



**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

FONDUL EUROPEAN DE DEZVOLTARE REGIONALĂ

Program Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021 - 2027

Operațiune: Acțiunea 2.2 E-guvernarea și digitalizarea în beneficiul cetățenilor

Proiect „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”

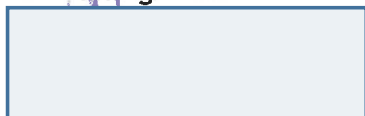
Cod proiect SMIS 319768

Proiect cofinanțat din Fondul European de Dezvoltare Regională prin Program Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021 - 2027

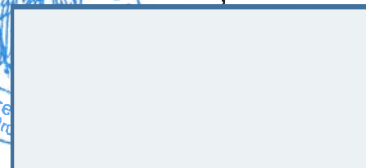
Nr. 10040/PCIDIF119/26.03.2026

Avizat,

Secretar general



Aprobat,
Președinte



CAIET DE SARCINI

în vederea achiziționării de
servicii campanie de informare,

în cadrul proiectului „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS 319768

Coduri CPV:

- 79341400-0 - Servicii de campanii de publicitate



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale

Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin
Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027



LISTA DE ABREVIERI ȘI DEFINIȚII TERMENI*

| | |
|--------------------------------|---|
| ANPDCA | Autoritatea Națională pentru Protecția Drepturilor Copilului și Adopție |
| STS | Serviciul de Telecomunicații Speciale |
| MMFTSS | Ministerul Muncii, Familiei, Tineretului și Solidarității Sociale |
| DGASPC | Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului |
| MIPE | Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene |
| ADR | Autoritatea pentru Digitalizarea României |
| OIPSI | Organism intermediar pentru Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027 |
| PCIDIF | Program Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare |
| Proiect 119 | Proiect cu titlul „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768 |
| Contractul de finanțare | Contractul de finanțare reprezintă contractul încheiat între ADR în calitate de Organism intermediar pentru Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027, în calitate de finanțator și ANPDCA, în calitate de beneficiar al finanțării |
| Livrabil | Rezultat tangibil produs în executarea Contractului (ex: lucrări, documente, etc). |
| Zi | Prin „zi” se va înțelege zi calendaristică |
| Publicul-țintă primar | Copii români sau de altă naționalitate, rezidenți pe teritoriul României |
| Publicul-țintă secundar | Cetățeni români sau de altă naționalitate, rezidenți pe teritoriul României |
| Contract | Contract de prestări servicii campanie de informare, ce urmează a se încheia între ANPDCA, în calitate de Autoritate Contractantă/Achizitor și Ofertantul/Prestatorul declarat câștigător în prezenta procedură de achiziție. |

**Termenii nedefiniți expres în cuprinsul prezentului capitol vor avea înțelesul conferit acestora în Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice*





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Cuprins

| | |
|---|----|
| 1. Introducere | 4 |
| 2. Contextul realizării acestei achiziții de servicii | 5 |
| 2.1. Informații despre Autoritatea Contractantă | 6 |
| 2.2. Informații despre contextul care a determinat achiziționarea serviciilor | 6 |
| 2.3. Informații despre beneficiile anticipate de către ANPDCA | 7 |
| 2.4. Alte inițiative/proiecte/programe asociate cu această achiziție de servicii | 7 |
| 2.5. Factori interesați și rolul acestora | 8 |
| 3. Descrierea serviciilor solicitate | 8 |
| 3.1. Descrierea situației actuale la nivelul ANPDCA | 8 |
| 3.2. Obiectivul general la care contribuie achiziționarea serviciilor | 10 |
| 3.3. Obiectivul specific la care contribuie achiziționarea serviciilor | 10 |
| 3.4. Serviciile solicitate | 10 |
| 3.5. Rezultatele care trebuie obținute în urma prestării serviciilor | 33 |
| 3.6. Responsabilitățile părților | 34 |
| 3.6.1 Responsabilitățile Autorității Contractante | 34 |
| 3.6.2 Responsabilitățile Prestatorului | 34 |
| 4. Ipoteze și riscuri | 35 |
| 5. Abordare și metodologie în cadrul Contractului | 36 |
| 6. Planul de lucru pentru activitățile/serviciile solicitate | 37 |
| 7. Locul și durata desfășurării activităților | 39 |
| 7.1. Locul desfășurării activităților | 39 |
| 7.2. Data de început și data de încheiere a prestării serviciilor | 39 |
| 8. Resursele necesare/expertiza necesară pentru realizarea activităților din Contract și obținerea rezultatelor .. | 40 |
| 9. Documentații ce trebuie furnizate Autorității Contractante în legătură cu serviciile ce fac obiectul viitorului contract | 43 |
| 9.1. Propunerea tehnică | 43 |
| 9.2. Propunerea financiară | 44 |
| 10. Cadrul legal care guvernează relația dintre ANPDCA și Prestator | 45 |
| 11. Managementul/Gestionarea contractului | 45 |
| 12. Recepția serviciilor | 47 |
| 13. Modalități și condiții de plată | 48 |
| 14. Durata contractului | 49 |
| 15. Criteriul de atribuire | 50 |
| 16. Alte mențiuni | 57 |



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TÎNERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale

Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin
Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027



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.

În cadrul acestei proceduri, Autoritatea Națională pentru Protecția Drepturilor Copilului și Adopție, cu sediul în B-dul. General Gheorghe Magheru nr. 7, sector 1, Municipiul București, îndeplinește rolul de Autoritate Contractantă, respectiv Achizitor în cadrul Contractului.

Pentru scopul prezentei secțiuni a Documentației de Atribuire, orice activitate descrisă într-un capitol al Caietului de Sarcini și care nu este menționată explicit în alte capitole se consideră aplicabilă și inclusă, în mod implicit, în toate capitolele, în măsura în care este necesară pentru îndeplinirea obiectului Contractului.

Caietul de sarcini conține, în mod obligatoriu, cerințe minime obligatorii. Caracteristicile tehnice și funcționale prezentate pentru serviciile care fac obiectul achiziției reprezintă cerințe minime obligatorii. Acestea pot fi oferite la un nivel superior, cu evidențierea punctuală a elementelor care depășesc cerințele minime stabilite de Autoritatea Contractantă. În cazul în care nu pot fi îndeplinite toate cerințele minime impuse, oferta va fi declarată neconformă. Ofertele alternative nu sunt permise.

Nu se admite copierea integrală a caietului de sarcini în cadrul propunerii tehnice, ofertanții având obligația de a descrie în mod propriu în propunerea tehnică cerințele documentației publicate și de a proba conformitatea acestora cu cerințele caietului de sarcini prin prezentarea detaliată a corespondenței dintre cerințele Autorității Contractante și propunerea tehnică.

Propunerea tehnică va fi prezentată într-o formă structurată și va fi numerotată integral, pe fiecare pagină.

Ofertantul va completa Matricea de corespondență (Formular nr. 12 - anexă la propunerea tehnică), indicând pentru fiecare cerință din caietul de sarcini secțiunea relevantă din propunerea tehnică (pagina și, după caz, paragraful). Matricea de corespondență are rol orientativ, în sprijinul procesului de evaluare, fără a înlocui obligația ofertantului de a demonstra, în cadrul propunerii tehnice, îndeplinirea tuturor cerințelor. În cazul în care îndeplinirea cerințelor nu rezultă în mod clar din propunerea tehnică, autoritatea contractantă poate solicita clarificări, în condițiile legii.

Necompletarea sau completarea necorespunzătoare a matricei de corespondență poate conduce la imposibilitatea verificării conformității propunerii tehnice și, după caz, la declararea ofertei ca neconformă.





**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Autoritatea Contractantă verifică datele și informațiile prezentate de către ofertanți, iar în cazul unor neconcordanțe sau al unor date/informații false, pentru care ofertantul nu oferă clarificări care să înlăture situația de neconformitate, Autoritatea Contractantă poate elimina oferta respectivă.

Deși obiectul prezentei documentații este reprezentat de prestarea de servicii, pentru evitarea oricărui dubiu precizăm că orice referire în cuprinsul prezentului Caiet de sarcini prin care se indică o anumită origine, sursă, producție, un procedeu special, o marcă de fabricație sau de comerț, un brevet de invenție, o licență de fabricație, sunt menționate doar pentru identificarea cu ușurință, prin puterea exemplului a celor dorite de Autoritatea Contractantă și NU au ca efect favorizarea sau eliminarea anumitor operatori economici sau a anumitor produse. Aceste specificații vor fi considerate ca având mențiunea „*sau echivalent*” în sensul prevederilor art.156, alin. (3) din Legea nr. 98/2016.

În conformitate cu prevederile art. 51 din Legea nr. 98/2016, operatorii economici vor depune o declarație din care să reiasă faptul că, la elaborarea ofertei, au ținut cont de obligațiile relevante în domeniul mediului, social și al relațiilor de muncă, stabilită prin legislația adoptată la nivelul Uniunii Europene, legislația națională, prin acorduri colective sau prin tratatele, convențiile și acordurile internațional în aceste domenii și că va respecta aceste cerințe pe parcursul executării contractului de achiziție publică. Potrivit art.55, alin. (2) din Legea 98/2016, subcontractanții propuși trebuie să respecte aceleași obligații ca și ofertanții, în domeniul mediului, social și al relațiilor de muncă. În acest sens, informații detaliate pot fi obținute de la: MMFTSS (<https://mmuncii.gov.ro/>) și MMAP (<http://www.mmediu.ro>).

2. Contextul realizării acestei achiziții de servicii

Autoritatea Contractantă este instituție publică în subordinea Ministerul Muncii, Familiei, Tineretului și Solidarității Sociale și își desfășoară activitatea în baza Hotărârii Guvernului nr. 233/2022 privind organizarea și funcționarea Autorității Naționale pentru Protecția Drepturilor Copilului și Adopție, cu modificările și completările ulterioare.

Autoritatea Națională pentru Protecția Drepturilor Copilului și Adopție (ANPDCA), în calitate de lider, în parteneriat cu Serviciul de Telecomunicații Speciale (STS), implementează proiectul „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS 319768, proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027, P2.Digitalizare în administrația publică centrală și mediul de afaceri, Acțiunea 2.2 E-guvernarea și digitalizarea în beneficiul cetățenilor.

Proiectul vizează dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale

Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin
Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Obiectivul general al proiectului vizează creșterea accesului la servicii de asistență pentru copiii care sunt victime ale unui abuz, ale exploatării, neglijării sau unor forme de violență.

Obiectivele specifice ale proiectului urmăresc:

1. Extinderea facilităților oferite de serviciul 119 prin dezvoltarea unor noi aplicații și platforme necesare asigurării asistenței pentru copiii care sunt victime ale abuzului, neglijării, exploatării și oricărei alte forme de violență;
2. Asigurarea unor aplicații și programe suport pentru specialiștii implicați în gestionarea numărului unic 119;
3. Asigurarea unor sesiuni de formare a angajaților din instituțiile din domeniul protecției copilului.

Sursa de finanțare a achiziției este din fondurile alocate proiectului „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS 319768, conform bugetului aprobat. Proiectul este finanțat de Uniunea Europeană prin Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027, P2. Digitalizare în administrația publică centrală și mediul de afaceri, Acțiunea 2.2 E-guvernarea și digitalizarea în beneficiul cetățenilor.

2.1. Informații despre Autoritatea Contractantă

Misiunea Autorității Naționale pentru Protecția Drepturilor Copilului și Adopție (ANPDCA) este de a proteja și promova drepturile tuturor copiilor și de a lua toate măsurile pentru a contribui la crearea unei societăți demne pentru copii, implicând în acest proces autoritățile administrației publice locale și centrale, societatea civilă, părinții și copiii.

În îndeplinirea acestei misiuni, ANPDCA exercită printre atribuțiile specifice și pe acelea care au ca obiectiv coordonarea și îndrumarea metodologică privind semnalarea suspiciunilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului prin numărul unic național 119.

2.2. Informații despre contextul care a determinat achiziționarea serviciilor

Pentru a asigura o vizibilitate cât mai mare a proiectului „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS 319768, vor fi achiziționate servicii pentru desfășurarea unei campanii de informare a publicului-țintă cu privire la existența, rolul și modalitățile de utilizare a numărului unic național 119, destinat semnalării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare sau oricare altă formă de violență asupra copilului, inclusiv a noilor instrumente digitale ale acestuia, în vederea creșterii gradului de cunoaștere, semnalare și utilizare a serviciului unic național 119 privind alertarea, identificarea și intervenția în cazurile de abuz, neglijare, exploatare sau oricare altă formă de violență asupra copilului, în rândul populației.





**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Campania de informare este o campanie media care presupune informarea publicului-țintă prin promovarea, în mass-media și social media, a informațiilor privind existența, rolul și modalitățile de utilizare a numărului unic național 119, destinat semnalării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare sau oricare altă formă de violență asupra copilului, inclusiv a noilor instrumente digitale ale acestuia, în vederea creșterii gradului de cunoaștere, semnalare și utilizare a serviciului unic național 119 privind alertarea, identificarea și intervenția cazurilor de abuz, neglijare, exploatare sau oricare altă formă de violență asupra copilului, în rândul populației.

2.3. Informații despre beneficiile anticipate de către ANPDCA

Proiectul „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS 319768, contribuie la crearea premiselor creșterii accesului la servicii de asistență pentru copiii care sunt victime ale unui abuz, ale exploatării, neglijării sau oricăror alte forme de violență.

Proiectul implementat de ANPDCA, în parteneriat cu STS, vizează dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat semnalării suspiciunilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului. Astfel, vor fi adăugate noi instrumente digitale care să permită o intervenție mai rapidă, eficientă și țintită, în sprijinul tuturor copiilor aflați în situații de risc pe teritoriul României, precum și posibilitatea accesării instrumentelor digitale și de către copii/persoane de altă naționalitate. În cadrul proiectului vor fi create noi aplicații și programe suport pentru specialiștii implicați în gestionarea numărului unic 119.

Astfel, Autoritatea Contractantă își propune derularea unei proceduri de achiziție publică a *serviciilor de campanie de informare* în cadrul proiectului „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS 319768 și încheierea unui contract cu ofertantul declarat câștigător.

2.4. Alte inițiative/proiecte/programe asociate cu această achiziție de servicii

Dezvoltarea unor mecanisme de protecție a copiilor împotriva violenței este unul dintre obiectivele generale ale Strategiei Naționale pentru Protecția și Promovarea Drepturilor Copilului 2023 - 2027, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 969/2023, cât și al Planului Național de Acțiune pentru implementarea Garanției pentru copii 2023-2030, documentele programatice în domeniul protejării drepturilor copiilor din România.

De asemenea, proiectul este relevant pentru Acțiunea 2.2.1 E-guv în administrația/instituțiile publice - Servicii publice destinate cetățenilor și/sau firmelor, din cadrul Programului Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare (PCIDIF).



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale

Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin
Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027



2.5. Factori interesați și rolul acestora

ANPDCA, în calitate de beneficiar al proiectului „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS 319768, va colabora direct cu Prestatorul, prin intermediul echipei de proiect ANPDCA, în activitatea de derularea contractului care vizează servicii campanie de informare.

Prestatorul va furniza servicii campanie de informare așa cum sunt ele menționate la pct. 3. *Descrierea serviciilor solicitate.*

Publicul-țintă:

1. **public-țintă primar:** copii români sau de altă naționalitate, cu vârsta între 0 și 18 ani, rezidenți pe teritoriul României;
2. **public-țintă secundar:** cetățeni români sau de altă naționalitate, cu vârsta peste 18 ani, rezidenți pe teritoriul României.

3. Descrierea serviciilor solicitate

3.1. Descrierea situației actuale la nivelul ANPDCA

Conform anexei nr. 1 a Hotărârii Guvernului nr. 797/2017 pentru aprobarea regulamentelor-cadru de organizare și funcționare ale serviciilor publice de asistență socială și a structurii orientative de personal, cu modificările și completările ulterioare, Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului (DGASPC) este instituția publică cu personalitate juridică ce funcționează în subordinea consiliului județean, respectiv a consiliilor locale ale sectoarelor municipiului București. Această instituție are rolul de a asigura la nivel județean, respectiv la nivelul sectoarelor municipiului București, aplicarea politicilor și strategiilor de asistență socială în domeniul protecției copilului, familiei, persoanelor singure, persoanelor vârstnice, persoanelor cu handicap, precum și a oricăror persoane aflate în nevoie.

Copilul are dreptul de a fi protejat împotriva abuzului, neglijării, exploatării și oricărei alte forme de violență. În vederea asigurării respectării acestui drept, direcția generală de asistență socială și protecția copilului este obligată să verifice și să soluționeze toate sesizările privind posibilele cazuri de abuz, neglijare, exploatare și orice formă de violență asupra copilului.

De asemenea, conform prevederilor legale în vigoare, pentru semnalarea cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului, este obligatorie existența unei linii telefonice dedicate, care a fost denumită generic ”telefonului copilului”, care în fapt este numărul unic național 119, număr care trebuie adus la cunoștința publicului.

În anul 2021, având în vedere efectele pandemiei de COVID-19 asupra copiilor, Guvernul a aprobat OUG 105/2021 privind Programul național de suport pentru copii - „Din grijă pentru copii”, program





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

care prevede asigurarea suportului psihoemoțional pentru copii, sporirea siguranței acestora, precum și înființarea liniei telefonice 119, număr unic destinat semnalării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului.

Serviciul de Telecomunicații Speciale a avut rolul de a asigura funcționarea liniei telefonice, prin implementarea unei soluții de tip call center în cele 41 de județe ale țării, precum și în sectoarele municipiului București, la nivelul Direcțiilor Generale pentru Asistență Socială și Protecția Drepturilor Copilului.

La acel moment, în vederea operaționalizării și asigurării funcționării numărului unic național 119, ANPDCA a elaborat metodologia necesară și a asigurat coordonarea metodologică a DGASPC, în conformitate cu atribuțiile legale.

Intrarea în funcțiune a numărului unic național 119 a determinat o creștere semnificativă a semnalării cazurilor în care existau suspiciuni de abuz, neglijare, exploatare sau orice altă formă de violență asupra copilului. Astfel, din datele centralizate de la nivelul celor 47 de direcții generale de asistență socială și protecția copilului rezultă că în decursul primelor 12 luni de funcționare s-au înregistrat un număr de 101.708 de apeluri de la 39.451 numere unice.

În funcție de situația semnalată, angajații DGASPC asigură atât informare și consilierea celor care apelează numărul 119, cât și intervenția imediată, de verificare a suspiciunilor în cazul semnalării unor situații de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului prin intermediul echipelor mobile constituite la nivelul fiecărui DGASPC. Aceste echipe se deplasează la locația unde a fost semnalată situația de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului pentru o evaluare efectivă a situației și pentru a stabili măsurile legale de intervenție. Aceste măsuri merg de la consiliere psihologică, monitorizarea familiei sau sprijin material și educațional până la separarea imediată de familie și plasarea la un asistent maternal, într-un centru de primire în regim de urgență sau la rude. În cazul abuzurilor fizice grave, sexuale sau al exploatării (prin muncă sau trafic), DGASPC are obligația de a sesiza organele de urmărire penală și poate solicita instanței emiterea unui ordin de protecție pentru a îndepărta agresorul sau pentru a interzice contactul cu copilul.

În contextul evoluției tehnologice în domeniul IT&C, deci implicit al comunicațiilor, iese în evidență tot mai stringent necesitatea îmbunătățirii funcțiilor și serviciilor existente, dar și a introducerii unor funcții noi, pentru numărul unic 119, adaptate la cerințele actuale. Astfel, localizarea precisă a echipelor de intervenție, posibilitatea comunicării rapide în timp real a echipei mobile cu alte structuri din DGASPC, precum și cu alte instituții (Poliție, Parchet, spitale) pentru o evaluare rapidă a dimensiunii unei situații de amploare, introducerea unei aplicații de tip chat cu modul de traducere pentru informare și suport non-stop sunt îmbunătățiri absolut necesare pentru funcționarea și funcționalitatea 119, care pot crește substanțial calitatea serviciilor oferite cetățenilor.

Eficientizarea activității DGASPC de verificare a suspiciunilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului nu poate fi realizată decât prin modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119 și prin îmbunătățirea securității cibernetice a sistemului informatic și de comunicații, inclusiv prin



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

protejarea datelor cu caracter personal sau sensibile, astfel încât acesta să poată răspunde atât cerințelor actuale de funcționare a serviciului, cât și celor viitoare.

3.2. Obiectivul general la care contribuie achiziționarea serviciilor

Creșterea gradului de conștientizare și informare a publicului-țintă cu privire la instrumentele digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, ceea ce va conduce la creșterea accesului la servicii publice de asistență pentru copiii care sunt expuși riscului de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență.

3.3. Obiectivul specific la care contribuie achiziționarea serviciilor

Desfășurarea unei campanii de informare la nivel național adresată publicului-țintă privind existența, rolul și modalitățile de utilizare a numărului unic național 119, destinat semnalării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare sau oricare altă formă de violență asupra copilului, inclusiv a noilor instrumente digitale asociate acestuia, în vederea creșterii gradului de cunoaștere, semnalare și utilizare a serviciului unic național 119 privind alertarea, identificarea și intervenția în situațiile de abuz, neglijare, exploatare sau oricare altă formă de violență asupra copilului, în rândul populației.

3.4. Serviciile solicitate

Această secțiune descrie serviciile care fac obiectul prezentului Caiet de Sarcini, precum și cerințele minime obligatorii pe care ofertanții trebuie să le respecte în elaborarea propunerii tehnice și a propunerii financiare. Ofertanții au libertatea de a propune soluții tehnice și strategii de implementare optimizate, inclusiv în ceea ce privește mixul media, frecvența și distribuția difuzărilor, cu respectarea cerințelor minime obligatorii și a obiectivelor campaniei.

Obiectul achiziției constă în prestarea de servicii pentru realizarea și implementarea unei campanii de informare adresate publicului-țintă, cod CPV 79341400-0 - Servicii de campanii de publicitate.

Serviciile includ, fără a se limita la, următoarele activități principale:

- A. Campanie media TV - creația, producția și difuzarea a 2 spoturi video pentru difuzare TV, inclusiv adaptarea acestora pentru mediul online;**
- B. Campanie media radio - creația, producția și difuzarea a 4 spoturi audio pentru difuzare radio;**
- C. Campanie de promovare în mediul online - creația, producția și afișarea a 2 bannere web, precum și implementarea campaniei de promovare pe platformele de social media.**

Prestatorul are obligația de a organiza activitățile în mod eficient, inclusiv prin derularea în paralel a etapelor, astfel încât să respecte termenele prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini.

Caietul de sarcini conține indicații privind regulile de bază care trebuie respectate, astfel încât potențialii ofertanți să elaboreze propunerea tehnică și propunerea financiară în concordanță cu cerințele caietului de sarcini.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

Nerespectarea cerințelor minime obligatorii sau a altor cerințe obligatorii atrage automat declararea ofertei ca neconformă.

În realizarea serviciilor solicitate, activitatea Prestatorului va fi condusă de următoarele principii:

- Prestatorul va acționa în interesul Autorității Contractante pe durata prestării serviciilor, în condițiile și cu limitele descrise în documentația aferentă prezentei proceduri de atribuire.
- Prestatorul va acționa în vederea realizării obiectivelor contractului și a optimizării utilizării resurselor necesare îndeplinirii acestora.
- Prestatorul va asigura profesionalismul resurselor implicate și respectarea standardelor profesionale specifice domeniului comunicării și publicității.

Campania de informare se va desfășura pe o perioadă de maximum 5 luni de la data semnării contractului, perioadă care include etapele de dezvoltare a conceptului creativ, producția materialelor de comunicare, difuzarea acestora prin canalele media prevăzute (TV, radio, online și social media), precum și activitățile de monitorizare, raportare și recepție.

Durata componentelor media poate varia în funcție de canalul de comunicare utilizat, cu respectarea cerințelor specifice prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini.

Valoarea totală maximă a contractului de achiziție publică este de **1.679.782,18 lei fără TVA** și include toate costurile aferente implementării campaniei de informare, inclusiv, dar fără a se limita la: dezvoltarea conceptului creativ, creația și producția materialelor, realizarea tuturor versiunilor și adaptărilor solicitate prin prezentul Caiet de sarcini, achiziția spațiului media (TV, radio, online), difuzarea materialelor, promovarea în mediul online și pe platformele de social media, realizarea bannerelor web, monitorizarea și raportarea rezultatelor campaniei, precum și orice alte costuri necesare implementării campaniei. Adaptările și versiunile materialelor solicitate sunt limitate la formatele uzuale ale canalelor de difuzare prevăzute în prezentul Caiet de sarcini și nu presupun realizarea unor materiale complet noi, ci doar adaptarea materialelor existente. Nu vor fi acceptate costuri suplimentare ulterior atribuirii contractului pentru activități sau servicii care sunt necesare pentru realizarea obiectului contractului și care puteau fi prevăzute la momentul elaborării ofertei. Autoritatea Contractantă nu stabilește o alocare prestabilită a bugetului între canalele media (TV, radio, online sau social media). Ofertanții vor propune, în cadrul Propunerii Tehnice și Financiare, distribuția bugetului între canalele de comunicare, în funcție de abordarea propusă pentru realizarea și difuzarea materialelor campaniei, cu respectarea cerințelor minime prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini.

Notă: Operatorii economici nu vor depăși valoarea totală maximă a contractului de achiziție publică pentru serviciile de campanie de informare, menționată în Caietul de sarcini, sub sancțiunea considerării Ofertei ca fiind inacceptabilă, conform art. 215, alin. 4 din Legea 98/2016, cu modificările și completările ulterioare.

Ofertanții vor propune în cadrul propunerii tehnice și financiare structura planului media și distribuția bugetului între diferitele canale de comunicare (TV, radio, online și social media), în funcție de expertiza proprie, astfel încât să se asigure atingerea obiectivelor campaniei. Toate costurile



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

aferele implementării campaniei, inclusiv costurile de difuzare media și promovare online, vor fi incluse în prețul oferit.

În derularea contractului, Autoritatea Contractantă și Prestatorul vor respecta principiile egalității de șanse, nediscriminării și accesibilității pentru persoanele cu dizabilități, în conformitate cu legislația națională și europeană aplicabilă.

În acest sens, toate activitățile realizate în cadrul contractului vor fi implementate cu respectarea principiului egalității de șanse și tratamentului egal, fără discriminare pe criterii de rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, sex, orientare sexuală, vârstă, dizabilitate, opinie, apartenență politică, origine socială sau orice alt criteriu, în conformitate cu prevederile legislației în vigoare.

Toate serviciile prestate în cadrul contractului vor respecta principiul „Do No Significant Harm” (DNSH - „a nu prejudicia în mod semnificativ”), conform art. 17 din Regulamentul (UE) 2020/852 și Orientărilor tehnice ale Comisiei Europene (2021/C58/01).

Aplicarea principiului DNSH se va realiza în mod proporțional cu natura serviciilor contractate, prin măsuri precum:

- utilizarea preponderentă a formatelor digitale pentru livrabile și comunicare;
- limitarea utilizării materialelor fizice și a resurselor consumabile;
- optimizarea difuzării media astfel încât să se evite consumul inutil de resurse.

Prestatorul va pune la dispoziția Achizitorului, la solicitare, declarații sau alte dovezi rezonabile privind respectarea principiului DNSH, adaptate specificului serviciilor prestate.

Nerespectarea obligațiilor privind principiul DNSH atrage aplicarea măsurilor contractuale, inclusiv penalități sau rezilierea contractului, în condițiile principiului proporționalității și ale legislației aplicabile.

Prestatorul va asigura către Autoritatea Contractantă cesiunea integrală și exclusivă, nelimitată în timp și spațiu, a tuturor drepturilor patrimoniale de autor asupra tuturor materialelor create, realizate în executarea sau în legătură cu contractul de prestări servicii campanie de informare încheiat în cadrul proiectului cod MySMIS 319768.

Prestatorul va preda Autorității Contractante toate materialele realizate atât în formatele finale utilizate în campanie, cât și în formatele editabile.

Comunicarea va fi realizată într-o manieră integrată, astfel încât să se asigure consistența și coerența mesajelor în toate mediile din mixul de comunicare (TV, radio, promovare online și social media).

Justificarea mixului de canale media utilizate în cadrul campaniei de informare

Mixul de canale media propus în cadrul prezentului Caiet de Sarcini (TV, radio, promovare online și social media) are la bază necesitatea asigurării unei acoperiri cât mai largi a publicului-țintă și a unei frecvențe adecvate a mesajelor de informare, în concordanță cu obiectivele campaniei și cu specificul mesajului public promovat.

Utilizarea combinată a canalelor TV, radio, online și social media permite transmiterea mesajelor campaniei prin medii complementare, cu grade diferite de penetrare în rândul publicului, contribuind



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

astfel la creșterea nivelului de informare a populației privind rolul și modalitățile de utilizare a numărului unic național 119 și a instrumentelor digitale asociate acestuia.

Prin utilizarea unui mix integrat de canale media, Autoritatea Contractantă urmărește maximizarea impactului campaniei de informare și eficiența utilizării fondurilor publice, asigurând în același timp respectarea principiilor transparenței, tratamentului egal și nediscriminării între operatorii economici participanți la procedura de atribuire.

Dezvoltarea conceptului creativ

Prestatorul va participa la o întâlnire de briefing cu reprezentanții Autorității Contractante, organizată în termen de **maximum 5 zile de la semnarea contractului**, în cadrul căreia vor fi stabilite și agreeate așteptările privind conceptele și materialele creative aferente proiectului.

În termen de **maximum 10 zile de la întâlnirea de briefing**, Prestatorul va dezvolta și prezenta Autorității Contractante **două variante de Concept creativ**, fiecare urmând a fi declinată în:

- 2 execuții TV (la nivelul de storyboard), câte o execuție pentru fiecare public-țintă;
- 4 execuții radio (la nivel de script), câte 2 pentru fiecare public-țintă;
- 2 propuneri de bannere web (machete grafice și conținut), câte unul pentru fiecare public-țintă.

Conceptul creativ va reflecta înțelegerea obiectivelor campaniei de informare și va asigura coerența mesajelor în toate mediile de comunicare.

Conceptul creativ, precum și toate materialele de comunicare derivate din acesta (spoturi video, spoturi audio, bannere web și materiale utilizate în mediul online și social media), vor fi elaborate și validate din perspectiva impactului emoțional asupra publicului țintă, cu implicarea expertului în psihologie/științe sociale.

În acest sens, Prestatorul va prezenta Autorității Contractante, la solicitare sau în etapa de predare a materialelor finale, un document de validare (notă de avizare / punct de vedere scris) emis de expertul în psihologie/științe sociale, din care să rezulte conformitatea materialelor cu cerințele privind:

- evitarea revictimizării, culpabilizării sau normalizării violenței;
- adecvarea tonului și mesajelor la segmentele de vârstă vizate;
- formularea unor mesaje care încurajează raportarea situațiilor de risc fără a genera teamă, stigmatizare sau blocaje emoționale.

Responsabilitatea finală privind conformitatea materialelor de comunicare revine Prestatorului.

Autoritatea Contractantă va selecta una dintre variantele propuse de concept creativ și va transmite eventualele observații sau solicitări de modificare, în cazul în care există, în termen de maximum 3 zile de la prezentare.

Prestatorul va integra observațiile primite și va transmite varianta finală a conceptului creativ în termen de **maximum 5 zile de la primirea observațiilor**. Autoritatea Contractantă va transmite aprobarea finală („Bun de producție”) sau observațiile asupra materialelor propuse în termen de





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

maximum 3 zile de la primirea acestora. Aprobarea finală („Bun de producție”) reprezintă ultima etapă de validare a materialelor înainte de intrarea în producție.

Numărul de runde de revizie aferente conceptului creativ este limitat la maximum 2. Depășirea acestui număr nu conduce la prelungirea termenelor prevăzute în graficul de implementare și nu poate justifica întâzieri în executarea contractului.

Transmiterea unor variante incomplete, neconforme sau care nu respectă cerințele Caietului de sarcini nu suspendă termenele contractuale.

Livrabile

- 1 concept creativ declinat în: 2 execuții TV (storybord), 4 execuții radio (script), 2 bannere web (machete grafice și conținut)

Conceptul creativ va avea la bază o viziune unitară și clară privind existența, rolul și modalitățile de utilizare a numărului unic național 119, inclusiv a noilor instrumente digitale asociate acestuia, și va fi construit astfel încât să ghideze întreaga campanie și să lege toate acțiunile propuse sub o singură temă și un mesaj central.

Acest lucru presupune inclusiv faptul că Prestatorul va stabili, respectiv va realiza mesajele-cheie, identitatea vizuală asociată cu modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, produsele și acțiunile de promovare, precum și cele mai potrivite canale de comunicare adaptate fiecărui segment de public-țintă. De asemenea, Prestatorul va realiza planul de difuzare/promovare și va asigura implementarea acestuia.

Totodată, Prestatorul va adapta mesajele în concordanță cu dezvoltarea serviciilor în cadrul proiectului „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”.

Când execuțiile (TV, radio, online) vor fi finalizate și aprobate de către Autoritatea Contractantă, vor fi livrate către televiziuni, posturi radio, respectiv distribuite în mediul online (platforme social media, site-uri) prin grija Prestatorului, în formatele tehnice necesare difuzării.

Toate materialele realizate de Prestator trebuie să respecte Ghidul de identitate vizuală - vizibilitate, transparență și comunicare în perioada de programare 2021-2027, disponibil la <https://mfe.gov.ro/wp-content/uploads/2023/11/1ee9f21ea0ecb3e0c187ad585c595088.zip>, ultima variantă disponibilă la data semnării contractului, pus la dispoziția Prestatorului de către Autoritatea Contractantă, precum și legislația audio-vizuală și normele incidente în vigoare în România (GIV).

Descrierea activităților specifice necesare desfășurării campaniei de informare



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Cofinanțat de
Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

A. Campanie media TV - creatia, productia și difuzarea a 2 spoturi video pentru difuzare TV, inclusiv adaptarea acestora pentru mediul online

Obiectivul activității

Activitatea are ca obiectiv realizarea și difuzarea unei campanii media TV, prin intermediul a 2 spoturi video de câte 30 de secunde fiecare, câte unul pentru fiecare segment de public-țintă, în vederea creșterii nivelului de informare privind utilizarea instrumentelor asociate numărului unic național 119.

Descrierea activităților

Comunicarea va fi realizată într-o manieră integrată, astfel încât să se asigure consistența și coerența mesajelor în toate mediile din mixul de comunicare (TV, radio, promovare online și social media).

A.1 Creație și producție spoturi video pentru difuzare TV, inclusiv adaptarea acestora pentru mediul online

Spoturile video vor fi realizate în limba română și vor avea durata de 30 de secunde fiecare.

Subiectele abordate în spoturi vor facilita înțelegerea de către fiecare segment de public-țintă a următorului mesaj: importanța cunoașterii și utilizării instrumentelor asociate 119 și, în special, a celor digitale realizate prin proiect. Utilizarea acestor instrumente (chatbot, email, site-ul www.119.ro) asigură o intervenție rapidă, eficientă, coerentă și completă a autorităților cu responsabilități în domeniul protecției drepturilor copilului.

Mesajele vor fi accesibile, simple, concise și precise și vor furniza informația utilă și necesară pentru ca nivelul de informare să fie maximizat. Mesajele și execuțiile creative vor fi validate din perspectiva impactului emoțional asupra publicului țintă, cu implicarea expertului în psihologie/științe sociale, în conformitate cu cerințele privind evitarea revictimizării și adaptarea mesajelor la segmentele de vârstă.

Spoturile vor avea mesaje complementare, adaptate fiecărui segment de public-țintă. Temele abordate vor urmări facilitarea cunoașterii și înțelegerii de către publicul-țintă a noilor funcționalități ale numărului 119, modernizat prin proiect, precum și evidențierea importanței utilizării acestora.

Spoturile video vor fi adaptate pentru accesibilitate, prin includerea traducerii în limbaj mimico-gestual. Pentru adaptările spoturilor video la limbajul mimico-gestual, se va utiliza o persoană autorizată ca interpret al limbajului mimico-gestual, conform Ordinului comun al ministrului muncii, familiei și protecției sociale, al președintelui Autorității Naționale pentru Persoanelor cu Handicap și al ministrului educației, cercetării, tineretului și sportului nr. 671/1640/61/2007 pentru aprobarea Metodologiei de autorizare a interpreților limbajului mimico-gestual și a interpreților limbajului specific persoanei cu surdocecitate, cu modificările și completările ulterioare.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale

Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin
Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Ofertantul va prezenta, în cadrul **Propunerii Tehnice**, persoana propusă cu rolul de interpret al limbajului mimico-gestual și documentul doveditor al autorizării acesteia, în termen de valabilitate la data limită stabilită pentru transmiterea ofertelor, în SEAP.

Prestatorul va asigura traducerea și subtitrarea spoturilor video realizate în cadrul contractului în următoarele limbi: maghiară, ucraineană, rusă, turcă și germană.

Subtitrarea va fi integrată în conținutul video (on-screen), corectă din punct de vedere lingvistic, adaptată contextului mesajului și sincronizată cu materialul audio. Aceasta va fi optimizată pentru vizualizare pe dispozitive mobile și pentru formatele specifice canalelor de distribuție.

Traducerile realizate vor fi supuse aprobării Autorității Contractante înainte de utilizare.

Prestatorul va asigura toate serviciile necesare realizării celor 2 spoturi video, în toate etapele de:

- pre-producție/planificare activități de realizare spoturi, astfel încât durata maximă alocată pentru realizarea spoturilor să nu depășească 45 de zile;
- producția/filmarea propriu-zisă, cu participarea echipei de specialiști (regizor, producător, cameramani, operatori, inginer de sunet etc), precum și asigurarea tuturor resurselor necesare pentru realizarea producției;
- post-producție: editare și montaj filmări video, adăugare muzică, grafică, efecte speciale, animații, integrarea interpretării în limbaj mimico-gestual și realizarea tuturor activităților necesare obținerii produsului final.

Prestatorul va asigura realizarea voice-over-ului și a unui jingle (melodie scurtă cu rol publicitar), care să sprijine conținutul spoturilor și să contribuie la identitatea sonoră a campaniei.

„Jingle-ul” va deveni marca sonoră a campaniei, iar Ofertantul va avea obligația de a se angaja, în Propunerea Tehnică elaborată, că va ceda drepturile de autor asupra respectivei melodii Autorității Contractante, în cazul în care va fi declarat câștigător.

Prestatorul va face dovada, prin prezentarea de documente, că nu se încalcă drepturi de autor pentru efecte muzicale, coloana sonoră, voice-over și orice alte elemente, grafice sau de conținut ale spoturilor.

Spoturile video vor fi date în producție numai cu acordul scris al Autorității Contractante, transmis inclusiv prin corespondență electronică, în termen de maximum 3 zile de la primirea formei finale a conceptului creativ, incluzând storyboard-urile aferente.

Spoturile vor fi realizate în format Full HD (1920x1080) și optimizate pentru difuzare pe TV. De asemenea, fiecare spot video va fi adaptat și pentru media online în formatele: pătrat (1:1), vertical (9:16) și orizontal (16:9). Calitatea spoturilor TV va fi în conformitate cu tehnologia folosită de posturile de televiziune. Prestatorul se va asigura că spoturile video sunt compatibile cu dispozitivele mobile (smartphone, tabletă) și păstrează aceeași calitate pe computer, smartphone și tabletă. Totodată, Prestatorul va asigura adaptarea spoturilor video și pentru difuzare în cinematografe, în formate specifice (ex.: DCP - Digital Cinema Package), precum și pentru alte medii de difuzare și



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



utilizare (ex.: ecrane digitale outdoor, campanii digitale cu durată redusă, evenimente și prezentări publice), în formate tehnice adaptate, conform cerințelor specifice fiecărui canal. Pentru utilizarea în cadrul evenimentelor și prezentărilor, Prestatorul va asigura versiuni adaptate ale spoturilor (ex.: variante fără subtitrare sau cu subtitrare adaptată, versiuni fără elemente specifice difuzării TV sau alte ajustări necesare), astfel încât materialele să poată fi utilizate în mod optim în contexte offline sau instituționale.

Conformitatea tehnică a materialelor video realizate în cadrul contractului, inclusiv a versiunilor adaptate pentru diferite canale de difuzare (TV, online, cinematografe, ecrane digitale outdoor sau alte medii), se va demonstra pe baza fișierelor livrate, a specificațiilor tehnice aferente acestora și, după caz, a declarațiilor/confirmărilor furnizate de Prestator privind compatibilitatea cu cerințele canalelor de difuzare. Prestatorul răspunde pentru conformitatea tehnică a materialelor livrate și pentru posibilitatea utilizării efective a acestora în mediile de difuzare pentru care au fost realizate. Adaptările și versiunile materialelor video prevăzute în prezentul Caiet de sarcini sunt considerate incluse în obiectul contractului și în prețul oferit și nu vor genera costuri suplimentare pentru Autoritatea Contractantă.

Prestatorul va asigura transmiterea spoturilor video aprobate de Autoritatea Contractantă către posturile de televiziune propuse în Propunerea Tehnică și va respecta toate cerințele tehnice prevăzute de Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, precum și specificațiile tehnice ale posturilor de televiziune.

Prestatorul va pune la dispoziția Autorității Contractante fotografiile realizate în timpul filmării („making of”), respectiv câte un set de 5 fotografii pentru fiecare spot video.

Prestatorul va avea în vedere ca persoanele utilizate în materialele de comunicare să nu afecteze imaginea de neutralitate și imparțialitate a Autorității Contractante. În acest sens, Prestatorul va evita utilizarea unor persoane a căror imagine publică este asociată în mod evident cu activități sau mesaje de natură politică, de natură a prejudicia percepția publică asupra caracterului neutru al campaniei. Decizia finală privind utilizarea persoanelor în materialele de comunicare va aparține Autorității Contractante.

Prestatorul are obligația să se asigure că regizorul și echipa de producție vor lua decizii numai prin consultare și numai cu acordul Autorității Contractante, asupra persoanelor care vor interpreta roluri și vor face figurație în cadrul spoturilor video.

A.2 Difuzare și monitorizare spoturi video

Prestatorul va asigura difuzarea spoturilor video în cadrul unei campanii media TV la nivel național, pe durata a 2 luni, prin intermediul unor posturi de televiziune selectate astfel încât să asigure o acoperire națională și o audiență relevantă pentru publicul țintă al campaniei. Difuzarea spoturilor video trebuie să înceapă nu mai târziu de 45 de zile de la data semnării contractului.

Difuzarea celor 2 spoturi video pe cel puțin 3 posturi de televiziune generaliste cu acoperire națională, auditate de Asociația Română pentru Măsurarea Audiențelor (ARMA), dintre cele clasate





Cofinanțat de
Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

În primele 20 posturi de televiziune la nivel național, stabilite în funcție de indicatorul de audiență (*National +g*) calculat pentru luna anterioară publicării anunțului de participare în SEAP, potrivit raportului de audiență ARMA disponibil la adresa: <https://www.arma.org.ro/rapoarte-de-audienta>. Cerința privind selectarea posturilor TV din primele 20 de stații la nivel național are rolul de a asigura difuzarea mesajelor campaniei prin canale media cu audiență relevantă și acoperire națională, astfel încât impactul campaniei de informare să fie proporțional cu obiectivele acesteia și cu utilizarea eficientă a fondurilor publice.

Fiecare dintre cele 2 spoturi video trebuie difuzat pe fiecare dintre cele 3 posturi de televiziune selectate de ofertant. **Nu este permisă distribuirea spoturilor între posturi (de exemplu difuzarea unui spot pe un post și a celuilalt pe alt post).**

Ofertantul trebuie să identifice și să nominalizeze în Propunerea tehnică posturile de televiziune selectate pentru difuzarea spoturilor video și să prezinte documente justificative care să demonstreze îndeplinirea criteriilor privind acoperirea națională și încadrarea acestora în clasamentul primelor 20 de stații TV la nivel național după audiență. Încadrarea în clasamentul de audiență se va demonstra prin extrase din rapoartele de audiență emise de Asociația Română pentru Măsurarea Audiențelor (ARMA).

Posturile de televiziune selectate trebuie să aparțină unor **societăți media distincte**, în vederea asigurării diversificării canalelor de comunicare și a unei acoperiri cât mai largi a publicului țintă.

Ofertantul va asigura, pe durata a 2 luni, **minimum o difuzare pe zi a fiecăruia dintre cele 2 spoturi video pe fiecare dintre cele 3 posturi de televiziune menționate în Propunerea tehnică**, în intervalul orar **18:00-23:00, corespunzător intervalelor de maximă audiență TV**, cu o frecvență adaptată la intervalele orare pe care le consideră cele mai potrivite pentru asigurarea unei vizibilități optime pentru publicul țintă, cu evitarea concentrării difuzărilor în intervalele orare cu audiență scăzută din cadrul acestui interval și cu asigurarea includerii difuzărilor în intervale relevante de audiență, în special în cele de vârf. Stabilirea acestui interval orar are în vedere nivelul ridicat de audiență înregistrat în această perioadă, conform datelor de audiență disponibile public, astfel încât mesajele campaniei să atingă un număr cât mai mare de persoane din publicul țintă.

Prezentarea de către Ofertant în Propunerea tehnică a unei **singure difuzări pe zi a fiecăruia dintre cele 2 spoturi video pe fiecare dintre cele 3 posturi de televiziune menționate în Propunerea tehnică**, în intervalul orar **18:00-23:00**, reprezintă **cerință minimă obligatorie**. Numărul suplimentar de difuzări propus peste nivelul minim solicitat va fi luat în considerare în cadrul criteriilor de atribuire, punctajul fiind acordat exclusiv pentru difuzările suplimentare oferite peste cerința minimă prevăzută în prezentul Caiet de Sarcini.

Ofertantul va prezenta în Propunerea tehnică, un proiect de Plan de producție și difuzare a spoturilor video, elaborat în conformitate cu cerințele prezentului Caiet de Sarcini și care va sta la baza planului final de difuzare ce va fi agreat ulterior cu Autoritatea Contractantă în maximum 20 de zile



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale

Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin
Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

de la semnarea Contractului. Aceasta nu face obiectul unei evaluări pe bază de punctaj, ci are rolul de a demonstra Autorității Contractante capacitatea Ofertantului de prestare a acestor servicii.

Proiectul planului de producție și difuzare a spoturilor video va trebui să asigure un optim de vizibilitate în raport cu publicul-țintă și să respecte cel puțin cerințele minime prezentate mai jos, fără a se limita la acestea:

- i. toate difuzările se realizează la 3 posturi TV cu acoperire națională, dintre cele auditate de Asociația Română pentru Măsurarea Audiențelor/ARMA și aflate în top 20 stații TV naționale cu cea mai mare audiență (National +g), calculată în luna anterioară publicării anunțului de participare în SEAP, conform raportului de audiență ARMA (<https://www.arma.org.ro/rapoarte-de-audienta>);
- ii. durata fiecărei difuzări trebuie să respecte durata spotului video produs în baza prezentului Caiet de Sarcini;
- iii. difuzările vor acoperi toate zilele săptămânii, de luni până duminică inclusiv, pe durata a 2 luni.

Prestatorul va **monitoriza** difuzarea spoturilor și va prezenta Autorității Contractante, conform planului de producție și difuzare agreeat, **rapoarte de audiență lunare și un raport final de audiență** la finalizarea perioadei de difuzare.

În ceea ce privește monitorizarea difuzării spoturilor video, Prestatorul va prezenta documente justificative care să confirme realizarea difuzărilor, respectiv rapoarte emise și asumate de posturile de televiziune nominalizate în Propunerea Tehnică.

Rapoartele de difuzare vor conține cel puțin următoarele informații: postul de televiziune, data difuzării, intervalul orar al difuzării, numărul difuzărilor și durata spotului.

Documentele justificative privind difuzarea spoturilor vor fi prezentate Autorității Contractante atât în formatul emis de posturile de televiziune, cât și într-un tabel centralizator în format editabil, care va include cel puțin informații privind postul de televiziune, data difuzării, intervalul orar, spotul difuzat și numărul difuzărilor.

Ofertantul poate opta, în funcție de expertiza sa, pentru metoda de achiziționare a spațiilor media pentru difuzarea spoturilor video (de exemplu cost per difuzare sau cost per punct de rating), obiectivul Autorității Contractante fiind obținerea unui număr cât mai mare de difuzări cu o audiență cât mai ridicată. Difuzările spoturilor video vor fi programate astfel încât să asigure o vizibilitate optimă a mesajului campaniei, cu prioritate în intervalele orare cu audiență ridicată, în special în intervalul 18:00-23:00.

Difuzarea spoturilor video se va realiza numai cu acordul „Bun de difuzat” exprimat în scris de Autoritatea Contractantă, transmis inclusiv prin corespondență electronică.

Ofertantul va face dovada disponibilității spațiilor media propuse în Oferta Tehnică prin prezentarea de documente relevante (de exemplu oferte, scrisori de disponibilitate sau confirmări emise de furnizorii de servicii media), din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția sa





pentru întreaga durată a campaniei de informare, în conformitate cu planul de difuzare a spoturilor video.

În situația în care, pe parcursul derulării contractului, apar modificări ale grilelor de programe ale posturilor TV care pot afecta intervalele de difuzare planificate, Prestatorul va propune Autorității Contractante soluții alternative de programare a difuzărilor, cu menținerea obiectivelor campaniei și cu respectarea cerințelor minime prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini, numai cu acordul prealabil al Autorității Contractante.

Livrabile Campanie media TV

1. 2 spoturi video adaptate TV, pe suport electronic, realizate în conformitate cu cerințele tehnice ale posturilor de televiziune.
2. Versiunile spoturilor în format digital (MP4 sau AVI, format Full HD), adaptate pentru difuzare în mediul online (social media, site-ul www.119.ro), inclusiv în formatele: pătrat (1:1), vertical (9:16) și orizontal (16:9), optimizate pentru platformele utilizate (ex.: reels, stories).
3. Versiuni traduse ale spoturilor video, livrate separat pentru fiecare limbă, în conformitate cu cerințele prevăzute în prezentul Caiet de sarcini..
4. Versiuni ale spoturilor video cu și fără subtitrare în limba română.
5. Versiuni adaptate ale spoturilor video pentru alte medii de difuzare și utilizare (inclusiv cinematografe, ecrane digitale outdoor, evenimente și prezentări), realizate în formatele tehnice specifice fiecărui canal.
6. Fișierele master ale spoturilor video, în format editabil și/sau sursă, care să permită reutilizarea și adaptarea ulterioară.
7. Fotografii realizate în timpul filmării („making of”): pentru fiecare spot video, un set de 5 fotografii.
8. Documente justificative privind difuzarea spoturilor TV pe durata de 2 luni, conform planului de difuzare agreeat.
9. Rapoarte de monitorizare a difuzării spoturilor TV (rapoarte lunare și raport final), care vor include date privind difuzările și audiența campaniei.

Acceptanță:

Spoturile video vor fi date în producție numai cu acordul scris al Autorității Contractante, transmis inclusiv prin corespondență electronică.

Difuzarea spoturilor video se va realiza numai cu acordul „Bun de difuzat” exprimat în scris de Autoritatea Contractantă, transmis inclusiv prin corespondență electronică.

Recepția serviciilor va consta în verificarea materialelor finale livrate și a documentelor justificative privind realizarea activităților prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini, inclusiv a rapoartelor de difuzare emise de posturile de televiziune sau de furnizorii de servicii media, care confirmă realizarea difuzărilor conform planului de difuzare agreeat. Materialele finale vor fi transmise pe suport electronic sau prin mijloace de transfer electronic de fișiere.

Recepția se va finaliza prin semnarea unui Proces-Verbal de recepție calitativă și cantitativă.





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

Recepția materialelor video va include verificarea conformității acestora cu conceptul creativ aprobat, precum și cu cerințele tehnice și de conținut prevăzute în prezentul Caiet de sarcini.

Recepția va include și verificarea subtitrării materialelor video, care trebuie să fie lizibilă, corectă din punct de vedere lingvistic, sincronizată cu mesajul audio și adaptată pentru vizualizare pe dispozitive mobile și fără sunet.

Recepția va include și verificarea corectitudinii lingvistice și a conformității traducerilor spoturilor video în limbile solicitate, inclusiv a coerenței acestora cu mesajul original.

Recepția va include verificarea adaptării materialelor video pentru formatele specifice mediului online (16:9, 1:1, 9:16), astfel încât mesajele să fie complete, lizibile și corect încadrate în fiecare format.

Recepția va include și verificarea conformității adaptărilor spoturilor video pentru alte medii de difuzare și utilizare, în raport cu cerințele tehnice specifice fiecărui canal și cu posibilitatea utilizării efective a acestora în mediile respective.

Recepția va include și verificarea fișierelor editabile livrate, care trebuie să fie complete și funcționale, împreună cu toate resursele utilizate (elemente grafice, fonturi, materiale video, animații etc.), astfel încât să permită deschiderea, editarea și reutilizarea acestora fără dependență de Prestator.

Recepția materialelor de comunicare va include și verificarea conformității acestora din perspectiva impactului emoțional asupra publicului țintă, în raport cu cerințele stabilite în prezentul Caiet de sarcini și cu validarea expertului în psihologie/științe sociale. Autoritatea Contractantă își rezervă dreptul de a solicita revizuirea, corectarea sau înlocuirea materialelor care nu respectă aceste cerințe.

Prestatorul va asigura cesiunea drepturilor patrimoniale de autor asupra spoturilor realizate, în favoarea Autorității Contractante, conform prevederilor contractuale.

B. Campanie media radio - creația, producția și difuzarea a 4 spoturi audio pentru difuzare radio

Obiectivul activității

Activitatea are ca obiectiv realizarea și difuzarea unei campanii media radio, prin intermediul a 4 spoturi audio de câte 30 de secunde fiecare, câte două pentru fiecare segment de public-țintă, în vederea creșterii nivelului de informare privind utilizarea instrumentelor asociate numărului unic național 119.

Campania media radio are rolul de a completa campania media TV și de a crește frecvența mesajului, astfel încât să se maximizeze efectul campaniei de informare.

Descrierea activităților

Comunicarea va fi realizată într-o manieră integrată, astfel încât să se asigure consistența și coerența mesajelor în toate mediile din mixul de comunicare (TV, radio, promovare online și social media).

B.1 Creație și producție spoturi audio

Spoturile audio vor fi realizate în limba română și vor avea durata de 30 de secunde fiecare.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Prestatorul va oferi cel puțin 2 exemple de voci pentru direcția aleasă, inclusiv vocea sau vocile utilizate în spoturile video realizate pentru difuzare TV.

Subiectele abordate în spoturi vor facilita înțelegerea de către fiecare segment de public-țintă a următorului mesaj: importanța cunoașterii și utilizării instrumentelor asociate 119 și, în special, a celor digitale realizate prin proiect. Utilizarea acestor instrumente (chatbot, email, site-ul www.119.ro) asigură o intervenție rapidă, eficientă, coerentă și completă a autorităților cu responsabilități în domeniul protecției drepturilor copilului.

Mesajele vor fi accesibile, simple, concise și precise și vor furniza informația utilă și necesară pentru ca nivelul de informare să fie maximizat.

Spoturile vor avea mesaje complementare, adaptate fiecărui segment de public-țintă. Temele abordate vor urmări facilitarea cunoașterii și înțelegerii de către publicul-țintă a noilor funcționalități ale numărului 119, modernizat prin proiect, precum și evidențierea importanței utilizării acestora.

Spoturile audio vor fi creații distincte, adaptate canalului radio, și nu simple extrageri ale sunetului din spoturile video.

Prestatorul va asigura toate serviciile necesare realizării celor 4 spoturi audio solicitate, în toate etapele de:

- a) pre-producție/planificare activității de realizare spoturi, astfel încât durata maximă alocată pentru realizarea spoturilor să nu depășească 45 de zile;
- b) producție/înregistrare propriu-zisă, cu participarea echipei de specialiști (regizor, monteur, producător, inginer de sunet etc.), precum și asigurarea tuturor resurselor necesare pentru realizarea producției;
- c) post-producție: editare și montaj al înregistrărilor audio, adăugare muzică, efecte sonore și realizarea tuturor activităților necesare obținerii produsului final.

Prestatorul va utiliza pentru înregistrarea spoturilor audio vocea sau vocile utilizate în spoturile video, iar coloana sonoră va include jingle-ul compus pentru campanie.

Prestatorul va face dovada că nu se încalcă drepturi de autor pentru coloana sonoră, voice-over sau alte elemente de conținut ale spoturilor.

Spoturile audio vor fi date în producție numai cu acordul scris al Autorității Contractante, inclusiv prin corespondență electronică, transmis în termen de maximum 3 zile de la primirea formei finale a conceptului creativ, incluzând scripturile aferente.

Spoturile audio vor fi realizate în formate de difuzare radio și vor fi livrate pe suport master în format wav necomprimat și comprimat.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Prestatorul va asigura transmiterea spoturilor audio aprobate de Autoritatea Contractantă către posturile radio propuse în Propunerea Tehnică și va respecta toate cerințele tehnice prevăzute de Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, precum și specificațiile tehnice ale posturilor radio.

Prestatorul va pune la dispoziția Autorității Contractante fotografiile realizate în timpul producției spoturilor audio („making of”), respectiv câte un set de 5 fotografii pentru fiecare spot audio.

B.2 Difuzare și monitorizare spoturi audio

Prestatorul va asigura difuzarea spoturilor audio în cadrul unei campanii media radio la nivel național, pe durata a 2 luni, prin intermediul unor posturi radio selectate astfel încât să asigure o acoperire națională și o audiență relevantă pentru publicul țintă al campaniei.

Difuzarea celor 4 spoturi audio pe cel puțin 3 posturi radio cu acoperire națională, dintre cele clasate în primele 20 de posturi radio la nivel național, stabilite în funcție de cota de audiență (Național 11+) înregistrată în ultimul interval calendaristic afișat anterior publicării anunțului de participare în SEAP, conform indicatorului *Market Share* din Studiul de Audiență Radio la nivel național, potrivit raportului lunar publicat de Asociația pentru Radio Audiență (ARA), disponibil la adresa: <https://www.audienta-radio.ro/default.aspx?id=6>. Cerința privind selectarea posturilor radio din primele 20 de posturi radio la nivel național are rolul de a asigura difuzarea mesajelor campaniei prin canale media cu audiență relevantă și acoperire națională, astfel încât impactul campaniei de informare să fie proporțional cu obiectivele acesteia și cu utilizarea eficientă a fondurilor publice.

Fiecare dintre cele 4 spoturi audio trebuie difuzat pe fiecare dintre cele 3 posturi radio selectate de ofertant. Nu este permisă distribuția spoturilor între posturi (de exemplu difuzarea anumitor spoturi pe un post radio și a altora pe alt post radio).

Ofertantul trebuie să identifice și să nominalizeze în Propunerea Tehnică posturile radio selectate pentru difuzarea spoturilor audio și să prezinte documente justificative care să demonstreze îndeplinirea criteriilor privind acoperirea națională și încadrarea acestora în clasamentul primelor 20 de posturi radio la nivel național după audiență. Încadrarea în clasamentul de audiență se va demonstra prin extrase din rapoartele de audiență emise de Asociația pentru Radio Audiență (ARA).

Posturile radio selectate trebuie să aparțină unor societăți media distincte, în vederea asigurării diversificării canalelor de comunicare și a unei acoperiri cât mai largi a publicului țintă.

Ofertantul va asigura, pe durata a 2 luni, minimum o difuzare pe zi a fiecăruia dintre cele 4 spoturi audio pe fiecare dintre cele 3 posturi radio menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 07:00-19:00, corespunzător intervalelor de maximă audiență radio, cu o frecvență adaptată la intervalele orare pe care le consideră cele mai potrivite pentru asigurarea unei audiențe optime pentru publicul țintă, cu evitarea concentrării difuzărilor în intervalele orare cu audiență scăzută din cadrul acestui interval și cu asigurarea unei distribuții care să includă intervale relevante de audiență, în special cele de vârf. Stabilirea acestui interval orar are în vedere nivelul ridicat de audiență





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

Înregistrat în această perioadă, conform datelor de audiență disponibile public, astfel încât mesajele campaniei să atingă un număr cât mai mare de persoane din publicul țintă.

Prezentarea de către Ofertant în Propunerea tehnică a **unei singure difuzări pe zi a fiecăruia dintre cele 4 spoturi audio pe fiecare dintre cele 3 posturi radio menționate în Propunerea tehnică**, în intervalul orar **07:00-19:00**, reprezintă **cerință minimă obligatorie**. Numărul suplimentar de difuzări propus peste nivelul minim solicitat va fi luat în considerare în cadrul criteriilor de atribuire, punctajul fiind acordat exclusiv pentru difuzările suplimentare oferite peste cerința minimă prevăzută în prezentul Caiet de Sarcini.

Ofertantul va prezenta, în Propunerea tehnică, un proiect de Plan de producție și difuzare a spoturilor audio, elaborat în conformitate cu cerințele prezentului Caiet de Sarcini și care va sta la baza planului final de difuzare ce va fi agreat ulterior cu Autoritatea Contractantă în maximum 20 de zile de la semnarea Contractului. Aceasta nu face obiectul unei evaluări pe bază de punctaj, ci are rolul de a demonstra Autorității Contractante, capacitatea Ofertantului de prestare a acestor servicii.

Proiectul Planului de producție și difuzare a spoturilor audio va trebui să asigure o audiență optimă în raport cu publicul-țintă al stațiilor de radio avute în vedere și să respecte cel puțin cerințele minime prezentate mai jos, fără a se limita la acestea:

- i. toate difuzările se fac la 3 posturi radio cu acoperire națională, din primele 20 posturi radio cu acoperire națională, stabilite în funcție de cota de audiență (Național 11+) înregistrată în ultimul interval calendaristic afișat, anterior publicării anunțului de participare în SEAP (Market Share, Studiu de Audiență Radio la nivel național, conform raportului lunar al Asociației pentru Radio Audiență/ARA), disponibil la adresa: <https://www.audienta-radio.ro/default.aspx?id=6>.
- ii. durata fiecărei difuzări trebuie să respecte durata spoturilor audio produse în baza prezentului Caiet de Sarcini;
- iii. difuzările vor acoperi toate zilele săptămânii, de luni până duminică inclusiv, pe durata campaniei, timp de 2 luni.

Prestatorul va **monitoriza** difuzarea spoturilor și va prezenta Autorității Contractante, conform planului de producție și difuzare agreat, **rapoarte de audiență lunare și un raport final de audiență** realizat la finalizarea perioadei de difuzare a spoturilor audio.

În ceea ce privește monitorizarea difuzării spoturilor audio, Prestatorul va prezenta documente justificative care să confirme realizarea difuzărilor, respectiv rapoarte emise și asumate de posturile radio nominalizate în Propunerea Tehnică.

Rapoartele de difuzare vor conține cel puțin următoarele informații: postul radio, data difuzării, intervalul orar al difuzării, numărul difuzărilor și durata spotului.

Documentele justificative privind difuzarea spoturilor vor fi prezentate Autorității Contractante atât în formatul emis de posturile radio, cât și într-un tabel centralizator în format editabil, care va include cel puțin informații privind postul radio, data difuzării, intervalul orar, spotul difuzat și numărul difuzărilor.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Difuzarea spoturilor audio se va realiza numai cu acordul „Bun de difuzat” exprimat în scris de Autoritatea Contractantă, inclusiv prin corespondență electronică.

Ofertantul va face dovada disponibilității spațiilor media propuse în Oferta Tehnică prin prezentarea de documente relevante (de exemplu oferte, scrisori de disponibilitate sau confirmări emise de furnizorii de servicii media), din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția sa pentru întreaga durată a campaniei de informare, în conformitate cu planul de difuzare a spoturilor audio.

În situația în care, pe parcursul derulării contractului, apar modificări ale grilelor de programe ale posturilor radio selectate, care pot afecta intervalele de difuzare planificate, Prestatorul va propune Autorității Contractante soluții alternative de programare a difuzărilor, cu menținerea obiectivelor campaniei și cu respectarea cerințelor minime prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini, numai cu acordul prealabil al Autorității Contractante.

Livrabile Campanie media radio

1. 4 spoturi audio, pe suport electronic, realizate în conformitate cu cerințele tehnice ale posturilor radio.
2. Versiunea spoturilor în format digital (wav necomprimat și comprimat), utilizabile pentru difuzare radio și alte sisteme audio (ex.: transport public, spații interioare).
3. Fișierele master ale spoturilor audio, în format editabil și/sau sursă, care să permită reutilizarea și adaptarea ulterioară.
4. Fotografii realizate în timpul producției spoturilor audio (“making of”) : pentru fiecare spot audio, un set de 5 fotografii
5. Documente justificative privind difuzarea spoturilor audio pe durata de 2 luni, conform planului de difuzare agreeat.
6. Rapoarte de monitorizare a difuzării spoturilor radio (rapoarte lunare și raport final), care vor include informații privind posturile radio, intervalele orare, numărul difuzărilor și perioada de difuzare.

Acceptanță:

Spoturile audio vor fi date în producție numai cu acordul scris al Autorității Contractante, inclusiv prin corespondență electronică.

Difuzarea spoturilor audio se va realiza numai cu acordul „Bun de difuzat” exprimat în scris de Autoritatea Contractantă, inclusiv prin corespondență electronică.

Recepția serviciilor va consta în verificarea materialelor finale livrate și a documentelor justificative privind realizarea activităților prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini, inclusiv a rapoartelor de difuzare emise de posturile radio sau de furnizorii de servicii media, care confirmă realizarea difuzărilor conform planului de difuzare agreeat. Materialele finale vor fi transmise pe suport electronic sau prin mijloace de transfer electronic de fișiere.

Recepția se va finaliza prin semnarea unui Proces-Verbal de recepție calitativă și cantitativă. Recepția materialelor audio va include verificarea conformității acestora cu conceptul creativ și



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

scripturile aprobate, precum și cu cerințele tehnice prevăzute în prezentul Caiet de sarcini, inclusiv în ceea ce privește calitatea sunetului și durata spoturilor.

Recepția va include și verificarea fișierelor master livrate, care trebuie să fie complete și funcționale și să permită reutilizarea și adaptarea ulterioară a materialelor audio.

Prestatorul va asigura cesiunea drepturilor patrimoniale de autor asupra spoturilor realizate, în favoarea Autorității Contractante, conform prevederilor contractuale.

C. Campanie de promovare în mediul online - creația, producția și afișarea a 2 bannere web, precum și implementarea campaniei de promovare pe platformele de social media

Obiectivul activității

Activitatea are ca obiectiv realizarea și implementarea unei campanii de promovare în mediul online, prin afișarea a 2 bannere web pe site-uri și derularea unei campanii pe platformele de social media, pe o perioadă de 3 luni, în vederea creșterii nivelului de informare privind utilizarea instrumentelor asociate numărului unic național 119 și a generării de trafic către site-ul www.119.ro.

Descrierea activităților

Comunicarea va fi realizată într-o manieră integrată, astfel încât să se asigure consistența și coerența mesajelor în toate mediile din mixul de comunicare (TV, radio, promovare online și social media).

C.1 Creație, producție și afișare de bannere web

Prestatorul trebuie să realizeze bannere web animate pentru utilizare în cadrul campaniei de promovare online, cu respectarea specificațiilor tehnice prezentate mai jos:

- a. număr bannere web: 2 (două) bannere web animate, câte unul pentru fiecare segment de public-țintă;
- b. format banner web: 728x90 pixeli (banner orizontal, leaderboard) sau 300x250 pixeli (banner orizontal, medium rectangle), în funcție de spațiul disponibil pe site-urile propuse; în cazul în care nu vor fi disponibile tipurile de spații ante-menționate, se va opta pentru formatul 160x600 pixeli (banner vertical, skyscraper). Se va avea în vedere inclusiv utilizarea unor formate de tip .gif care să asigure afișarea unui conținut text mai mare în funcție de specificațiile anumitor platforme online;
- c. modalitate de afișare: afișare continuă pe fiecare site de promovare, cu hyperlink la landing page-ul din www.119.ro, după caz, pe pagina principală (homepage) și/sau în secțiuni cu vizibilitate ridicată (de exemplu: pagini de articole, secțiuni de știri sau alte zone cu trafic semnificativ); afișare în formate adaptate corespunzător pe platforme social media.

Bannerele web vor fi realizate și publicate numai după aprobarea de către Autoritatea Contractantă, transmisă în termen de maximum 3 zile de la primirea propunerilor de bannere web (machete grafice și conținut), elaborate în baza conceptului creativ aprobat.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale

Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin
Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Este responsabilitatea Prestatorului să asigure corelarea/coordonarea conținutului (informația, forma grafică și mesajele conținute) celor 2 bannere web cu conceptul și cu elementele campaniei media TV și radio.

Prestatorul se va asigura că bannerele web sunt compatibile cu dispozitivele mobile (smartphone, tabletă) și păstrează aceeași calitate pe computer, smartphone și tabletă.

Prestatorul va asigura adaptarea bannerelor web și pentru utilizare în publicitatea digitală outdoor (DOOH - Digital Out Of Home), în formate statice sau animate, conform cerințelor tehnice specifice acestor canale (ex.: ecrane digitale outdoor, panouri LED, rețele de afișaj digital în spații publice). Adaptările vor avea în vedere lizibilitatea mesajului în condiții de vizualizare rapidă, dimensiuni variabile ale ecranelor și lipsa interacțiunii directe (ex.: eliminarea elementelor interactive de tip click), precum și optimizarea conținutului pentru expunere de scurtă durată.

Aceste adaptări sunt considerate incluse în obiectul contractului și în prețul oferit și nu vor genera costuri suplimentare pentru Autoritatea Contractantă.

Toate materialele realizate vor fi predate Autorității Contractante atât în formatele finale solicitate, cât și în format editabil.

Campania de afișare online a bannerelor se va realiza pe bază de impresii garantate pe site-uri cu trafic relevant la nivel național, pentru publicul țintă al campaniei, asumate de Prestator pentru întreaga durată a campaniei.

Prestatorul va asigura difuzarea unei campanii de promovare online, pe durata a 3 luni, prin afișarea zilnică a celor 2 bannere web, pe pagina principală (homepage) și/sau în secțiuni cu vizibilitate ridicată (de exemplu: pagini de articole, secțiuni de știri sau alte zone cu trafic semnificativ) a minimum 2 site-uri care înregistrează minimum 2.000.000 Clienți Unici/lună (trafic România) din oricare dintre categoriile „Știri generale” și „Știri și analize”, așa cum rezultă din Studiul de Audiență și Trafic Internet (SATI) realizat de BRAT - Rezultate trafic site-uri, Trafic România site-uri.

La depunerea ofertelor pentru demonstrarea audiențelor site-urilor auditate de BRAT se acceptă extrase din rapoartele Excel existente pe pagina BRAT. Numărul minim de 2.000.000 Clienți Unici/lună (trafic România) pentru site-urile propuse se raportează la cele mai recente rezultate lunare ale traficului puse la dispoziție de BRAT la momentul publicării anunțului în SEAP.

Afișarea bannerelor web pe pagina principală (homepage) și/sau în secțiuni cu vizibilitate ridicată ale site-urilor selectate se va realiza prin sistemele de livrare a publicității online (ad server), în regim de rotație, în spațiile publicitare disponibile pe paginile web selectate. Alegerea poziționării bannerelor web va fi justificată de Prestator în Propunerea Tehnică, în funcție de vizibilitate, relevanță pentru publicul țintă și performanța estimată, astfel încât să contribuie la atingerea obiectivelor campaniei.

În sensul prezentului Caiet de Sarcini, prin site web se înțelege un website distinct identificat printr-un domeniu internet unic, auditat în cadrul Studiului de Audiență și Trafic Internet (SATI). Subpaginile sau secțiunile aceluiași site nu vor fi considerate site-uri distincte.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TÎNERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Ofertantul trebuie să identifice și să nominalizeze în Propunerea Tehnică, site-urile selectate pentru afișare și trebuie să prezinte documentele justificative pentru demonstrarea îndeplinirii criteriului de acoperire națională. Site-urile selectate de Ofertant trebuie să facă parte din societăți media distincte.

Prezentarea de către Ofertant în Propunerea tehnică a afișării zilnice a celor 2 bannere web pe pagina principală (homepage) și/sau în secțiuni cu vizibilitate ridicată a 2 site-uri menționate în Propunerea tehnică, este cerință minimă obligatorie. Pentru evaluarea pe bază de punctaj, se va lua în considerare numărul suplimentar de site-uri pe care se vor afișa zilnic cele 2 bannere web. Subpaginile sau secțiunile aceluiași site nu vor fi considerate site-uri distincte pentru acordarea punctajului.

Ofertantul va prezenta, în Propunerea tehnică, un proiect de Plan de producție și afișare a bannerelor web, elaborat în conformitate cu cerințele prezentului Caiet de Sarcini și care va sta la baza planului final de afișare a bannerelor ce va fi agreat ulterior cu Autoritatea Contractantă în maximum 20 de zile de la semnarea Contractului. Aceasta nu face obiectul unei evaluări pe bază de punctaj, ci are rolul de a demonstra Autorității Contractante, capacitatea Ofertantului de prestare a acestor servicii. Afișarea bannerelor web și derularea campaniei de promovare pe platformele de social media vor începe după aprobarea materialelor finale de către Autoritatea Contractantă și conform planului de producție și difuzare agreat între părți, pe o perioadă de 3 luni.

Pe parcursul derulării contractului, planul poate fi actualizat pentru optimizarea accesărilor și vizualizărilor, în funcție de evoluția traficului pe site-urile pe care sunt afișate bannerele web și de comportamentul utilizatorilor. Actualizarea planului nu va presupune modificarea numărului total de afișări (impresii), ci doar ajustarea ritmului de difuzare.

Planul de producție și afișare a bannerelor web va include cel puțin numărul total de afișări (impresii) și frecvența apariției celor 2 bannere, cu respectarea cerințelor minime prevăzute în prezentul subcapitol. Ofertantul își va asuma, în cadrul Propunerii Tehnice, un **număr minim de afișări (impresii)** pentru difuzarea bannerelor web, pentru fiecare site avut în vedere.

Rezultatul așteptat de Autoritatea Contractantă prin afișarea bannerelor web este **creșterea traficului de vizitatori pe site-ul www.119.ro**.

Prestatorul va prezenta Autorității Contractante **rapoarte de monitorizare** privind afișarea bannerelor web, utilizând instrumente specifice de monitorizare a traficului online, după cum urmează:

- a. **raport privind numărul de Clienți Unici/lună** (pe fiecare 3 luni de campanie de promovare online)/trafic România și pe pagini web stabilite în plan media, așa cum rezultă din Studiul de Audiență și Trafic Internet (SATI) realizat de BRAT - Rezultate trafic site-uri, Trafic România site-uri;
- b. **raport final privind rezultatele campaniei de promovare online.**



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

Rapoartele de monitorizare vor conține date verificabile, iar Ofertantul va indica în Propunerea Tehnică modalitatea de certificare a informațiilor și organizația care confirmă exactitatea datelor raportate. Rapoartele vor fi bazate pe date generate de sistemele de livrare a publicității online (ad server) sau alte instrumente de monitorizare utilizate.

Drepturi de autor și licențiere: Ofertantul declarat câștigător va asigura către Autoritatea Contractantă cesiunea integrală, exclusivă și nelimitată în timp și spațiu, a drepturilor patrimoniale de autor asupra tuturor materialelor realizate în cadrul contractului.

C.2 Campanie de promovare pe platformele de social media

Prestatorul va configura și gestiona campanii de publicitate plătită pe canalele de social media existente ale Autorității Contractante, pe minimum 2 platforme social media, pe o perioadă de 3 luni. Campaniile de publicitate plătită vor fi realizate exclusiv pe canalele de social media existente ale Autorității Contractante, utilizând conturile și infrastructura digitală puse la dispoziție de aceasta, cu asigurarea accesului deplin al Autorității Contractante la datele, rezultatele și setările campaniilor.

În contextul prezentului Caiet de sarcini, prin **platforme social media** se înțelege orice rețea de socializare sau platformă online care permite distribuția și vizualizarea de conținut multimedia, în special materiale video, precum și interacțiunea utilizatorilor și derularea de campanii de publicitate plătită.

Nu vor fi considerate eligibile pentru punctare platformele care nu permit în mod relevant distribuția de conținut video și derularea de campanii de publicitate plătită orientate către publicul țintă la nivel național.

Platformele social media oferite trebuie să fie distincte, active (cu un număr semnificativ de utilizatori) și relevante pentru publicul-țintă al campaniei de informare.

Prin relevanță la nivel național se înțelege capacitatea platformei de a asigura accesul la un număr semnificativ de utilizatori din România, corespunzători publicului țintă al campaniei.

Ofertantul va specifica în Propunerea tehnică, **denumirea a minimum 2 platforme social media**, acestea fiind selectate în funcție de adresabilitate, relevanță pentru publicul-țintă și de numărul de utilizatori. Selectarea mai multor platforme social media are rolul de a asigura o acoperire cât mai extinsă a publicului țintă și o diversificare a canalelor de comunicare utilizate în cadrul campaniei.

În cadrul Propunerii tehnice, Ofertantul va prezenta distinct secțiunea „Platforme social media propuse”, care va include:

- denumirea fiecărei platforme social media oferite;
- tipul de conținut utilizat în cadrul campaniilor de publicitate plătită (ex.: video, reels, bannere etc.);
- rolul fiecărei platforme în cadrul campaniei (ex.: informare, creștere vizibilitate, trafic etc.);
- justificarea relevanței pentru publicul țintă, inclusiv din perspectiva acoperirii la nivel național;



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale

Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin
Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

- mențiuni privind posibilitatea derulării campaniilor de publicitate plătită pe platforma respectivă.

Pentru campania de promovare în social media, Prestatorul va utiliza toate materialele realizate în cadrul contractului, respectiv spoturi video și bannere web.

Materialele video utilizate în cadrul campaniilor de publicitate pe platformele social media vor include obligatoriu subtitrare în limba română, integrată în conținutul video (on-screen), adaptată pentru vizualizare fără sunet și pentru formatele specifice platformelor utilizate (ex: video scurt tip reels, stories, clipuri video adaptate pentru consum rapid). Subtitrarea va fi lizibilă, sincronizată cu mesajul audio și optimizată pentru vizualizare pe dispozitive mobile.

Prezentarea de către Ofertant în Propunerea tehnică a 2 platforme social media este cerință minimă obligatorie. Pentru evaluarea pe bază de punctaj, se va ține cont de numărul suplimentar de platforme social media pe care se va derula campania de promovare în social media.

Platformele social media declarate în Propunerea tehnică și punctate în cadrul factorului de evaluare devin obligație contractuală și nu pot fi înlocuite pe parcursul derulării contractului fără acordul Autorității Contractante.

Autoritatea Contractantă își rezervă dreptul de a nu acorda punctaj pentru platformele social media care, deși îndeplinesc formal condițiile, nu demonstrează în mod suficient relevanța și eficiența pentru atingerea publicului-țintă la nivel național, pe baza informațiilor prezentate în Propunerea tehnică.

După intrarea în vigoare a Contractului, Prestatorul va configura și gestiona campaniile de publicitate plătită pe platformele social media selectate și va prezenta Autorității Contractante rapoarte periodice privind performanța acestora.

1. Gestionarea campaniilor de publicitate plătită (Ads)

Prestatorul va planifica, configura și gestiona campanii de publicitate plătită pe platformele social media selectate, pentru promovarea materialelor de comunicare realizate în cadrul Contractului (spoturi video adaptate pentru mediul online și bannere web), pe o perioadă de 3 luni. Campaniile vor putea include, fără a se limita la, formate de tip video scurt (reels), clipuri video, bannere și alte formate specifice platformelor utilizate.

Obiectivele campaniilor de publicitate vor fi:

- creșterea notorietății mesajelor campaniei (awareness);
- generarea de trafic către site-ul www.119.ro.

Rezultatele campaniilor de publicitate vor fi analizate pe baza indicatorilor specifici platformelor utilizate, în scopul evaluării eficienței și al optimizării acestora, fără a constitui praguri minime obligatorii de îndeplinit.

Campaniile de publicitate vor fi monitorizate și optimizate periodic de către Prestator, în funcție de indicatorii specifici platformelor utilizate.

2. Rapoarte lunare privind performanța campaniilor de publicitate plătită

Prestatorul va prezenta Autorității Contractante rapoarte lunare privind performanța campaniilor de publicitate plătită, care vor include cel puțin următorii indicatori:



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

- cheltuielile totale aferente campaniilor de publicitate;
- numărul total de impresii (afișări);
- reach-ul campaniilor;
- frecvența medie de afișare;
- CPM (costul per 1.000 de impresii);
- CTR (click-through rate).

Rapoartele vor include și o scurtă analiză a rezultatelor și recomandări de optimizare.

3. Raport lunar de sinteză

Prestatorul va transmite Autorității Contractante un raport lunar de sinteză care va include:

- analiză rezultatelor campaniilor;
- evoluția generală a performanței;
- evidențierea celor mai eficiente formate de promovare.
- Propuneri de îmbunătățire a strategiei.

Ofertantul va prezenta, în Propunerea tehnică, un proiect de Plan de comunicare pentru campaniile de publicitate plătită pe platformele social media selectate, pe o perioadă de 3 luni, elaborat în conformitate cu cerințele prezentului Caiet de Sarcini și care va sta la baza planului final de comunicare final agreeat ulterior cu Autoritatea Contractantă în maximum 20 de zile de la semnarea Contractului. Aceasta nu face obiectul unei evaluări pe bază de punctaj, ci are rolul de a demonstra Autorității Contractante, capacitatea Ofertantului de prestare a acestor servicii. Derularea campaniei de promovare pe platformele de social media va începe după aprobarea materialelor finale de către Autoritatea Contractantă și conform planului de comunicare agreeat între părți. Prestatorul va optimiza și adapta planul de comunicare în funcție de rezultatele înregistrate, ținând cont de sugestiile Autorității Contractante și numai cu acordul acesteia.

Pe perioada derulării Contractului, Prestatorul va realiza cel puțin următoarele activități și va urmări obținerea următoarelor rezultate:

- configurarea și gestionarea campaniilor de publicitate plătită pe platformele social media selectate;
- elaborarea și actualizarea planului de comunicare;
- utilizarea materialelor realizate în cadrul contractului în formate adaptate platformelor (ex.: video scurt, clipuri video, bannere);
- monitorizarea și analiza performanței campaniilor;
- optimizarea continuă a campaniilor.

Pentru a proba posibilitatea reală de monitorizare a performanței, Ofertantul va preciza în Propunerea Tehnică, care sunt instrumentele de analiză utilizate (de exemplu platform analytics sau alte instrumente de monitorizare digitală) și va asigura posibilitatea verificării datelor raportate prin acces la aceste instrumente sau prin furnizarea de capturi relevante (ex.: dashboard-uri platformă).

Prestatorul va asigura accesul Autorității Contractante, la cerere, la instrumentele de monitorizare utilizate pentru implementarea campaniei (inclusiv platforme de tip ad server, platforme de





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

publicitate social media sau alte sisteme de raportare), în vederea verificării datelor raportate. În cazul în care accesul direct nu este posibil, Prestatorul va furniza dovezi verificabile, inclusiv capturi de ecran relevante sau extrase din sistemele utilizate.

Campaniile de publicitate plătite vor fi realizate din bugetul inclus în valoarea contractului, buget care va fi alocat și gestionat de Prestator, în cadrul platformelor de publicitate ale rețelelor de social media. Prestatorul va asigura utilizarea integrală și eficientă a bugetului alocat, cu respectarea obiectivelor campaniei și a planului de comunicare aprobat.

În cazul în care, pe parcursul derulării contractului, platformele social media utilizate modifică politicile de utilizare, regulile de publicitate sau condițiile tehnice de funcționare, Prestatorul va propune Autorității Contractante soluții alternative de implementare a campaniei, cu menținerea obiectivelor acesteia, numai cu acordul prealabil al Autorității Contractante.

Prestatorul va utiliza pe toată durata campaniei de informare elementele obligatorii de identitate vizuală care îi vor fi furnizate de Autoritatea Contractantă.

Livrabile Campanie de promovare în mediul online

1. 2 bannere web animate, livrate pe suport electronic, în formatele finale utilizate pentru difuzarea în mediul online, precum și în format editabil și/sau sursă, care să permită reutilizarea și adaptarea ulterioară.
2. Versiuni adaptate ale bannerelor pentru diferite formate și dimensiuni utilizate în mediul online (în funcție de platformele și spațiile media selectate), optimizate pentru vizualizare pe desktop și dispozitive mobile.
3. Versiuni adaptate ale bannerelor pentru utilizare în publicitatea digitală outdoor (DOOH), în formatele tehnice specifice canalelor de difuzare (ex.: ecrane digitale outdoor, panouri LED, rețele de afișaj digital).
4. Documente justificative privind difuzarea bannerelor web pe site-urile selectate, pe durata campaniei de promovare online, conform planului de producție și afișare agreat.
5. Documente justificative privind derularea campaniei de promovare pe platformele de social media, inclusiv rapoarte de monitorizare și performanță aferente activităților desfășurate.
6. Rapoarte de monitorizare privind performanța campaniilor de promovare online și social media, conform cerințelor prevăzute în prezentul Caiet de sarcini.

Acceptanță:

Materialele (bannere web și conținut utilizat în campaniile de promovare online și social media) vor fi realizate și publicate numai cu acordul scris al Autorității Contractante, transmis inclusiv prin corespondență electronică.

Recepția serviciilor va consta în verificarea materialelor finale livrate și a documentelor justificative privind realizarea activităților prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini, inclusiv a documentelor privind difuzarea bannerelor și derularea campaniilor de promovare online și social media.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Materialele finale vor fi transmise pe suport electronic sau prin mijloace de transfer electronic de fișiere.

Recepția se va finaliza prin semnarea unui Proces-Verbal de recepție calitativă și cantitativă.

Recepția materialelor va include verificarea conformității bannerelor web și a conținutului utilizat în campaniile online și social media cu conceptul creativ aprobat, precum și cu cerințele tehnice și de conținut prevăzute în prezentul Caiet de sarcini.

Recepția va include verificarea respectării specificațiilor tehnice ale bannerelor (dimensiuni, format, animație, lizibilitate), precum și a compatibilității acestora cu platformele și dispozitivele utilizate (desktop și mobile).

Recepția va include și verificarea adaptării bannerelor pentru diferite formate utilizate în mediul online și pe platformele de social media, astfel încât mesajele să fie corect încadrate, lizibile și coerente în fiecare format.

Recepția va include și verificarea conformității adaptărilor bannerelor pentru utilizarea în publicitatea digitală outdoor (DOOH), în raport cu cerințele tehnice specifice canalelor de difuzare și cu posibilitatea utilizării efective a acestora în mediile respective.

Recepția va include și verificarea fișierelor editabile livrate, care trebuie să fie complete și funcționale, împreună cu toate resursele utilizate (elemente grafice, fonturi, animații etc.), astfel încât să permită deschiderea, editarea și reutilizarea acestora fără dependență de Prestator.

Recepția serviciilor va include și verificarea rapoartelor de monitorizare și performanță aferente campaniilor online și social media, inclusiv a indicatorilor de performanță (ex.: impresii, reach, frecvență, CTR), precum și a coerenței datelor raportate cu instrumentele de analiză utilizate.

Recepția materialelor de comunicare va include și verificarea conformității acestora din perspectiva impactului emoțional asupra publicului țintă, în raport cu cerințele stabilite în prezentul Caiet de sarcini și cu validarea expertului în psihologie/științe sociale. Autoritatea Contractantă își rezervă dreptul de a solicita revizuirea, corectarea sau înlocuirea materialelor care nu respectă aceste cerințe.

Prestatorul va asigura cesiunea drepturilor patrimoniale de autor asupra materialelor realizate, în favoarea Autorității Contractante, conform prevederilor contractuale.

Notă privind termenele de aprobare

Termenele de aprobare prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini sunt esențiale pentru respectarea graficului de implementare. Părțile au obligația de a acționa cu celeritate în procesul de analiză și aprobare a materialelor, iar nerespectarea acestor termene poate atrage aplicarea măsurilor contractuale corespunzătoare, inclusiv ajustarea termenelor, aplicarea penalităților sau alte măsuri prevăzute în contract.

3.5. Rezultatele care trebuie obținute în urma prestării serviciilor

Implementarea Contractului în conformitate cu prevederile prezentului Caiet de sarcini trebuie să conducă cel puțin la atingerea următoarelor rezultate finale măsurabile pentru Autoritatea Contractantă:

- 1 concept creativ





„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

- 2 spoturi video adaptate TV și online, de câte 30 de secunde fiecare
- 4 spoturi audio, de câte 30 de secunde fiecare
- 2 bannere web animate
- Versiunile adaptate ale materialelor de comunicare (video și vizuale), realizate pentru diferite canale de difuzare și utilizare (TV, online, social media, alte medii), conform cerințelor prezentului Caiet de sarcini.
- Fișierele master/editabile ale materialelor realizate, care permit reutilizarea și adaptarea ulterioară a acestora.
- Implementarea campaniei de promovare pe platformele de social media, inclusiv configurarea, gestionarea și optimizarea campaniilor de publicitate plătită, conform cerințelor prezentului Caiet de sarcini.
- Rapoarte de monitorizare și performanță pentru fiecare componentă a campaniei de informare (TV, radio, online și social media), conform cerințelor prevăzute în prezentul Caiet de sarcini.
- Raport final de evaluare a impactului campaniei de informare, bazat pe analiza rezultatelor obținute prin toate canalele utilizate (TV, radio, online și social media), inclusiv o analiză sintetică a rezultatelor obținute și recomandări generale pentru îmbunătățirea campaniilor viitoare.

3.6. Responsabilitățile părților

3.6.1 Responsabilitățile Autorității Contractante:

- a. punerea la dispoziția Prestatorului, a tuturor informațiilor disponibile pentru obținerea rezultatelor așteptate, inclusiv a elementelor obligatorii de identitate vizuală, pe care Prestatorul le va folosi în atingerea obiectivelor sale;
- b. desemnarea echipei implicate și responsabile cu interacțiunea și suportul oferit Prestatorului;
- c. asigurarea resurselor (materiale și umane), care cad în sarcina sa, pentru buna derulare a Contractului;
- d. plata, către Prestator, a serviciilor prestate corect, integral și la timp, în conformitate cu prevederile contractuale.
- e. analiza materialelor transmise de Prestator și transmiterea aprobării sau a observațiilor în termen de maximum 3 zile de la primirea acestora.

Autoritatea Contractantă nu este responsabilă pentru niciun fel de cheltuieli suplimentare generate de suplimentarea față de serviciile incluse în contract.

3.6.2 Responsabilitățile Prestatorului:

- a. asigurarea planificării resurselor, în raport cu planul de lucru elaborat pentru derularea Contractului, astfel încât să sprijine și să contribuie la realizarea, cu succes, a implementării campaniei de informare media;



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

- b. îndeplinirea obligațiilor sale, cu respectarea prevederilor legale și contractuale aplicabile, prin deplina înțelegere a complexității activităților legate de derularea, cu succes, a Contractului, și prin punerea acestora în practică, de o asemenea manieră încât să se asigure îndeplinirea obiectivelor stabilite;
- c. prestarea serviciilor în conformitate cu cerințele minime prevăzute în prezentul Caiet de sarcini;
- d. asigurarea unei echipe de suport formată din specialiști care dețin calificările necesare solicitărilor formulate, respectând cele mai bune practici în domeniu. Numărul acestora va fi asumat de ofertant astfel încât suportul să fie acordat în timp și cu succes;
- e. prezentarea rezultatelor în formatul/formatele și cu conținutul solicitate, care să respecte cerințele Autorității Contractante;
- f. colaborarea cu personalul Autorității Contractante;
- g. identificarea riscurilor operaționale și a eventualelor probleme tehnice și a soluțiilor de rezolvare
- h. transmiterea materialelor pentru aprobare în timp util, astfel încât să permită respectarea termenelor prevăzute în prezentul Caiet de sarcini;
- i. organizarea activităților în mod eficient, inclusiv prin derularea în paralel a etapelor și asigurarea resurselor necesare, astfel încât termenele prevăzute să fie respectate.

Prestatorul nu va demara producția materialelor fără obținerea prealabilă a aprobării („Bun de producție”) din partea Autorității Contractante. Nerespectarea termenelor de către Prestator din motive ce țin de organizarea activităților nu poate justifica prelungirea duratei de implementare.

Prestatorul are obligația să transfere către Autoritatea Contractantă toate drepturile patrimoniale de autor asupra creațiilor realizate în cadrul viitorului Contract, fără ca acestea să fie grevate de sarcini sau limitate în vreun fel. Prestatorul are obligația să se asigure că deține toate drepturile asupra creațiilor transferate, inclusiv asupra elementelor utilizate în realizarea acestora, și că aceste drepturi nu sunt grevate de sarcini. Prestatorul este singurul responsabil față de eventuale pretenții ale terților, inclusiv după momentul transferului drepturilor.

Prestatorul se asigură că echipa de specialiști care va fi desemnată pentru derularea contractului are acces la o bază materială dotată și susținută corespunzător (spații de lucru, echipamente IT, software, etc.) pentru a permite acestuia să se concentreze asupra responsabilităților care îi revin. Toate costurile legate de implementarea contractului, precum onorariile experților, cheltuieli de transport, cheltuieli de comunicații, cheltuieli administrative și cheltuieli indirecte, taxele pentru afișaj publicitar/difuzare spoturi, etc. vor fi incluse de către Ofertant în prețul oferit. Niciun echipament nu va fi achiziționat în numele Autorității Contractante sau transferat acestuia la sfârșitul contractului.

4. Ipoteze și riscuri

În pregătirea Ofertei, Ofertanții trebuie să aibă în vedere cel puțin riscurile (R) și ipotezele descrise în continuare. În acest sens, Ofertantul trebuie să ia în considerare, la elaborarea ofertei, activitățile, resursele necesare și costurile aferente acestora (incluzând, fără limitare, costurile de personal, transport personal și materiale/echipamente, altele asemenea, costurile echipamentelor IT, de telefonie și de transmisie de date, diverse cheltuieli de orice altă natură, inclusiv taxe).





Totodată, 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 identificate de Autoritatea Contractantă la momentul elaborării prezentului Caiet de sarcini, cât și de cele suplimentare, pe care le poate identifica:

R1: În cazul unei campanii insuficient de creative, pentru care Prestatorul 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: Măsurile de optimizare a colaborării și comunicării între toți factorii interesați implicați în proiectarea și implementarea campaniei de informare.

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/experti 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 cea estimată inițial, pentru fiecare sarcină, pentru situațiile neprevăzute.

Riscul cel mai probabil, identificat de Autoritatea Contractantă, în derularea viitorului Contract, respectiv în realizarea obiectivelor acestuia, constă în neprezentarea, de către Prestator, în termenul agreat între Autoritatea Contractantă și Prestator, a rezultatelor așteptate de Autoritatea Contractantă. Din această perspectivă, Prestatorul trebuie să aibă în vedere că planificarea resurselor se realizează cu luarea în considerare a necesității de flexibilizare a prestării de servicii. Măsurile propuse de Ofertant pentru diminuarea efectelor/eliminarea riscurilor menționate în paragrafele anterioare, trebuie prezentate în Propunerea Tehnică.

5. Abordare și metodologie în cadrul Contractului

Implementarea Contractului va avea la bază o abordare structurată, bazată pe principiile managementului de proiect și pe utilizarea unor metode și instrumente specifice domeniului comunicării și publicității.

Prestatorul va asigura planificarea, organizarea, coordonarea și monitorizarea tuturor activităților necesare realizării campaniei de informare, astfel încât acestea să conducă la atingerea obiectivelor și a rezultatelor prevăzute în prezentul Caiet de sarcini.

A. Managementul proiectului

Autoritatea Contractantă solicită utilizarea managementului de proiect ca abordare pentru gestionarea activităților în cadrul Contractului și solicită, în acest sens, includerea în echipa propusă





de Ofertant a unui Manager de proiect, responsabil pentru organizarea, coordonarea și monitorizarea implementării activităților.

Managerul de proiect va asigura coordonarea generală a activităților prevăzute în Contract și va reprezenta principalul punct de contact în relația cu Autoritatea Contractantă.

În exercitarea atribuțiilor sale, Managerul de proiect va avea următoarele responsabilități principale:

- a) asigurarea coordonării și monitorizării implementării activităților prevăzute în Contract;
- b) organizarea și coordonarea echipei de specialiști implicate în realizarea campaniei de informare;
- c) stabilirea obiectivelor operaționale și a responsabilităților pentru membrii echipei implicate în implementarea Contractului;
- d) monitorizarea respectării termenelor stabilite prin planul de lucru și asigurarea îndeplinirii livrabilelor;
- e) menținerea unei comunicări permanente cu Autoritatea Contractantă și facilitarea fluxului de informații între toate părțile implicate în implementarea Contractului.

Managerul de proiect va colabora permanent cu reprezentanții Autorității Contractante și va asigura coordonarea activităților desfășurate de echipa Prestatorului, precum și de eventualii subcontractanți sau terți implicați în implementarea Contractului.

B. Metodologia de implementare a campaniei

Prestatorul va implementa campania de informare printr-o metodologie care va include, fără a se limita la, următoarele etape principale:

- analiza obiectivelor campaniei și a publicului-țintă;
- elaborarea conceptului creativ al campaniei;
- realizarea materialelor de comunicare (spoturi video, spoturi audio și bannere web);
- planificarea și implementarea difuzării materialelor prin canalele media stabilite (TV, radio, online și social media);
- monitorizarea performanței campaniei și analiza rezultatelor obținute.

Metodologia de implementare trebuie să asigure o abordare integrată a tuturor canalelor de comunicare utilizate în cadrul campaniei, astfel încât mesajele campaniei să fie coerente și adaptate fiecărui canal media utilizat.

C. Flexibilitatea metodologiei

La elaborarea Propunerii Tehnice, Ofertantul are posibilitatea de a propune propria abordare metodologică pentru realizarea activităților din cadrul Contractului, cu respectarea cerințelor minime prevăzute în prezentul Caiet de sarcini.

6. Planul de lucru pentru activitățile/serviciile solicitate

Ofertantul trebuie să prezinte în Propunerea Tehnică un plan de lucru pentru toate activitățile și serviciile solicitate în prezentul Caiet de Sarcini, care să conțină inclusiv termenele de realizare a fiecărei faze/activități/operațiuni în parte, pornind de la un moment T0 - care reprezintă data de semnare a Contractului și raportat la termenele solicitate pentru fiecare activitate în parte.



Respectivul plan de lucru trebuie să demonstreze înțelegerea cerințelor prezentului Caiet de sarcini și să evidențieze termenele stabilite la nivelul activităților și operațiunilor, pentru garantarea eficacității și eficienței campaniei de informare. Planul de lucru va integra planurile specifice aferente fiecărei componente a campaniei (producție și difuzare TV, producție și difuzare radio, promovare online și comunicare în social media).

Ofertantul va face o prezentare a modului de abordare a activităților, astfel încât prestarea serviciilor solicitate să conducă la realizarea obiectivelor și a rezultatelor așteptate ale contractului; oferta trebuie să cuprindă, fără a se limita însă, cel puțin următoarele informații:

- descrierea de ansamblu a abordării propuse de ofertant pentru executarea serviciilor;
- descrierea detaliată a modului de implementare a fiecărei activități prezentate în Caietul de sarcini și a propunerii făcute de ofertant pentru executarea serviciilor solicitate, cu indicarea oricăror etape/stadii considerate ca esențiale, a rezultatelor așteptate și a impactului așteptat al fiecărei activități;
- planul detaliat de prestare a serviciilor pe toată durata contractului, care va include activitățile aferente producției și difuzării materialelor (TV, radio, online și social media). Planul de prestare trebuie să conțină, delimitat pe etape, succesiunea și durata serviciilor solicitate și livrabilele, cu detalierea etapelor de realizare.

Ofertantul va prezenta în Propunerea Tehnică planificarea activităților propuse sub forma unui plan Gantt detaliat, care va evidenția succesiunea și interdependența activităților necesare pentru implementarea campaniei. Planul trebuie să menționeze care sunt termenele de realizare a cerințelor prevăzute în Caietul de sarcini (diagramă de tip Gantt), pe etape de realizare, astfel încât:

- să fie respectat calendarul de proiectare;
- să fie respectat calendarul de trecere în producție;
- să fie respectat calendarul de livrare.

Planul Gantt va include cel puțin etapele principale ale implementării campaniei, respectiv: dezvoltarea conceptului creativ, producția materialelor de comunicare (spoturi video, spoturi audio și bannere web), precum și realizarea versiunilor adaptate ale acestora pentru diferite canale de difuzare și utilizare, planificarea și difuzarea materialelor în mediile TV, radio, online și social media, precum și activitățile de monitorizare și raportare.

Planul de implementare (graficul Gantt) propus de ofertant va respecta, în mod obligatoriu, următoarele repere minime de timp:

- a) organizarea întâlnirii de briefing - în termen de maximum 5 zile de la semnarea contractului;
- b) elaborarea și prezentarea a 2 variante de concept creativ - în termen de maximum 10 zile de la data întâlnirii de briefing;
- c) transmiterea alegerii conceptului creativ și a eventualelor observații asupra acestuia de către Autoritatea Contractantă - în termen de maximum 3 zile de la primire;
- d) transmiterea formei finale a conceptului creativ - în termen de maximum 5 zile de la primirea observațiilor;





„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

- e) transmiterea aprobării finale („Bun de producție”), reprezentând ultima etapă de revizuire a materialelor - în termen de maximum 3 zile de la primirea formei finale;
- f) realizarea activităților de producție a materialelor (TV, radio, online), inclusiv pre-producție, producție și post-producție - în termen de maximum 45 de zile de la semnarea contractului;
- g) finalizarea materialelor și pregătirea pentru difuzare - cel târziu la împlinirea termenului de 45 de zile de la semnarea contractului;
- h) desfășurarea campaniilor media:
 - TV și radio - pe o perioadă de 2 luni;
 - online și social media - pe o perioadă de 3 luni.
- i) activitățile de planificare media, organizare și pregătire a implementării se vor desfășura în paralel cu etapele de dezvoltare a conceptului și producție, astfel încât să nu afecteze respectarea termenelor finale de difuzare;

Ofertantul are obligația de a detalia aceste repere în cadrul graficului Gantt propus și de a organiza activitățile în mod eficient, inclusiv prin asigurarea resurselor necesare pentru derularea în paralel a etapelor, astfel încât termenele prevăzute să fie respectate.

Nerespectarea termenelor obligatorii prevăzute în Caietul de sarcini, menționate în Gantt-ul detaliat, poate conduce la respingerea ofertei ca neconformă.

După semnarea contractului, Prestatorul va înainta Autorității Contractante o propunere privind intervalele de realizare și difuzare a materialelor solicitate prin prezentul Caiet de sarcini. Această propunere trebuie să se încadreze în termenele asumate inițial prin Propunerea Tehnică. Autoritatea Contractantă va analiza propunerea transmisă și va confirma perioada de realizare și difuzare a materialelor.

7. Locul și durata desfășurării activităților

7.1. Locul desfășurării activităților

Locul desfășurării activităților este Municipiul București.

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

Durata contractului este calculată de la data semnării acestuia până la 28 februarie 2027.

Campania de informare, respectiv activitățile de dezvoltare a conceptului creativ, producția materialelor, difuzarea acestora și activitățile de monitorizare și raportare, se vor desfășura pe o perioadă de maximum 5 luni de la data semnării contractului.

Perioada contractuală include și activitățile de finalizare administrativă a contractului, respectiv transmiterea rapoartelor finale, verificarea livrabililor și efectuarea recepției serviciilor.





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

Activitățile cuprinse în acest contract sunt activități care depind în mod decisiv de calitatea resurselor umane, astfel încât expertiza și competența personalului cheie reprezintă factori esențiali pentru atingerea rezultatelor contractului. Prestatorul are obligația să asigure personal calificat pentru realizarea Contractului în conformitate cu cerințele minime obligatorii definite în prezentul Caiet de sarcini.

Pentru realizarea activităților în cadrul Contractului, Autoritatea Contractantă consideră ca fiind necesare următoarele domenii de expertiză și experții cheie aferenți:

1. Manager de proiect

- Experiență - participarea în calitate de Manager de proiect/echivalent la minimum 5 campanii de publicitate similare finalizate, care a inclus, în mod integrat, activități de comunicare prin canalele media TV, radio și online.
- Responsabilități - asigură derularea proiectului în parametrii de timp, cost și calitate agreeți de părțile contractante; asigură coordonarea și supervizarea generală a derulării Contractului; asigură pregătirea logisticii și implementarea activităților prevăzute în Contract, asistența și raportarea operativă către Autoritatea Contractantă și administrarea echipei propuse de Prestator pentru realizarea Contractului; asigură evidența tuturor documentelor referitoare la derularea Contractului; supraveghează și aprobă derularea activităților, conform planului de lucru/graficului de execuție stabilit; asigură o comunicare adecvată între toate părțile interesate; este responsabil pentru livrabilele predate Achizitorului și calitatea rezultatelor obținute din prestare; coordonează relația cu Autoritatea Contractantă.

2. Director de Creație (Art Director)

- Experiență - participarea în calitate de Director de creație, la minimum 3 campanii de publicitate similare finalizate.
- Responsabilități - responsabil pentru conceptul creativ al campaniei de comunicare; monitorizează aplicarea conceptului creativ, în toate materialele campaniei de comunicare; coordonează echipa de creație a campaniei de comunicare; oferă soluții pentru gestionarea eventualelor situații de criză apărute în timpul campaniei de comunicare, determinate de procesul de creație și de materialele create

3. Expert planificare media

- Experiență - participarea în calitate de Expert planificare media/Media Planner, la minimum 5 campanii de publicitate similare finalizate, care a inclus, în mod integrat, activități de comunicare prin canalele media TV, radio și online.
- Responsabilități - realizează planificarea media a campaniei de comunicare, conform obiectivelor campaniei; colaborează cu difuzorii media, pentru respectarea planificării media





a campaniei de comunicare; gestionează activitățile de media buying; participă la realizarea rapoartelor de difuzare a materialelor campaniei de comunicare

4. Expert strategie de comunicare

- **Experiență** - participarea în calitate de Expert în Comunicare /Expert în Marketing și Comunicare/Expert în PR/Expert în comunicare strategică/expert cu orice altă specializare echivalentă, la minimum 3 campanii de publicitate similare finalizate.
- **Responsabilități** - responsabil pentru planificarea strategică și implementarea strategiei de creație a campaniei de comunicare; monitorizează etapele necesare atingerii obiectivelor campaniei de comunicare, pe domeniul său de activitate; participă la realizarea și implementarea planurilor media; gestionează relația cu operatorii media și monitorizează toate activitățile media.

5. Expert în psihologie / științe sociale (specializare relevantă)

- **Experiență** - studii în domeniul psihologiei sau științelor sociale și minimum 3 ani experiență profesională relevantă în lucrul cu copii și/sau adolescenți, în domenii precum violența domestică, protecția copilului, intervenția socială sau psihotraumatologia.
- **Responsabilități** - contribuie la validarea mesajelor campaniei din perspectiva impactului emoțional asupra publicului țintă; asigură evitarea revictimizării, culpabilizării sau normalizării violenței în materialele de comunicare; oferă recomandări privind adaptarea tonului și conținutului mesajelor în funcție de segmentele de vârstă; contribuie la formularea unor mesaje care încurajează raportarea situațiilor de risc fără a genera teamă, stigmatizare sau blocaje emoționale.

Având în vedere tematica sensibilă a campaniei, Ofertantul va asigura expertiză adecvată pentru validarea mesajelor din perspectiva impactului asupra copiilor și a altor categorii vulnerabile. Validarea materialelor de comunicare din perspectiva impactului emoțional se va realiza cu implicarea expertului în psihologie/științe sociale.

Notă: Prin „campanie similară” se înțelege o campanie de comunicare sau publicitate care a inclus activități de concepție, producție și difuzare de materiale media, prin unul sau mai multe canale de comunicare (TV, radio, online sau social media) în funcție de specificul campaniei, realizată pentru un beneficiar public sau privat, la nivel național sau regional.

Prin „participare” se înțelege implicarea directă a expertului în implementarea unei campanii de comunicare sau publicitate finalizate, în cadrul unei echipe de proiect, indiferent de forma contractuală în baza căreia expertul a participat la proiect (angajat, colaborator sau subcontractant), cu precizarea rolului/funcției îndeplinite și a responsabilităților asumate.

Experiența solicitată pentru fiecare expert cheie, în conformitate cu cerințele minime prevăzute în prezentul Caiet de sarcini, poate fi demonstrată prin contracte, recomandări, adeverințe, procese-verbale de recepție sau alte documente relevante emise de beneficiari, angajatori sau alte entități implicate în proiect, din care să rezulte implicarea expertului în proiectele declarate, rolul/funcția îndeplinită și tipul campaniilor.





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Documentele prezentate trebuie să permită verificarea numărului minim de campanii solicitate pentru fiecare expert, precum și a responsabilităților asumate în cadrul acestora.

În lipsa acestor documente, experiența poate fi susținută printr-o Declarație pe propria răspundere a expertului, care va cuprinde cel puțin următoarele informații: numele și prenumele expertului; rolul/funția îndeplinită în cadrul proiectului; denumirea proiectului/campaniei; beneficiarul (public sau privat, dacă este disponibil); perioada de desfășurare; descrierea detaliată a activităților realizate în cadrul proiectului, relevante pentru cerințele prezentului Caiet de sarcini; precum și o declarație expresă privind veridicitatea informațiilor furnizate.

Experiența expertului în domeniul psihologiei sau științelor sociale poate fi demonstrată prin documente relevante, precum contracte de muncă sau colaborare, adevărinițe emise de angajatori sau organizații (inclusiv instituții publice sau ONG-uri), recomandări, documente care atestă implicarea în proiecte sau programe relevante, precum și prin alte documente din care să rezulte activitatea desfășurată în domeniile menționate.

Declarația va fi semnată de expert și va fi însoțită de documente suport relevante (portofoliu, materiale realizate, descrieri ale proiectelor etc.).

Autoritatea Contractantă își rezervă dreptul de a verifica informațiile prezentate, inclusiv prin solicitarea de documente suplimentare sau prin contactarea beneficiarilor, în măsura în care acest lucru este posibil.

Expertii cheie propuși trebuie să fie nominalizați în cadrul Propunerii Tehnice. Expertii propuși pot fi angajați sau colaboratori ai Prestatorului, dar trebuie să îndeplinească cerințele minime de calificare stabilite în documentația de atribuire.

Prestatorul va prezenta CV-urile experților cheie (în format Europass, subliniind experiența generală și specifică și detaliind argumentele care îi califică pentru sarcinile din proiect), precum și documente justificative în acest sens (recomandări și/sau orice alte documente considerate relevante de către Ofertant).

De asemenea, se solicită o Declarație de disponibilitate, completată și semnată de fiecare expert. Prin „Declarațiile de disponibilitate”, Ofertantul se asigură și garantează Autorității Contractante, că experții cheie propuși de el sunt disponibili pe întreaga perioadă din etapa, după caz, din etapele de derulare a Contractului, pentru care consideră că aceștia sunt necesari.

Pe perioada derulării Contractului, Prestatorul nu va efectua schimbări ale experților cheie implicați în realizarea activităților fără acordul scris, prealabil, al Autorității Contractante. Prestatorul poate să propună, din proprie inițiativă, înlocuirea experților cheie, numai în situații de forță majoră sau de caz fortuit (cum ar fi îmbolnăvirea, accidentul sau alte situații obiective de indisponibilitate), ori la solicitarea expresă a Autorității Contractante, ca urmare a nerealizării obligațiilor ce le revin. Înlocuirea se va realiza numai cu persoane care au cel puțin aceeași specializare, aceleași competențe, aceeași experiență similară cu cea a specialiștilor înlocuiți și care vor îndeplini aceleași responsabilități în cadrul Contractului, toate aceste atribute urmând a fi confirmate prin aceleași



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



documente asemănătoare cu cele solicitate inițial. Toate costurile generate de înlocuirea experților cheie cad, exclusiv, în sarcina Prestatorului.

Prestatorului îi revine întreaga responsabilitate pentru îndeplinirea corectă, completă și la timp a activităților descrise în prezentul Caiet de sarcini, fapt pentru care, în cadrul Contractului, acesta va avea obligația de a folosi un număr de personal suficient pentru ducerea la bun sfârșit a obligațiilor asumate. Prin urmare, rămâne la latitudinea exclusivă a Ofertantului, bazat pe experiența și expertiza sa în domeniul campaniilor de publicitate, să stabilească, suplimentar experților cheie solicitați de Autoritatea Contractantă, în cadrul Propunerii Tehnice pe care o va elabora, orice număr și orice alte categorii de specialiști și de personal auxiliar necesare, care să posede calificarea pe care o apreciază ca fiind indispensabilă pentru îndeplinirea activităților din cadrul viitorului Contract. Costurile pe care le implică utilizarea, de către viitorul Prestator, a tuturor celorlalte categorii de specialiști și de personal auxiliar, necesare pentru îndeplinirea Contractului, vor fi incluse în costurile operațiunilor aferente prestației.

Toate costurile legate de implementarea contractului, cum ar fi: plata convenită experților cheie, plata convenită altor specialiști și personalului auxiliar (cheltuieli personal secretariat, traducători, specialiști IT, conducători auto, etc.), cheltuieli de transport, cheltuieli de comunicații, cheltuieli administrative, cheltuieli cu facilități suport puse la dispoziția Achizitorului, în scopul realizării activităților propuse (mese, cazare, etc.) orice alte costuri directe și indirecte, vor fi incluse de către Ofertant în costurile aferente operațiunilor prestate, implicit în prețul total al serviciilor.

9. Documentații ce trebuie furnizate Autorității Contractante în legătură cu serviciile ce fac obiectul viitorului contract

9.1. Propunerea tehnică

Propunerea tehnică elaborată de Ofertant trebuie să demonstreze modul în care acesta înțelege cerințele prezentului Caiet de sarcini și capacitatea de a realiza activitățile și de a obține rezultatele prevăzute în cadrul Contractului.

Propunerea tehnică va descrie modul de organizare și implementare a activităților, resursele utilizate și metodologia propusă pentru realizarea serviciilor solicitate.

În acest sens, Propunerea tehnică va include cel puțin următoarele informații:

1. Abordarea generală a implementării contractului

- descrierea modului de abordare a serviciilor solicitate;
- prezentarea modului în care Ofertantul înțelege obiectivele campaniei de informare;
- descrierea modului în care vor fi integrate toate componentele campaniei de comunicare (TV, radio, online și social media).

2. Planul de lucru pentru implementarea contractului

- planul de lucru detaliat pentru realizarea tuturor activităților prevăzute în prezentul Caiet de sarcini, inclusiv a etapelor de adaptare a materialelor pentru diferite canale de difuzare și utilizare;
- plan Gantt detaliat, care va evidenția succesiunea și interdependența activităților necesare pentru implementarea campaniei





„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

- succesiunea etapelor și calendarul estimat al activităților, pornind de la momentul T0 - data semnării contractului;
- corelarea activităților, inclusiv a etapelor de adaptare a materialelor, cu livrabilele și rezultatele așteptate ale contractului.

3. Propunerea privind realizarea campaniei media

Propunerea tehnică va include modul de implementare a fiecărei componente a campaniei de comunicare:

a) Componenta TV

- proiectul planului de producție și difuzare a spoturilor video;
- identificarea posturilor de televiziune propuse;
- justificarea alegerii canalelor media;
- numărul minim de difuzări și eventualele difuzări suplimentare propuse.

b) Componenta Radio

- proiectul planului de producție și difuzare a spoturilor audio;
- identificarea posturilor de radio propuse;
- justificarea selecției canalelor media;
- numărul minim de difuzări și eventualele difuzări suplimentare propuse.

c) Componenta promovare online (bannere web)

- proiectul planului de producție și afișare a bannerelor web;
- identificarea site-urilor propuse pentru difuzarea bannerelor;
- estimarea numărului de afișări (impresii) și modul de gestionare a campaniei online.

d) Componenta social media

- identificarea platformelor de social media propuse;
- proiectul planului de comunicare pe platformele de social media pentru perioada campaniei;
- modul de gestionare a campaniilor de publicitate plătită (Ads).

4. Echipa propusă pentru implementarea contractului

- nominalizarea experților cheie solicitați prin Caietul de Sarcini;
- prezentarea rolurilor și responsabilităților acestora în cadrul proiectului;
- CV-urile experților cheie (format Europass), precum și documente justificative în acest sens;
- declarațiile de disponibilitate ale experților.

5. Metodologia de monitorizare și raportare

- descrierea modului în care vor fi monitorizate activitățile campaniei;
- instrumentele utilizate pentru monitorizarea performanței campaniilor media;
- modul de elaborare a rapoartelor de monitorizare și a raportului final de evaluare a impactului campaniei.

6. Documente justificative privind disponibilitatea spațiilor media

Ofertantul va prezenta documente relevante (de exemplu: oferte, scrisori de disponibilitate sau confirmări emise de furnizorii de servicii media), din care să rezulte că spațiile media propuse în ofertă sunt disponibile pentru implementarea campaniei.

9.2. Propunerea financiară

Propunerea financiară va fi prezentată în lei, în sumă globală, cu evidențierea separată a TVA, conform Formularului 7 și Formularului 8.





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

Propunerea financiară va fi elaborată în conformitate cu cerințele prezentului Caiet de sarcini și va include prețul total ofertat pentru prestarea serviciilor care fac obiectul Contractului.

Propunerea financiară va include toate costurile necesare pentru realizarea serviciilor solicitate, inclusiv, dar fără a se limita la:

- costurile aferente realizării conceptului creativ al campaniei;
- costurile de producție pentru spoturile video și spoturile audio;
- costurile aferente realizării bannerelor web;
- costurile aferente realizării versiunilor adaptate ale materialelor de comunicare pentru diferite canale de difuzare și utilizare (TV, online, cinematografe, ecrane digitale outdoor, social media și alte medii prevăzute în prezentul Caiet de sarcini);
- costurile aferente planificării și difuzării materialelor în mediile TV, radio, online și social media;
- costurile aferente campaniilor de publicitate plătită pe platformele de social media;
- costurile de monitorizare și raportare a rezultatelor campaniei;
- costurile cu resursele umane implicate în implementarea Contractului;
- orice alte costuri directe sau indirecte necesare pentru îndeplinirea obligațiilor contractuale.

Costurile aferente difuzării materialelor în mediile TV, radio, online și social media sunt incluse în prețul total ofertat și vor fi gestionate de Prestator pe întreaga durată a Contractului.

Prețul ofertat este ferm și nu poate fi modificat pe durata de derulare a Contractului, cu excepția situațiilor prevăzute de legislația aplicabilă în materia achizițiilor publice.

10. Cadrul legal care guvernează relația dintre ANPDCA și Prestator

Prestatorul are obligația de a presta serviciile care fac obiectul contractului cu respectarea legislației aplicabile la nivel național și european, în vigoare la data semnării contractului, precum și a oricăror modificări legislative intervenite pe parcursul derulării acestuia.

Fără a avea caracter limitativ, cadrul legal relevant include:

- a) Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice;
- b) HG nr. 395/2016;
- c) Regulamentul (UE) 2016/679 (GDPR);
- d) legislația națională privind protecția datelor și comunicațiile electronice.

În implementarea contractului, Prestatorul va respecta, de asemenea:

- a) Strategia națională pentru protecția și promovarea drepturilor copilului „Copii protejați, România sigură” 2023-2027;
- b) Ghidul de identitate vizuală, transparență și comunicare pentru perioada de programare 2021-2027 (versiunea în vigoare);
- c) orice alte instrucțiuni, ghiduri sau reguli aplicabile proiectului.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Cofinanțat de
Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMS: 319768

Prin depunerea ofertei, ofertantul declară că are cunoștință de legislația aplicabilă și că a avut în vedere toate cerințele legale în elaborarea ofertei.

În cazul apariției unor modificări legislative pe durata contractului, Prestatorul are obligația de a le aplica și de a informa Achizitorul cu privire la impactul acestora asupra activităților contractuale.

Prestatorul este pe deplin responsabil pentru respectarea legislației aplicabile în executarea contractului, inclusiv de către personalul și subcontractanții săi.

Prestatorul are obligația de a respecta prevederile legale aplicabile în domeniul mediului, social și al relațiilor de muncă, conform legislației naționale și europene.

11. Managementul/Gestionarea contractului

Pe întreaga durată de derulare a Contractului, Prestatorul va asigura managementul și coordonarea activităților necesare pentru realizarea serviciilor prevăzute în prezentul Caiet de sarcini, în conformitate cu planul de lucru și cu termenele asumate prin Propunerea Tehnică.

Coordonarea și comunicarea în cadrul proiectului

Pe parcursul derulării Contractului, Prestatorul va menține o comunicare permanentă cu Autoritatea Contractantă privind stadiul implementării activităților.

Ședințele de proiect, întâlnirile de lucru și documentele aferente implementării Contractului vor fi realizate în limba română și vor fi consemnate în minute de ședință întocmite de reprezentanții Prestatorului și semnate de reprezentanții ambelor părți.

Prestatorul va transmite Autorității Contractante informații privind stadiul implementării activităților și va semnala, în timp util, orice situație care ar putea afecta realizarea activităților sau atingerea rezultatelor Contractului.

Întâlnirile de lucru și/sau de clarificare se vor desfășura conform unui calendar agreat de comun acord, în maximum 2 zile lucrătoare de la solicitarea transmisă în scris de către una dintre părți, la sediul Autorității Contractante sau online, în funcție de necesitatea asigurării unui număr de participanți.

Garanția de bună execuție a contractului va fi constituită de către Prestator în termen de **maximum 5 zile lucrătoare** de la data semnării contractului de către ambele părți, în cuantum de 6% din valoarea contractului, în conformitate cu prevederile legislației aplicabile în materia achizițiilor publice.

În situația neprezentării Garanției de bună execuție până la împlinirea termenului de 5 zile lucrătoare indicat anterior, contractul este considerat ca neîncheiat, părțile fiind de drept repuse în situația anterioară semnării sale, nemaifiind necesară nici o decizie a vreunei instanțe judecătorești, iar achizitorul nu trebuie, în acest caz, să îndeplinească nici o procedură de notificare, prin care să aducă la cunoștința Autorității Contractante acest fapt. În acest caz, achizitorul încheie un nou contract cu Ofertantul clasat pe locul 2, conform Raportului Procedurii.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale

Proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin
Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare 2021-2027



12. Recepția serviciilor

Prestatorul are obligația de a presta serviciile în conformitate cu cerințele și specificațiile prevăzute în prezentul Caiet de sarcini și cu prevederile contractului de servicii.

Recepția serviciilor se realizează de către Autoritatea Contractantă pe baza livrabililor și a documentelor justificative prezentate de Prestator, după verificarea îndeplinirii cerințelor prevăzute în Caietul de Sarcini.

Recepția serviciilor se efectuează pentru livrabilele și rezultatele obținute în cadrul contractului, menționate la capitolul „Rezultatele care trebuie obținute în urma prestării serviciilor”, pe baza documentelor justificative aferente fiecărei componente a campaniei.

Documentele justificative pot include, după caz:

- materialele realizate în cadrul campaniei (spoturi video, spoturi audio, bannere web);
- rapoarte de difuzare emise de posturile TV și radio;
- rapoarte de monitorizare a campaniei online și social media;
- rapoarte de audiență sau alte documente relevante privind performanța campaniei;
- alte documente justificative prevăzute în prezentul Caiet de sarcini.

Autoritatea Contractantă verifică conformitatea serviciilor prestate și a livrabililor prezentate de Prestator cu cerințele prevăzute în Caiet de sarcini. Verificarea conformității va avea în vedere inclusiv respectarea cerințelor privind adaptarea materialelor pentru diferite canale de difuzare și utilizare, conformitatea fișierelor editabile livrate, precum și validarea materialelor din perspectiva impactului emoțional asupra publicului țintă, în raport cu criteriile prevăzute în prezentul Caiet de sarcini și cu validarea expertului în psihologie/științe sociale.

În cazul în care se constată neconformități sau neîndeplinirea cerințelor, Autoritatea Contractantă are dreptul să solicite remedierea acestora.

Prestatorul are obligația de a remedia neconformitățile în termen de maximum 5 zile lucrătoare de la notificarea Autorității Contractante.

Recepția serviciilor se finalizează prin întocmirea procesului-verbal de recepție, care poate avea unul dintre următoarele rezultate:

- a) acceptat;
- b) acceptat cu observații;
- c) respins.

Rezultatul „acceptat” se acordă în cazul în care livrabilele respectă integral cerințele prevăzute în Caietul de sarcini și în contract.

Rezultatul „acceptat cu observații” se aplică în cazul unor neconformități minore, care nu afectează în mod semnificativ calitatea sau funcționalitatea livrabililor și nu împiedică utilizarea acestora. Prestatorul are obligația de a remedia observațiile formulate într-un termen agreat cu Autoritatea Contractantă, fără costuri suplimentare.

În cazul în care livrabilele sunt respinse, Prestatorul are obligația de a remedia neconformitățile constatate și de a retransmite livrabilele în vederea unei noi recepții, fără costuri suplimentare pentru Autoritatea Contractantă.

Toate activitățile de remediere a neconformităților sunt incluse în obiectul contractului și nu pot genera costuri suplimentare pentru Autoritatea Contractantă.





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Recepția serviciilor se va realiza în termen de maximum 15 de zile de la transmiterea livrabilelor și a documentelor justificative, dacă acestea sunt conforme cu cerințele contractuale.

Raportul final al contractului

La finalizarea campaniei de informare, Prestatorul va transmite Autorității Contractante Raportul final al contractului, care va include cel puțin:

- prezentarea activităților realizate în cadrul campaniei;
- rezultatele obținute pentru fiecare componentă a campaniei (TV, radio, online și social media);
- datele relevante privind difuzarea și performanța materialelor;
- evaluarea gradului de atingere a obiectivelor campaniei.

Autoritatea Contractantă va analiza raportul final și, în cazul în care formulează observații, Prestatorul va transmite versiunea revizuită în termen de maximum 5 zile lucrătoare de la primirea acestora.

Raportul final va fi considerat acceptat numai în măsura în care reflectă integral activitățile realizate și respectă cerințele prevăzute în Caietul de Sarcini.

13. Modalități și condiții de plată

Plata serviciilor prestate se va efectua de către Autoritatea Contractantă după recepția serviciilor și aprobarea Procesului-verbal de recepție calitativă și cantitativă, în baza facturii fiscale emise de Prestator.

Plata serviciilor se va realiza în trei tranșe, după recepția livrabilelor aferente etapelor contractului, după cum urmează:

- **Tranșa 1** - după livrarea și recepția conceptului creativ al campaniei;
- **Tranșa 2** - după livrarea și recepția materialelor de comunicare realizate în cadrul campaniei (spoturi video, spoturi audio, bannere web și versiunile adaptate ale acestora, conform cerințelor Caietului de sarcini);
- **Tranșa 3** - după finalizarea campaniei de informare și recepția livrabilelor finale, inclusiv rapoartele de difuzare, rapoartele de monitorizare și raportul final al campaniei.

Plata fiecărei tranșe este condiționată de îndeplinirea integrală și conformă a activităților aferente etapei respective, precum și de prezentarea documentelor justificative prevăzute în Caietul de Sarcini.

În situația în care serviciile nu sunt prestate conform cerințelor sau nu sunt realizate integral, Autoritatea Contractantă are dreptul de a diminua proporțional valoarea plății, în funcție de serviciile neprestate sau neconforme.

În situația în care numărul de difuzări, numărul de site-uri sau numărul de platforme social media nu sunt respectate conform ofertei și prevederilor Caietului de sarcini, plata se va diminua proporțional cu serviciile neprestate sau neconforme, raportat la valorile asumate.

Autoritatea Contractantă își rezervă dreptul de a verifica realitatea datelor raportate de Prestator, inclusiv prin solicitarea de documente suplimentare.



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TÎNERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Documentele necesare pentru efectuarea plății către Prestator sunt:

1. Proces verbal de recepție calitativ și cantitativ al serviciilor;
2. Factură fiscală.

Factura va conține, în mod obligatoriu:

- descrierea serviciilor prestate conform obiectului contractului, respectiv *servicii campanie de informare*;
- numărul și data contractului de prestări servicii;
- codul CPV aferent achiziției;
- mențiunea Cod MySMIS 319768, ctr finanțare 4_CSP/20.09.2024.

Factura va fi emisă numai după aprobarea Procesului-verbal de recepție cantitativă și calitativă de către Autoritatea Contractantă.

Plata se va efectua în contul de Trezorerie al Prestatorului, în termen de maximum 45 de zile de la data înregistrării facturii fiscale transmise prin sistemul național privind factura electronică RO e-Factura, în conformitate cu prevederile Legii nr. 139/2022.

Recepția serviciilor și aprobarea plății se vor realiza de către Comisia de recepție desemnată de Autoritatea Contractantă, constituită în cadrul proiectului „Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119 - Sistem Next Generation 119”, Cod MySMIS 319768.

14. Durata contractului

Contractul intră în vigoare la data semnării de către ambele părți și este valabil până la data de 28 februarie 2027. Obligațiile privind plata și orice alte efecte juridice subsecvente se pot derula și ulterior acestei date, până la stingerea completă a acestora.

Prestarea serviciilor se va realiza în conformitate cu graficul de implementare prevăzut în Caietul de sarcini și detaliat în Propunerea tehnică, care constituie obligație contractuală.

Orice modificare a graficului de implementare se realizează cu aprobarea Autorității Contractante, în condițiile contractului, pe baza unei solicitări motivate a Prestatorului și se formalizează prin act adițional.

a) În situația unor întârzieri generate de motive obiective, temeinic justificate, Prestatorul are obligația de a transmite Autorității Contractante o notificare care va cuprinde:

- cauzele care au condus la întârzierile respective;
- impactul asupra graficului de implementare;
- măsurile propuse pentru remedierea situației;
- propunerea de actualizare a graficului de implementare.

Notificarea va fi transmisă, de regulă, cu cel puțin 15 zile înainte de termenul prevăzut pentru finalizarea activității vizate. În situații obiective, neimputabile Prestatorului, care nu puteau fi



MINISTERUL MUNCII,
FAMILIEI, TINERETULUI ȘI SOLIDARITĂȚII SOCIALE
Autoritatea Națională pentru Protecția
Drepturilor Copilului și Adopție



Serviciul de Telecomunicații Speciale



prevăzute în mod rezonabil, notificarea poate fi transmisă și ulterior acestui termen, cu justificarea corespunzătoare.

Propunerile formulate de Prestator au caracter de recomandare și nu creează obligația Autorității Contractante de a le accepta.

b) Modificarea graficului de implementare sau, după caz, prelungirea duratei de execuție a contractului poate avea loc numai în situații temeinic justificate, cu respectarea prevederilor contractuale și legale aplicabile, exclusiv prin act adițional, fără a afecta obiectul contractului, în limita bugetului aprobat și a perioadei de implementare a proiectului.

Orice solicitare de modificare va fi analizată de Autoritatea Contractantă, iar aprobarea acesteia se realizează cu respectarea principiilor proporționalității și buneii-credințe.

Notificările transmise fără respectarea obligațiilor prevăzute în prezentul capitol sau care nu sunt temeinic justificate nu vor fi luate în considerare, iar întârzierile aferente vor fi sancționate conform prevederilor contractuale.

În situația în care se constată nerespectarea obligațiilor contractuale, Autoritatea Contractantă va aplica penalități conform contractului și, după caz, va proceda la executarea garanției de bună execuție.

Autoritatea Contractantă va considera serviciile finalizate în momentul în care sunt îndeplinite cumulativ următoarele condiții:

- a) toate cerințele prevăzute în Caietul de sarcini au fost îndeplinite;
- b) toate livrabilele au fost recepționate și acceptate, în conformitate cu prevederile contractuale;
- c) rezultatele au fost aprobate de Autoritatea Contractantă.

15. Criteriul de atribuire

Criteriul de atribuire este *cel mai bun raport calitate-preț*, în conformitate cu prevederile art. 187 alin. (3) lit. a) din Legea nr. 98/2016, cu modificările și completările ulterioare.

Justificare privind criteriul de atribuire ales:

Luând în considerare obiectul achiziției, precum și importanța atingerii obiectivului proiectului, Autoritatea Contractantă urmărește ca prin prezenta procedură de atribuire să achiziționeze *servicii de o calitate superioară*.

Având în vedere principiul proporționalității, ținând cont de serviciile ce urmează să fie prestate, criteriul de atribuire ales este *„cel mai bun raport calitate-preț”*. Prin stabilirea acestui criteriu de evaluare Autoritatea Contractantă urmărește obținerea unui plus de valoare raportat la importanța investiției realizate, precum și eficiența utilizării fondurilor.

1. Contractul se atribuie Ofertantului care îndeplinește criteriile de calificare impuse și a cărei ofertă a fost stabilită câștigătoare, de către Comisia de evaluare, pe baza criteriului de atribuire precizat în Anunțul de participare și în Documentația de atribuire (Fișa de date), ce se publică în SEAP.





2. Deoarece în cazul procedurii ce face obiectul prezentului Caiet de sarcini atribuirea se face pe baza criteriului „cel mai bun raport calitate-preț”, fiind respectate astfel prevederile art. 187, alin. (3¹) din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, cu modificările și completările ulterioare, oferta câștigătoare este cea care va întruni cel mai mare punctaj rezultat ca urmare a aplicării algoritmului de calcul ce va fi precizat în Documentația de atribuire (în Fișa de date), ce se publică pe platforma SEAP, astfel cum este stabilit, în mod detaliat, în prezentul capitol al Caietului de sarcini și cum va fi reiterat inclusiv în cadrul Fișei de date.

3. Departajarea ofertelor cu același punctaj: în conformitate cu prevederile art. 139 din HG 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, cu modificările și completările ulterioare, în cazul în care două sau mai multe oferte sunt clasate pe primul loc, cu punctaje egale, departajarea se va face având în vedere punctajul obținut la factorii de evaluare, în ordinea descrescătoare a ponderilor acestora. În situația în care egalitatea se menține, Autoritatea Contractantă are dreptul să solicite noi propuneri financiare și va desemna, ca ofertă câștigătoare, oferta care va înregistra propunerea financiară cea mai mică.

4. Conform art. 207, alineatele (2) și (3) din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, cu modificările și completările ulterioare, "... în cazul în care autoritatea Contractantă nu poate încheia contractul/acordul-cadru cu ofertantul a cărui ofertă a fost stabilită ca fiind câștigătoare, din cauza faptului că ofertantul în cauză se află într-o situație de forță majoră sau în imposibilitatea fortuită de a executa contractul/acordul-cadru, Autoritatea Contractantă are obligația să declare câștigătoare oferta clasată pe locul următor, în condițiile în care aceasta există și este admisibilă”, iar, dacă în situația prevăzută mai sus, nu există o ofertă clasată pe locul următor, care să fie admisibilă, Autoritatea Contractantă are obligația să aplice dispozițiile art. 212 alin. (1), lit. e) din Lege, acționând în sensul anulării procedurii de atribuire.

La realizarea clasamentului elaborat prin aplicarea criteriului de atribuire „cel mai bun raport calitate preț”, ofertele vor fi ordonate în ordinea descrescătoare a punctajelor obținute în urma aplicării factorilor de evaluare de mai jos, oferta câștigătoare fiind cea care se va clasa pe primul loc, respectiv cea cu cel mai mare punctaj.

Factorii de evaluare a ofertelor și algoritmi de calcul specifici determinării punctajelor ce vor fi acordate se regăsesc în Tabelul 1, de mai jos:

| Factori de evaluare | | Pondere | Punctaj maxim |
|---------------------|--|---------|---------------|
| 1. | Componenta financiară - din care: | 40% | 40 pct |
| 1.1 | Prețul total al ofertei | 40% | 40 pct |
| | Algoritm de calcul: Punctajul financiar, pentru factorul de evaluare “Prețul total al ofertei”, se acordă astfel: a) pentru cel mai scăzut preț total al unei oferte (Preț min), se acordă punctajul maxim alocat, respectiv 40 puncte ; b) pentru oricare alt preț total, ofertat într-o altă ofertă, oarecare (Preț n), punctajul Pt1 se calculează proportional, cu formula: Pt1 = (Preț min /Preț n) x punctaj maxim alocat | | |





| | | | |
|-----|---|-----|--------|
| 2. | Componenta tehnică - din care: | 60% | 60 pct |
| 2.1 | Numărul suplimentar de difuzări pe zi a fiecăruia dintre cele 2 spoturi video pe fiecare dintre cele 3 posturi de televiziune menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 18:00-23:00, pe o perioadă de 2 luni | 20% | 20 pct |
| | <p>Algoritm de calcul: Cerință minimă (conformitate) Autoritatea Contractantă acceptă minimum 1 difuzare pe zi a fiecăruia dintre cele 2 spoturi video pe fiecare dintre cele 3 posturi de televiziune menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 18:00-23:00, pe o perioadă de 2 luni. O ofertă care nu respectă această cerință va fi considerată neconformă.</p> <p>Modalitate punctare: Pentru ofertarea minimumului obligatoriu - 1 difuzare pe zi a fiecăruia dintre cele 2 spoturi video pe fiecare dintre cele 3 posturi de televiziune menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 18:00-23:00, pe o perioadă de 2 luni - oferta este conformă, iar punctajul obținut pentru acest factor este 0 puncte. Punctajul se acordă exclusiv pentru numărul suplimentar de difuzări propus peste nivelul minim solicitat. Difuzările suplimentare ofertate trebuie să respecte aceleași condiții de difuzare prevăzute în Caietul de Sarcini, respectiv posturile TV, intervalul orar 18:00-23:00 și perioada de 2 luni.</p> <p>Mecanism de plafonare Pentru acordarea punctajului se vor lua în considerare difuzările suplimentare ofertate peste cerința minimă prevăzută în Caietul de sarcini, până la un nivel maxim de 2 difuzări pe zi pentru fiecare dintre cele 2 spoturi video pe fiecare dintre cele 3 posturi de televiziune menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 18:00-23:00, pe o perioadă de 2 luni. Având în vedere cerința minimă de 1 difuzare pe zi pentru fiecare dintre cele 2 spoturi video pe fiecare dintre cele 3 posturi de televiziune, nivelul maxim punctabil este de 2 difuzări pe zi pentru fiecare post de televiziune, respectiv maximum 1 difuzare suplimentară/zi/post, cumulată pentru cele 3 posturi de televiziune. Difuzările suplimentare ofertate peste acest nivel nu vor aduce punctaj suplimentar, fiind considerate egale cu nivelul maxim punctabil.</p> <p>Modalitate de calcul: Pentru fiecare dintre cele trei televiziuni i (i = 1,2,3): D_i = numărul de difuzări pe zi a fiecăruia dintre cele 2 spoturi video pe televiziunea i, în intervalul orar 18:00-23:00, propus de ofertant.</p> <p>Numărul total de difuzări suplimentare ofertate se calculează cumulativ pentru cele trei televiziuni, după formula: $Nsdz_suplimentar_ofertat = (D_1 - 1) + (D_2 - 1) + (D_3 - 1)$</p> <p>Acordarea punctajului: a) $Nsdz_suplimentar_maxim$ reprezintă cea mai mare valoare a $Nsdz_suplimentar_ofertat$ dintre ofertele conforme (luând în considerare mecanismul de plafonare).</p> | | |





| | | | |
|-----|---|-----|--------|
| | <p>b) Dacă Nsdz_suplimentar_maxim = 0 (toate ofertele conforme propun doar minimul obligatoriu), punctajul acordat pentru acest factor este 0 puncte pentru toate ofertele conforme.</p> <p>c) Dacă Nsdz_suplimentar_maxim > 0:</p> <p>-oferta care prezintă Nsdz_suplimentar_maxim primește punctajul maxim alocat, respectiv 20 puncte;</p> <p>-celelalte oferte conforme primesc punctaj proporțional, calculat după formula:</p> $P(t1) = (Nsdz_suplimentar_ofertat / Nsdz_suplimentar_maxim) \times 20$ <p>unde: P(t1) = punctajul acordat unei oferte pentru factorul de evaluare „Numărul suplimentar de difuzări pe zi a fiecăruia dintre cele 2 spoturi video pe fiecare dintre cele 3 posturi de televiziune menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 18:00-23:00, pe o perioadă de 2 luni”.</p> <p>Nu se acordă punctaj pentru difuzările care nu respectă condițiile minime prevăzute în Caietul de Sarcini (posturi TV eligibile, interval orar 18:00-23:00 și perioada de 2 luni).</p> <p>Numărul de difuzări ofertate și punctate în cadrul acestui factor de evaluare devine obligație contractuală a Prestatorului.</p> | | |
| 2.2 | <p>Numărul suplimentar de difuzări pe zi a fiecăruia dintre cele 4 spoturi audio pe fiecare dintre cele 3 posturi radio menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 07:00-19:00, pe o perioadă de 2 luni</p> | 15% | 15 pct |
| | <p>Algoritm de calcul:</p> <p>Cerință minimă (conformitate): Autoritatea Contractantă acceptă minimum 1 difuzare radio pe zi a fiecăruia dintre cele 4 spoturi audio pe fiecare dintre cele 3 posturi radio menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 07:00-19:00, pe o perioadă de 2 luni.</p> <p>O ofertă care nu respectă această cerință va fi considerată neconformă.</p> <p>Modalitate punctare Pentru ofertarea minimului obligatoriu - 1 difuzare pe zi a fiecăruia dintre cele 4 spoturi audio pe fiecare dintre cele 3 posturi radio menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 07:00-19:00, pe o perioadă de 2 luni - oferta este conformă, iar punctajul obținut pentru acest factor este 0 puncte. Punctajul se acordă exclusiv pentru numărul suplimentar de difuzări propus peste nivelul minim solicitat. Difuzările suplimentare ofertate trebuie să respecte aceleași condiții de difuzare prevăzute în Caietul de Sarcini, respectiv posturile radio, intervalul orar 07:00-19:00 și perioada de 2 luni.</p> <p>Mecanism de plafonare Pentru acordarea punctajului se vor lua în considerare difuzările suplimentare ofertate peste cerința minimă prevăzută în Caietul de Sarcini, până la un nivel maxim de 2 difuzări pe zi pentru fiecare post radio.</p> | | |





| | | | |
|-----|---|-----|--------|
| | <p>Având în vedere cerința minimă de 1 difuzare pe zi pentru fiecare dintre cele 4 spoturi audio pe fiecare dintre cele 3 posturi radio, nivelul maxim punctabil este de 2 difuzări pe zi pentru fiecare post radio, respectiv maximum 1 difuzare suplimentară/zi/post, cumulativ pentru cele 3 posturi radio. Difuzările suplimentare oferite peste acest nivel nu vor aduce punctaj suplimentar, fiind considerate egale cu nivelul maxim punctabil.</p> <p>Modalitate de calcul:</p> <p>Pentru fiecare dintre cele 3 posturi radio i ($i = 1, 2, 3$): R_i = numărul de difuzări pe zi pentru fiecare dintre cele 4 spoturi audio pe postul radio i, în intervalul orar 07:00–19:00, propus de ofertant. Numărul total de difuzări suplimentare oferite se calculează cumulativ pentru cele 3 posturi radio, după formula: $Nsdz_suplimentar_oferit = (R_1 - 1) + (R_2 - 1) + (R_3 - 1)$</p> <p>Acordarea punctajului</p> <p>a) $Nsdz_suplimentar_maxim$ reprezintă cea mai mare valoare a $Nsdz_suplimentar_oferit$ dintre ofertele conforme (luând în considerare mecanismul de plafonare). b) Dacă $Nsdz_suplimentar_maxim = 0$ (toate ofertele conforme propun doar minimul obligatoriu), punctajul acordat pentru acest factor este 0 puncte pentru toate ofertele conforme. c) Dacă $Nsdz_suplimentar_maxim > 0$:</p> <p>-oferta care prezintă $Nsdz_suplimentar_maxim$ primește punctajul maxim alocat, respectiv 15 puncte; -celelalte oferte conforme primesc punctaj proporțional, calculat după formula:</p> $P(t2) = (Nsdz_suplimentar_oferit / Nsdz_suplimentar_maxim) \times 15$ <p>unde: $P(t2)$ = punctajul acordat unei oferte pentru factorul de evaluare „Numărul suplimentar de difuzări pe zi a fiecăruia dintre cele 4 spoturi audio pe fiecare dintre cele 3 posturi radio menționate în Propunerea tehnică, în intervalul orar 07:00-19:00, pe o perioadă de 2 luni”. Nu se acordă punctaj pentru difuzările care nu respectă condițiile minime prevăzute în Caietul de Sarcini (posturi radio eligibile, interval orar 07:00-19:00 și perioada de 2 luni).</p> <p>Numărul de difuzări oferite și punctate în cadrul acestui factor de evaluare devine obligație contractuală a Prestatorului.</p> | | |
| 2.3 | Numărul suplimentar de site-uri pentru afișarea zilnică a celor 2 bannere web, pe o perioadă de 3 luni | 15% | 15 pct |
| | <p>Algoritm de calcul: Cerință minimă (conformitate):</p> | | |





| | | | |
|-----|---|-----|--------|
| | <p>Autoritatea Contractantă acceptă minimum 2 site-uri, în formatele și condițiile de afișare prevăzute în Caietul de sarcini, pentru afișarea zilnică a celor 2 bannere web, pe o perioadă de 3 luni.</p> <p>O ofertă care nu asigură minimum 2 site-uri pentru afișarea zilnică a celor 2 bannere web, pe o perioadă de 3 luni, va fi considerată neconformă.</p> <p>Modalitate punctare: Pentru ofertarea minimumului obligatoriu - afișarea zilnică a celor 2 bannere web pe minimum 2 site-uri, pe o perioadă de 3 luni - oferta este conformă, iar punctajul obținut pentru acest factor de evaluare este 0 puncte. Punctajul se acordă exclusiv pentru numărul suplimentar de site-uri propus peste nivelul minim solicitat. Site-urile suplimentare oferite trebuie să respecte aceleași condiții de afișare prevăzute în Caietul de Sarcini, respectiv să fie auditate în cadrul Studiului de Audiență și Trafic Internet (SATI) realizat de BRAT, să înregistreze minimum 2.000.000 Clienți Unici/lună (trafic România), să aparțină unor societăți media distincte și să asigure afișarea zilnică a celor 2 bannere web pe pagina principală (homepage), în regim de rotație prin sistemele de livrare a publicității online (ad server), pe întreaga durată a campaniei de promovare online. Site-urile suplimentare oferite trebuie să respecte cumulativ toate cerințele minime prevăzute în Caietul de Sarcini.</p> <p>Mecanism de plafonare Pentru acordarea punctajului se vor lua în considerare site-urile suplimentare oferite peste cerința minimă prevăzută în Caietul de Sarcini, până la un nivel maxim de 3 site-uri suplimentare, respectiv maximum 5 site-uri în total. Site-urile oferite peste acest nivel nu vor aduce punctaj suplimentar, fiind considerate egale cu nivelul maxim punctabil.</p> <p>Acordarea punctajului În condițiile mecanismului de plafonare stabilit (maximum 5 site-uri), punctajul acordat va fi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 0 puncte pentru 2 site-uri, • 5 puncte pentru 3 site-uri, • 10 puncte pentru 4 site-uri • 15 puncte pentru 5 site-uri. <p>Nu se acordă punctaj intermediar pentru valori care nu corespund nivelurilor menționate.</p> <p>Numărul de site-uri oferite și punctate în cadrul acestui factor de evaluare devine obligație contractuală a Prestatorului.</p> | | |
| 2.4 | Numărul suplimentar de platforme social media pe care se va derula campania de promovare plătită în social media, pe o perioadă de 3 luni | 10% | 10 pct |
| | <p>Algoritm de calcul: Cerință minimă (conformitate):</p> | | |





| | | |
|--|---|--|
| | <p>Autoritatea Contractantă solicită utilizarea a minimum 2 platforme de social media pe care se va derula campania de promovare plătită în social media, pe o perioadă de 3 luni.</p> <p>Prin platforme social media se înțelege orice rețea de socializare sau platformă online care permite distribuirea și vizualizarea de conținut multimedia, în special materiale video, precum și interacțiunea utilizatorilor și derularea de campanii de publicitate plătită. Platformele social media oferite trebuie să fie distincte, active (cu un număr semnificativ de utilizatori) și relevante pentru publicul-țintă al campaniei de informare. Prin relevanță la nivel național se înțelege capacitatea platformei de a asigura accesul la un număr semnificativ de utilizatori din România, corespunzător publicului țintă al campaniei.</p> <p>O ofertă care nu asigură minimum 2 platforme social media pe care se va derula campania de promovare în social media, pe o perioadă de 3 luni, va fi considerată neconformă.</p> <p>Modalitate punctare: Pentru ofertarea minimului obligatoriu - 2 platforme social media - oferta este considerată conformă, iar punctajul obținut pentru acest factor de evaluare este 0 puncte. Punctajul se acordă exclusiv pentru platformele social media suplimentare propuse peste nivelul minim solicitat.</p> <p>Mecanism de plafonare Pentru acordarea punctajului se vor lua în considerare platformele social media suplimentare oferite peste cerința minimă, până la un nivel maxim de 2 platforme social media suplimentare, respectiv maximum 4 platforme social media în total. Platformele social media oferite peste acest nivel nu vor aduce punctaj suplimentar, fiind considerate egale cu nivelul maxim punctabil. Platformele social media suplimentare oferite trebuie să fie active, relevante pentru publicul țintă și să permită derularea de campanii de publicitate plătită. Nu se acordă punctaj pentru platformele care nu îndeplinesc aceste condiții.</p> <p>Acordarea punctajului În condițiile mecanismului de plafonare stabilit (maximum 4 platforme social media), punctajul acordat va fi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 0 puncte pentru 2 platforme social media, • 5 puncte pentru 3 platforme social media, • 10 puncte pentru 4 platforme social media. <p>Nu se acordă punctaj intermediar pentru valori care nu corespund nivelurilor menționate.</p> <p>Numărul de platforme social media oferite și punctate în cadrul acestui factor de evaluare devine obligație contractuală a Prestatorului.</p> | |
|--|---|--|

Tabel 1 - Factori de evaluare a ofertelor - Algoritm de calcul





Cofinanțat de Uniunea Europeană



„Dezvoltarea și modernizarea instrumentelor digitale de alertare, identificare și intervenție pentru copii, asociate numărului unic național 119, număr destinat raportării cazurilor de abuz, neglijare, exploatare și orice altă formă de violență asupra copilului - Sistem Next Generation 119”, Cod SMIS: 319768

Elementele ofertate și punctate în cadrul factorilor de evaluare devin obligații contractuale ale Prestatorului și vor fi respectate pe întreaga perioadă de derulare a contractului.

În cazul în care informațiile prezentate de Ofertant în Propunerea tehnică, relevante pentru factorii de evaluare, nu pot fi verificate sau nu sunt susținute prin documente justificative, Autoritatea Contractantă își rezervă dreptul de a nu acorda punctaj pentru respectivele elemente.

Clasamentul ofertelor se stabilește pe baza punctajului total obținut. O ofertă poate obține un număr maxim de 100 de puncte.

Ofertantul care are cel mai mare punctaj total va fi declarat câștigător.

Contractul de achiziție publică se va încheia cu ofertantul a cărui ofertă a fost stabilită câștigătoare, în condițiile legii.

16. Alte mențiuni

Toate cerințele din caietul de sarcini sunt considerate minimale și obligatorii.

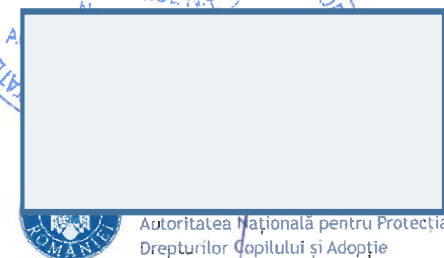
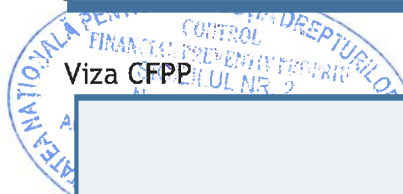
Limba de lucru este limba română.

Ofertele care nu vor respecta condițiile prevăzute în prezentul Caiet de sarcini vor fi considerate neconforme sau inacceptabile.

Prezentul Caiet de sarcini, propunerea tehnică și propunerea financiară se constituie ca anexă la contractul încheiat între Autoritatea Contractantă și Prestator.

Ofertantul suportă toate cheltuielile datorate elaborării și prezentării ofertei sale.

| NUME ȘI PRENUME | FUNCȚIA ÎN CADRUL PROIECTULUI | SEMNĂTURA | DATA |
|-----------------|-------------------------------|-----------|------|
| | Manager de proiect | | |
| | Responsabil financiar | | |
| | Consilier juridic | | |
| | Responsabil achiziții | | |
| | Responsabil comunicare | | |



TAȚII SOCIALE



Serviciul de Telecomunicații Speciale