprezintă experiența specifică a coordonatorului de proiect- ESP2 reprezintă experiența specifică a copywriter-ului	

- ESP3 reprezintă experiența specifică a art directorului
- ESP4 reprezintă experiența specifică a media planner-ului

*În scopul demonstrării experienței specifice pentru experți se vor prezenta, în cadrul propunerii tehnice, documente suport, respectiv: **recomandări emise/contrasemnate de beneficiari pentru demonstrarea îndeplinirii cerințelor minime referitoare la experiența profesională specifică**.*

Algoritmul de calcul pentru determinarea punctajului total care va fi utilizat este:

$$PT = P_{CF} + P_{CT}$$

unde:

PT =punctaj total (maxim 100 puncte)

Propunerea financiară, exprimată în lei fără TVA, va cuprinde valoarea totală oferită pentru realizarea celor patru campanii de conștientizare și educare, precum și Anexa la propunerea de servicii pentru campaniile de conștientizare și educare prevăzute în „Planul de menținere a calității aerului pentru județul Ilfov, 2019-2023” – Propunere financiară.

Prețul ofertei este preț ferm, nu poate fi majorat ulterior și este valabil pentru realizarea integrală a contractului.

Moneda în care va fi făcută oferta și în care vor fi făcute plățile - LEI.

Departajarea ofertelor cu punctaj egal: în cazul a 2 (două) oferte aflate la egalitate pe primul loc cu același punctaj, câștigătoare va fi desemnată oferta cu cel mai mic preț oferit.

Dacă egalitatea se menține, departajarea se va face prin reofertare.

Notă: Ofertele care nu vor include informația relevantă sau care nu corespund corect și complet tuturor cerințelor prezentului caiet de sarcini, vor fi respinse prin descalificare conform procedurilor legale în vigoare cu privire la achizițiile publice.

În cazul în care se impune, Prestatorul are obligația de a rectifica și/sau de a aduce completări la documentația ce face obiectul contractului de prestări servicii fără a solicita costuri suplimentare față de valoarea oferită a contractului de prestări servicii, chiar dacă acestea se vor solicita/realiza și după încheierea perioadei de desfășurare a contractului de prestări servicii.

În cazul în care, în urma analizei documentației de către Autoritatea Contractantă, se constată deficiențe sau neclarități în cadrul documentației predate, Prestatorul are obligația de a le rectifica în termen de 2 (două) zile lucrătoare, fără a invoca costuri suplimentare față de valoarea oferită a contractului.

DIRECȚIA GENERALĂ MANAGEMENT PROGRAME DE DEZVOLTARE

DIRECTOR GENERAL

Vladimir ROVINȚESCU

DIRECȚIA MEDIU ȘI MOBILITATE

DIRECTOR EXECUTIV

Andrei MIHAI

SERVICIUL MANAGEMENTUL MEDIULUI

ȘEF SERVICIU

Iulian VIȘANU

e.M.

SERVICIUL MANAGEMENTUL MEDIULUI

CONSILIER, Valentina TOMESCU

DGMPA 1838/18.10.2021

ANEXĂ
LA PROPUNEREA DE SERVICII PENTRU
CAMPANIILE DE CONȘTIENTIZARE ȘI EDUCARE PREVĂZUTE ÎN
„PLANUL DE MENȚINERE A CALITĂȚII AERULUI PENTRU JUDEȚUL
ILFOV, 2019-2023”
PROPUNERE FINANCIARĂ

Campania de educare pentru reducerea consumului de energie electrică			
Produs	Nr. buc.	Preț/ buc. (lei, fără TVA)	Preț total (lei, fără TVA)
Elementele de identitate vizuală ale conceptului campaniei (sloganul și reprezentarea graphică)	1		
Eveniment on-line (Brosura pdf., prezentare ppt.)	2		
Spot radio	1		
Campanie radio 30 zile, min. 2 posturi de radio, min. 60 difuzari/post	1		
Advertorial	1		
Campanie online 30 zile, min. 20 site-uri cu trafic ridicat (min. 50000 utilizatori unici/luna)	1		
Brosura pdf.	2		
Prezentarea ppt.	2		
Clip video	2		
Sondaj de opinie 7 zile, min. 1500 persoane	1		
TOTAL 1			
Campania de educare pentru promovarea transportului alternativ			
Elementele de identitate vizuală ale conceptului campaniei (sloganul și reprezentarea graphică)	1		
Eveniment on-line (Brosura pdf., prezentare ppt.)	2		
Spot radio	1		
Campanie radio 30 zile, min. 2 posturi de radio, min. 60 difuzari/post	1		
Advertorial	1		
Campanie online 30 zile, min. 20 site-uri cu trafic ridicat (min. 50000 utilizatori unici/luna)			
Afis (print)	50		
Sondaj de opinie 7 zile, min. 1500 persoane	1		

TOTAL 2			
Campania de educare pentru conștientizarea necesității extinderii spațiilor verzi			
Elementele de identitate vizuală ale conceptului campaniei (sloganul și reprezentarea graphică)	1		
Eveniment on-line (Brosura pdf., prezentare ppt.)	2		
Spot radio	1		
Campanie radio 30 zile, min. 2 posturi de radio, min. 60 difuzari/post	1		
Advertorial	1		
Campanie online 30 zile, min. 20 site-uri cu trafic ridicat (min. 50000 utilizatori unici/luna)	1		
Brosură pdf.	2		
Prezentare ppt.	2		
Clip video	2		
Sondaj de opinie 7 zile, min. 1500 persoane	1		
TOTAL 3			
Campania pentru creșterea nivelului de instruire și conștientizare a populației și autorităților locale cu privire la problematica protecției mediului			
Elementele de identitate vizuală ale conceptului campaniei (sloganul și reprezentarea graphică)	1		
Eveniment on-line (Brosura pdf., prezentare ppt.)	2		
Spot radio	1		
Campanie radio 30 zile, min. 2 posturi de radio, min. 60 difuzari/post	1		
Advertorial	1		
Campanie online 30 zile, min. 20 site-uri cu trafic ridicat (min. 50000 utilizatori unici/luna)	1		
Brosură (print)	100		
Afiș (print)	50		
Flayer (print)	2000		
Sondaj de opinie 7 zile, min. 1500 persoane	1		
TOTAL 4			
VALOARE TOTALĂ CAMPANII DE EDUCARE ȘI CONȘTIENTIZARE (TOTAL 1+ TOTAL 2+ TOTAL 3+ TOTAL 4)			

Propunerea financiară trebuie să se refere la întreg obiectul Contractului. Orice Propunere financiară care se referă numai la o parte a caietului de sarcini nu va fi acceptată.

Prețurile oferite trebuie să includă toate costurile cu materiale, consumabile, echipamente, cheltuieli, salarizarea plus sarcini, cheltuieli generale, profit, impozit pe venit etc. și orice contribuții pentru efectuarea completă și în întregime a serviciilor solicitate prin Documentația de Atribuire. Prețurile propuse se consideră a fi prețuri finale și nu sunt afectate de orice variație intervenită în impozitele, taxele și/sau contribuțiile menționate mai sus.

DIRECȚIA GENERALĂ MANAGEMENT PROGRAME DE DEZVOLTARE
DIRECTOR GENERAL
Vladimir ROVINȚESCU

DIRECȚIA MEDIU ȘI MOBILITATE
DIRECTOR EXECUTIV
Andrei MIHAI

SERVICIUL MANAGEMENTUL MEDIULUI
ȘEF SERVICIU
Iulian VIȘANU
C.M.

SERVICIUL MANAGEMENTUL MEDIULUI
CONSILIER
Valentina TOMESCU

DEMPD 1838/18.10.2024