



## **CAIET DE SARCINI**

**pentru**

**Achizitia de SERVICII DE CREARE DE CONTINUT MULTIMEDIA  
IN VEDEREA DISEMINARII IN MEDIUL ON-LINE**

**Cod CPV 79341100-7 - Servicii de consultanta in publicitate**

**Procedură aplicată: achizitie directa**



## 1. Introducere

Acest “Caiet de sarcini” include ansamblul cerințelor pe baza cărora fiecare operator economic ofertant va elabora oferta (atat propunerea tehnică, cat și propunerea financiară) pentru realizarea serviciilor care fac obiectul contractului ce rezultă din această procedură.

## 2. Obiective si contextul realizării achiziției

Obiectivul general al proiectului “**Mind the Gap: EU Cohesion Policy helps Increasing the Quality of Life for the Citizens of Romania**”/”**Mind the Gap: Politica de Coeziune a UE contribuie la creșterea calității vieții pentru cetățenii României**”, cofinanțat de Comisia Europeană, pe care Autoritatea Contractantă SNSPA îl are în implementare, este creșterea gradului de conștientizare, în special a tinerilor dar și a cetățenilor români în general, asupra rolului politicii de coeziune a Uniunii Europene în România, prin măsuri de informare combinate eficient, în contextul unei importanțe deosebite pe care politica de coeziune a UE o are și o va avea în România, în special pentru noile generații.

Prin proiect, prin instrumentele care urmează să fie puse în practică, vor fi aduse la cunostinta grupurilor țintă aspecte importante ale contribuției politicii de coeziune a UE la stimularea locurilor de muncă, a creșterii economice și a investițiilor.

Astfel, unul dintre obiectivele proiectului este promovarea Politicii de Coeziune a Uniunii Europene și în cadrul activităților prevăzute este planificată și derularea unei campanii de diseminare de conținut multimedia, pe această tematică, în mediul online (inclusiv pe YouTube, Facebook, Twitter, alte canale /“news portals”).

În acest context, serviciile de creare de conținut multimedia online se referă la o amplă construcție de comunicare online, în zona rețelelor sociale și implică o diversitate de activități distincte care se referă însă doar la crearea de conținut de comunicare distinct - pentru mediul online, construire de conținut inovativ de comunicare, profund specializat, adaptat doar rețelelor sociale, în mod exclusiv.

## 3. Descrierea serviciilor solicitate

### 3.1 Scopul

Autoritatea Contractantă SNSPA solicită oferte pentru servicii de creare de conținut multimedia, în vederea diseminării acestuia în mediul on-line (inclusiv pe YouTube, Facebook, Twitter, alte canale /“news portals”), având ca scop informarea publicului larg, cu accent pe tineri, cu privire la importanța fondurilor europene pentru România (mai multe locuri de muncă, o economie europeană solidă, un mediu sănătos etc., conform documentelor programatice ale UE) și la impactul acestor fonduri europene în viața cetățenilor (conform datelor din cercetările existente).



**Obiectul contractului este:** prestarea de servicii de consultanță în publicitate pentru crearea conținutului multimedia interactiv online, în vederea optimei implementări a proiectului “Mind the Gap: Politica de Coeziune a UE contribuie la creșterea calității vieții pentru cetățenii României”, cofinanțat de CE, pentru care SNSPA este Beneficiar.

*Pe parcursul derulării contractului Autoritatea Contractantă SNSPA va colabora cu operatorul economic și va facilita obținerea tuturor informațiilor suplimentare care îi sunt necesare, fiind încurajată în același timp creativitatea pentru atingerea scopului menționat mai sus.*

### **3.2 Activități necesare:**

#### **A. Studii de piață, evaluări, documentări**

- Evaluare a pieței de comunicare online din România, pe baza unui studiu de piață (folosire date de sondaj pentru identificare obiceiuri de consum în mediul online din România, pentru evaluarea diferențelor între categorii socio-economice, în special pe categorii de vârstă, în ceea ce privește consumul de informații prin intermediul surselor online; evaluarea pieței de comunicare online din România, cu accent pe rețele sociale - în special Facebook);
- Identificarea grupurilor de Facebook relevante pentru activitatea de comunicare (minim 300 de grupuri distincte, cu activitate recentă, relevante pentru obiectivele proiectului);
- Identificarea caracteristicilor socio-demografice ale publicului țintă implicat în comunicare online (pe baza studiilor sociologice sau a datelor de cercetare)
- Evaluarea, prin studiul de piață, a activităților utile pentru promovarea de conținut online dedicat proiectului.

#### **B. Consultanță în publicitate**

- Propunerea de recomandări cu privire la un mix de comunicare util pentru rețele sociale, pe baza datelor din sondaje, a grupurilor de Facebook evaluate și a mecanismelor practice de funcționare a comunicării pe rețele sociale din România;
- Identificarea de momente utile în timpul zilei/săptămânii pentru realizarea și postarea de conținut online;
- Definirea unui concept cu privire la conținutul de comunicare util a fi creat pentru atingerea obiectivelor

#### **C. Materialele pentru promovarea online - presupun minim:**

- Conturare concepte grafice pentru comunicare – modele de cartioane online, modele grafice, logouri etc. Acestea vor completa activitatea experților proiectului SNSPA, cu privire la realizarea comunicării pe rețele sociale.



- Realizare infografice și cartoane online cu informații utile despre proiecte - minim 20;
- Realizare conținut multimedia pentru rețele sociale - minim 10 produse multimedia explicit pe tematica pusă la dispoziție de experții proiectului SNSPA - pentru diseminare în mediul online.
- Realizarea de conținut pentru promovare pe grupuri de Facebook – pentru actualizarea zilnică a unui conținut pe grupurile proprii și alte grupuri identificate (ritmul recomandabil este de minim 2 postări pe zi, pentru o perioadă de minim 6 luni de zile)

### 3.3 Rezultate așteptate

Ca urmare a implementării activităților solicitate sunt așteptate minim următoarele rezultate:

#### **Punctul A.**

1. Un studiu de piață (folosire date de sondaj pentru identificare obișnuite de consum în mediul online din România, pentru evaluarea diferențelor între categorii socio-economice, în special pe categorii de vârstă, în ceea ce privește consumul de informații prin intermediul surselor online – vor fi solicitate inclusiv date de cercetare, nu doar concluzii – baze de date, analize secundare etc);
2. Un studiu de evaluare a pieței de comunicare online din România, cu accent pe rețele sociale;
3. Identificare a minim 300 de grupuri distincte în cadrul Facebook, având activitate recentă, cu relevanță pentru obiectivele proiectului;
4. un raport care să conțină caracteristicile socio-demografice ale publicului util de implicat în comunicarea online (pe baza studiilor sociologice / datelor de cercetare – vor fi solicitate inclusiv date de cercetare care să dovedească rezultatele prezentate, precum și baze de date sau analize secundare);
5. Un raport care să prezinte activitățile utile pentru promovarea de conținut online dedicat proiectului.

#### **Punctul B.**

1. Un raport cu recomandări cu privire la un mix de comunicare util pentru rețele sociale din România, incluzând prezentarea de momente utile în timpul zilei / săptămânii pentru realizarea și postarea de conținut online;
2. Un document (plan de comunicare) care să conțină un concept cu privire la conținutul de comunicare util a fi creat pentru atingerea obiectivelor stabilite.

#### **Punctul C.**

1. Concepte grafice pentru comunicare – modele de cartoane online, modele grafice, logouri etc. (acestea se vor realiza pe baza documentării proprii)



operatorului economic și vor completa activitatea experților proiectului SNSPA, cu privire la realizarea comunicării pe rețele sociale);;

2. Minim 20 de infografice și cartoane online cu informații utile despre proiecte;

3. Minim 10 produse cu conținut multimedia pentru rețele sociale - explicit pe tematica pusă la dispoziție de experții proiectului SNSPA - pentru diseminare în mediul online;

4. Conținut pentru promovare pe grupuri de Facebook – pentru actualizarea zilnică a unui conținut pe grupurile proprii și alte grupuri identificate (ritmul recomandabil este de minim 2 postări pe zi, destinat pentru o perioadă de minim 6 luni de zile).

Un **raport final**, care va fi realizat de prestator, în maximum 10 de zile de la data finalizării contractului, înaintea emiterii și înregistrării facturii, în original, la sediul achizitorului (Autoritatea Contractantă SNSPA). Acest raport va include aspecte privind implementarea întregului contract și atașat ca anexe (în format arhivabil electronic și în format tipărit) va avea livrabilele (rezultatele) prezentate mai sus. Totodată va fi menționat și faptul că:

- Toate datele, rapoartele, materialele achiziționate, realizate sau pregătite de către Prestator pe durata contractului vor deveni proprietatea Autorității Contractante.

- Începând cu data încheierii contractului și ulterior acestuia, toate drepturile de autor asupra materialelor elaborate/ transmise pe parcursul derulării contractului vor fi transferate AC.

Limba de lucru este, în principal, limba română. Se pot redacta materiale și în limba engleză, în cazuri agreate anterior cu SNSPA, dacă este nevoie.

#### **4. Durata contractului**

Se va încadra între data semnării de ambele părți, până la data de 30 septembrie 2019, conform graficului Gantt de implementare a proiectului nostru - "Mind the Gap: Politica de Coeziune a UE contribuie la creșterea calității vieții pentru cetățenii României".

Perioada de executare a sarcinilor poate fi extinsă numai cu acordul scris al părților, prin Act aditional, înainte de încheierea acesteia, fără a se aduce modificări bugetului contractului, dar cu aprobarea prealabilă a Finantatorului (CE).

#### **5. Bugetul contractului**

Bugetul maxim alocat în cadrul proiectului pentru aceste servicii este de 118.750 Lei (cu TVA inclus), respectiv 99.790 în LEI, fără TVA și nu poate fi depășit (criteriu eliminatoriu).



## 6. Conditii de participare

Ofertantii trebuie sa faca dovada ca obiectul de activitate este cel necesar desfasurarii activitatii oferite (cerinta obligatorie). In acest sens ofertantii vor prezenta certificatul ONRC valabil (emis de Ministerul Justiției - Oficiul Registrului Comerțului, original sau copie conforma cu originalul). În situația în care ofertantul nu are obiectul de activitate corespunzător cu obiectului contractului, acesta va fi exclus de la procedura pentru atribuirea contractului.

Oferta prezentata de ofertanti trebuie sa raspunda la toate cerintele din prezenta documentatie de atribuire (nu se accepta oferte doar pentru unele activitati din cele enumerate la pct.3.2) - (criteriu eliminatoriu).

Toate formularele incluse in documentatie, la Sectiunea III, trebuie completate corespunzator cerintelor (criteriu eliminatoriu).

## 7. Oferta

Oferta trebuie să conțină documentele menționate mai jos.

### 7.1 Oferta tehnică trebuie sa includa minim:

- O descriere detaliata a modului în care contractantul va îndeplini sarcinile cuprinse în specificațiile tehnice – viziunea privind abordarea serviciilor cerute si un calendar detaliat propus de realizare, tinand cont ca proiectul nostru este in implementare.
- CV-uri relevante ale expertilor care vor forma echipa tehnica; acestea vor include referiri la experienta relevanta pentru activitatile de la punctul 3.2 (respectiv, implicare in analiza de date sociologice sau online, cu experienta de minim 10 ani; precum si implicare in proiecte de comunicare online, in ultimii ani)
- Demonstrarea experientei operatorului ofertant – pentru acest lucru, vor fi transmise exemple de activitati anterioare, realizate in ultimul an, pentru toate punctele de mai sus (3.3 – rezultatele asteptate), precum si exemple de contracte anterioare care sa dovedeasca existenta unor activitati referitoare la analiza de date sociologice si online, precum si realizarea de activitati pentru comunicarea pe retelele sociale.

Doar ofertele tehnice care îndeplinesc toate cerințele tehnice minime vor fi considerate conforme și evaluate. Prin prezentarea unei oferte, ofertanții declară că oferta lor tehnică este conformă cu obligațiile aplicabile în temeiul legislației de mediu, sociale și de muncă stabilite prin dreptul Uniunii, prin dreptul intern și prin convențiile colective sau prin dispozițiile internaționale privind mediul, socialul și dreptul muncii enumerate în anexa X la Directiva 2014/24 / UE.



## **7.2 Oferta financiară:**

Oferta financiară va fi prezentată utilizând formularul atașat (Formularul 5), semnat și datat corespunzător. Prețul va fi fix și exprimat în LEI. Prețul trebuie să fie integral și să acopere toate costurile legate de executarea contractului. Ofertele care depășesc bugetul maxim indicat **nu vor fi luate în considerare**.

## **8. Criterii de excludere și de selecție**

Ofertele care nu îndeplinesc criteriile de excludere menționate la punctele anterioare din prezenta documentație, nu vor fi luate în considerare pentru atribuirea contractului.

Ofertantul trebuie să demonstreze o capacitate juridică, economică, financiară, tehnică și profesională suficientă pentru a putea îndeplini sarcinile menționate în prezentele specificații.

### **8.1 Capacitate juridică**

Ofertantul trebuie să demonstreze capacitatea juridică (certificat constatator emis de Ministerul Justiției - Oficiul Registrului Comerțului, în original sau copie "conform cu originalul" din care să reiasă informațiile cuprinse în acesta sunt reale/actuale la data limită de depunere a ofertelor, și să rezulte că domeniul de activitate al ofertantului corespunde obiectului procedurii. În cazul în care operatorul economic, clasat pe primul loc, în urma evaluării, a depus certificatul constatator în copie conform cu originalul, autoritatea contractantă are dreptul de a solicita acestuia, înainte de transmiterea comunicării privind rezultatul procedurii de atribuire, depunerea documentului în original sau în copie legalizată.

### **8.2 Capacitate economică și financiară**

Ofertantul trebuie să fi avut o cifră medie de afaceri pe ultimii doi ani (2017-2018) de minim 20.000 Euro.

### **8.3 Capacitate tehnică și profesională**

Oferta tehnică trebuie să includă exemple de activități anterioare ale Operatorului economic ofertant, realizate în ultimele 12 luni, care să se refere atât la evaluarea comunicării online (analiza date sociologice; analiza de date online; monitorizare online, studii online), cât și la realizarea efectivă de comunicare online (promovare de conținut pe rețele sociale, în special Facebook).

Exemplele transmise pot cuprinde atât copii după contracte anterioare, cât și copii după studii anterioare (pot fi și anonimizate, pentru a nu se încălca clauze de confidențialitate).



Oferta tehnica va include exemple de experti disponibili, in cadrul echipei proprii, absolventi de studii superioare, cu experienta relevanta astfel cum s-a mentionat anterior, in urmatoarele domenii:

- analiza de date (sociologica, date online) – expert cu expertiza de minim 10 ani;
- comunicarea online – expert cu expertiza de minim 5 ani;
- grafica.

Ofertantul trebuie să prezinte CV-urile detaliate ale persoanelor pentru categoriile de experți menționate, datate și asumate.

De asemenea, va fi prevazuta coordonarea actiunilor operatorului economic ofertant, atat in vederea asigurarii unui management eficient, cat si a mentinerii legaturii cu autoritatea contractanta pe parcursul derularii contractului.

**Astfel, evaluarea de excludere/eligibilitate** se va realiza conform grilei de mai jos, grila care trebuie sa primeasca raspunsul admis la toate criteriile prevazute.

<b>Criteriu prevazut pentru Ofertant</b> (Eliminatoriu)	<b>Rezultat</b> (Admis/ Respins)
1. Prezentarea certificatului constatator, cu CAEN relevant	
2. Bugetul propus se incadreaza in valoarea maxima acceptata	
3. Oferta tehnica si financiara raspunde la toate cerintele (nu este partiala)	
4. Oferta include toate formularele cerute de documentatia de atribuire	
5. Cifra de afaceri medie a ultimilor 2 ani este minim cea solicitata	
6. Ofertantul detine experienta similara – minim 1 contract semnat in ultimele 12 luni pe teme legate de cerintele tehnice	

## 9. Modalitatea de atribuire a contractului

Ofertele care nu îndeplinesc criteriile de excludere sau de selecție nu vor fi luate în considerare pentru atribuirea contractului.

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

- Componenta tehnică – o pondere de 80% in scorul final.
- Prețul ofertei – o pondere de 20% in scorul final.





### 9.1. Metoda de evaluare tehnica

Ofertele tehnice vor fi evaluate după cum urmează:

Denumire	Punctaj max.
<b>1. Înțelegerea contextului și a obiectivelor contractului</b> <i>(propunerea unor obiective și rezultate clare și adecvate)</i> <i>Obiective clare și adecvate – 5 puncte;</i> <i>Activități clare și adecvate – 5 puncte;</i> <i>Rezultate clare și adecvate – 5 puncte;</i> <i>Adaptarea la cerințele contractului – 5 puncte.</i>	20 puncte
<b>2. Abordarea propusă pentru implementarea contractului – așa cum este descrisă în oferta tehnică</b> <i>(demonstrarea unei metodologii adecvate de implementare a contractului, precum și o planificare adecvată a resurselor umane și a activităților în timp, prezentarea produselor de comunicare necesare)</i> <i>Coerenta și claritatea acțiunilor propuse - 6 puncte;</i> <i>Calendarul propus este adecvat – 6 puncte;</i> <i>Descrierea clară și adecvată a produselor propuse – 6 puncte;</i> <i>Calitatea managementului acțiunilor – 6 puncte;</i> <i>Caracter inovator – 6 puncte.</i>	30 puncte
<b>3. Experiența experților-cheie</b> <i>(calificările și experiența, de natură similară cu acelea pe care urmează să le îndeplinească în contract)*</i> <i>*Se va nota fiecare expert propus și se va realiza media aritmetică a notelor, pentru a calcula scorul acestei rubrici</i> <i>Studii suplimentare/specializări/perfectionări profesionale - 15 puncte;</i> <i>Experiența în domenii relevante (după caz) &lt; 5/10 ani – 5 puncte;</i> <i>Experiența în domenii relevante (după caz) &gt;= 5/10 ani – 15 puncte.</i>	30 puncte
<b>4. Expertiza operatorului ofertant</b> <i>(exemple de activități anterioare ale operatorului economic ofertant, realizate în ultimele 12 luni, care să se refere atât la evaluarea comunicării online, cât și la realizarea efectivă de comunicare online)</i> <i>1 contract – 10 puncte;</i> <i>2 contracte – 20 puncte.</i>	20 puncte
<b>TOTAL</b>	<b>100 puncte</b>



Numai ofertele tehnice ce vor obține cel puțin **80 de puncte** vor fi luate în considerare pentru evaluarea financiară.

## 9.2. Metoda de evaluare financiara

Ofertele financiare ce depășesc bugetul maxim alocat vor fi eliminate.

Cea mai mică ofertă financiară va primi un punctaj de 100 puncte. Celelalte oferte vor primi puncte urmând formula:

Scor financiar = [(cea mai mică ofertă financiară) / (prețul ofertei în cauza)] x 100.

## 9.3. Scorul de atribuire

Contractul va fi acordat ofertantului care va obține cel mai mare scor prin raportarea calitatii tehnice la pret aplicand urmatoarea formula de calcul:

- multiplicand scorul tehnic cu 0,8
- multiplicand scorul financiar cu 0,2

Cele doua rezultate sunt însumate, contractul fiind acordat ofertei care obține cel mai mare scor astfel calculat.

În cazul în care, după aplicarea criteriului de atribuire, două oferte prezintă punctaj egal, în vederea departajării acestora Autoritatea Contractanta SNSPA va alege oferta cu cel mai mare punctaj obținut la componenta de evaluare „Oferta tehnica”.

Responsabil financiar Proiect

Ana-Maria BURCEA