

CAIET DE SARCINI

Servicii de informare si promovare pe canale TV locale si/sau regionale

Cap. 1 - CADRUL GENERAL

Conform prevederilor art. 23 din Legea nr. 215/2001, republicată, a administratiei publice locale: „*Consiliile locale și primarii funcționează ca autorități ale administrației publice locale și rezolvă treburile publice din comune, orașe și municipii, în condițiile legii*”.

Luând in considerare prevederile Legii nr. 544/2001, cu modificarile si completarile ulterioare, privind liberul acces la informatiile de interes public și ale Legii nr.52/2003 privind transparenta decizionala in administratia publica, Primaria Municipiului Constanta, are obligatia de a publica si difuza în mass-media, informații cu privire la procedura de elaborare a actelor normative, precum și informații de interes public.

Activitatea administratiei publice, respectiv a administratiei publice locale, trebuie sa se ghideze dupa urmatoarele principii:

- cresterea gradului de informare a cetatenilor privind organizarea, functionarea si activitatile desfasurate in cadrul Primariei Municipiului Constanta;
- monitorizarea si informarea corecta asupra dezbaterilor din cadrul sedintelor Consiliului Local Municipal;
- promovarea programelor cu finantare europeana la nivelul locuitorilor municipiului Constanta;
- informarea in prealabil, din oficiu, a persoanelor asupra problemelor de interes public care urmeaza sa fie dezbatute de autoritatile administratiei publice centrale si locale, precum si asupra proiectelor de acte normative;
- consultarea cetatenilor si a asociatiilor legal constituite, la initiativa autoritatilor publice, in procesul de elaborare a proiectelor de acte normative;
- participarea activa a cetățenilor la luarea deciziilor administrative si in procesul de elaborare a proiectelor de acte normative.

In acest context se impune achizitia serviciului de informare si promovare pe canale TV locale si/sau regionale a actiunilor si activitatilor Primariei si Consiliului Local Municipal Constanta.

Cap. 2 - OBIECTUL ACHIZITIEI

Obiectul achizitiei il constituie incheierea unui acord cadru cu o Agentie de Publicitate care sa asigure prin intermediul contractelor subsecvente:

- conceperea, realizarea si difuzarea produselor de informare si promovare;
- sa asigure spatiul de emisie necesar difuzarii produselor de informare si promovare la televiziunile locale si/sau regionale care emit programe in aria de interes local (municipiul Constanta).

Cap. 3 - CARACTERISTICILE SERVICIILOR

Serviciul solicitat consta in activitati de realizare concept si productie audio-video a produselor de informare si promovare TV, descrise mai jos, precum si asigurarea spatiului de emisie necesar difuzarii acestor produse.

Produsele de informare si promovare TV, sunt:

- **anunturi de interes public** (durata standard 15 sec) sub forma grafica (billboard);
- **spoturi informative/publicitare** (durata standard 30 sec) pornind de la concept, scenariu, editare video (imagine din arhiva proprie sau a clientului ori rezultata din filmari dedicate-interior studio sau exterior oras) grafica, filmari speciale cu sau fara ilustratie sonora dedicata;

- **reportaje promovare** (durata standard 60 sec); filmari dedicate (interior/exterior), grafica, editare video, ilustratie muzicala, procesare, cu sau fara imagini de arhiva;
- **programe speciale** (durata standard 30 min), de informare, promovare si/sau dezbateri publica.
- **transmisiuni live evenimente** (durata standard 60 min), cu car reportaj, minim 4 camere.
- **inregistrari evenimente** (durata standard 60 min), in vederea editarii si difuzarii ulterioare.

Ofertantul (Agentie de Publicitate) trebuie sa asigure spatiul de emisie la televiziuni clasificate astfel:

- in functie de **acoperire** – locale si/sau regionale;
- in functie de **forma de proprietate** – publice sau private ;
- in functie de **tipul emisie** – terestra si/sau prin cablu ori satelit;
- in functie de **modul de organizare** – independente si/sau afiliate retelelor media;
- in functie de **continutul editorial** – generaliste si/sau de stiri.

Primaria Constanta va transmite Agentiei, anunturile ce urmeaza a fi difuzate, prin comanda ferma ce va contine urmatoarele informatii: nume institutie publica, textul anuntului, tipul produsului de informare si/sau promovare TV (spot, anunt, reportaj, emisiuni, transmisiuni evenimente, etc), durata, numarul de difuzari, perioada difuzarii, canalul TV, intervalul orar de difuzare (prime time/out of prime time).

Nota 1: Primaria Constanta nu are obligatia de a emite comenzi pentru absolut toate canalele TV prezentate de Agentie.

Nota 2: Serviciile de creatie si productie a produse de informare si promovare TV, asigurate de prestator vor respecta cerintele beneficiarului, solicitate in comanda.

Se va lua in calcul ca difuzarea produsele de informare si promovare precizate de contract sa aiba loc, in special, la ore de audienta ridicata (interval orar 18:30 – 23:00), pe tot parcursul acordului cadru.

Cap. 4 - PREZENTAREA OFERTEI

Durata de valabilitate a ofertelor va fi de 90 de zile.

Acordul cadru se va incheia cu un singur operator economic.

Oferta va cuprinde o propunere tehnica si o propunere financiara.

a) Propunerea tehnica

Propunerea tehnica va respecta cerintele caietului de sarcini si va cuprinde metodologia de prestare a serviciilor solicitate de catre autoritatea contractanta la Cap.3 – Caracteristicile serviciilor.

Metodologia propusa trebuie sa contina minimum urmatoarele informatii:

- descrierea de ansamblu a abordarii propuse de ofertant pentru executarea contractului;
- grila de programe pentru fiecare canal TV;
- dotare cu echipament de filmare;
- referinte recuzita, materiale necesare filmarii;
- referinte personal implicat in indeplinirea contractului;
- referinte locatii de filmare;
- alte informatii considerate semnificative pentru evaluarea corespunzatoare a propunerii tehnice

Agentia de publicitate va prezenta pentru fiecare post TV din oferta, ca dovada a posibilitatilor de a realiza produsele definite la Cap. 3, doua variante de concept de creatie si executie spot, de circa 30 sec., pe suport CD sau DVD. Alternativ se poate prezenta story-board-ul unui concept de creatie, sub forma de print color, pe cadre esentiale succesive, cu adnotari ce precizeaza stilul de filmare, elementele audio si scriptul.

b) Propunerea financiara

Ofertantii vor prezenta oferta financiara conform formularului de oferta 10B, care va cuprinde informatii referitoare la: tipul produsului de informare si promovare realizat, pretul pentru productie/durata standard, preturile pentru difuzare/durata standard/interval orar de difuzare.

Pentru stabilirea ofertei castigatoare, conform criteriului de atribuire „pretul cel mai scazut”, se va aplica formula de calcul:

$$\text{TMPD (tarif mediu productie si difuzare)/Ofertant} = \frac{\text{TMPD/post TV1} + \text{TMPD/post TV2} + \text{TMPD/post TVn}}{n}$$

unde: n = numar posturi TV prezentate de Ofertant (Agentie de publicitate);

TMPD/Ofertant = tariful mediu pentru productie si difuzare al fiecarui Ofertant;

TMPD/post TV = tariful mediu pentru productie si difuzare al fiecarui post TV prezentat de Ofertant ;

$$\text{TMPD/post TV} = \frac{\text{TMP (tarif mediu productie)} + \text{TMD (tarif mediu difuzare)}}{2}$$

Deoarece durata standard a produselor de informare si promovare (prezentate la cap.3), poate varia pe parcursul derularii contractului (15 sec, 20 sec, 60 sec, 120 sec, etc), pentru calcularea costului productiei si difuzarii, se va folosi metoda matematica „regula de trei simpla” pornind de la pretul pentru durata standard.

Pretul se mentine ferm in euro, pe toata perioada de valabilitate a acordului cadru, la care se adauga TVA si taxa de cinema de 4% din valoarea fara TVA, ce vor fi evidentiata in mod distinct.

Cap. 5 - DURATA ACORDULUI CADRU

Durata acordului-cadru va fi de 48 luni de la data inregistrarii si semnarii acestuia de ambele parti.

Pentru intreaga durata a acordului-cadru, se estimeaza a fi realizate si difuzate, un numar maxim de 960 produse de informare si promovare TV, respectiv 3 214 512 lei fara TVA si un numar minim de 480 produse de informare si promovare TV, respectiv 1 607 256 lei fara TVA.

Estimam incheierea a 4 contracte subsecvente, cu durata de 12 luni fiecare, iar cantitatile maxime si minime previzionate de produse definite la Cap. 3, ce vor fi realizate si difuzate, pe durata fiecarui contract subsecvent, sunt urmatoarele:

- maxim estimat de 240 produse de informare si promovare TV, respectiv 803 628 lei fara TVA.
- minim estimat de 120 produse de informare si promovare TV, respectiv 401 814 lei fara TVA.

Valoarea maxima estimata a fiecarui contract subsecvent acordului cadru este de 803 628 lei fara TVA.

Cap. 6 – GARANTIA DE BUNA EXECUTIE

Garanția de bună execuție este de 5% din prețul in lei, al fiecarui contract de servicii subsecvent acordului cadru, fără TVA.

Garanția de bună execuție se va stabili la încheierea **fiecarui contract de servicii subsecvent acordului cadru**, în conformitate cu prevederile **art. 90 alin. (1) din H.G. nr. 925/2006, cu modificările și completările ulterioare** sau se va constitui prin rețineri succesive din sumele datorate pentru facturile parțiale. In acest caz, contractantul are obligația de a deschide la unitatea Trezoreriei Statului din cadrul organului fiscal competent în administrarea acestuia, un **cont de disponibil distinct la dispoziția autorității contractante**. Suma inițială, care se va depune de către contractant în contul de disponibil astfel deschis, **este de minim 0,5% din prețul contractului, fără T.V.A.** Achizitorul va emite pretentii asupra asupra garanției, in limita prejudiciului, daca operatorul economic nu isi indeplineste obligatiile asumate. Anterior emiterii unei pretentii asupra garanției, achizitorul are obligatia de a notifica acest lucru operatorului economic, precizand obligatiile ce nu au fost respectate. Restituirea garanției se va face in baza art. 92 alin. 2 din H.G. nr. 925/2006.

IMM-urile beneficiază de reducerea cu 50% a garanției de bună execuție.

Cap. 7 – TERMENE DE TRANSMITERE A COMENZILOR

Comenzile vor fi transmise prin comanda ferma (e-mail sau fax), de catre Primaria Municipiului Constanta, Agentiei de Publicitate, astfel:

- pentru anunturi de interes public, in termen de 2 zile inainte de difuzarea acestora;

- pentru spoturi informative/publicitare, in termen de comun acord convenit in functie de complexitatea productiei;
- pentru reportaje promovare, in termen de 7 zile inainte de difuzarea acestora;
- pentru transmisiuni evenimente, programe speciale, emisiuni, in termen de comun acord convenit.

NOTA: In mod exceptional, se pot accepta comenzi si intr-un termen mai mic decat cel prevazut mai sus.

Comenzile astfel primite, vor fi inaintate de Agentia de Publicitate catre canalele TV solicitate de beneficiar in comanda.

Cap. 8 – RECEPTIA SI VERIFICAREA SERVICIULUI

Receptia si verificarea serviciului se vor realiza prin intocmirea unui raport de difuzare, la sfarsitul fiecarei luni, semnat de prestator si reprezentantii primariei, desemnati din cadrul Serviciului de Relatii Internationale .

Raportul de difuzare va cuprinde: numarul comenzii, tipul produsului de informare si promovare TV (spot, anunt, reportaj, emisiuni, transmisiuni evenimente, etc) solicitat, canalului TV, durata, nr. de difuzari, perioada de difuzare, intervalul orar de difuzare, contravaloarea prestatiei.

Raportul de difuzare va fi insotit la sfarsitul fiecarei luni de, dovada-martor inregistrata pe suport electronic, care sa ateste realizarea si difuzarea produsului comandat in luna respectiva.

Cap. 9 - MODALITATI DE PLATA

Prestatorul va emite factura dupa semnarea raportului de difuzare dintre cele doua parti.

Pretul fiind in euro la care se adauga TVA (si taxa de cinema de 4%), decontarea se va face la cursul de referinta BNR din data emiterii facturii, in baza facturii insotita de raportul de difuzare si copiile comenzilor.

Cap. 10 - CRITERIUL DE ATRIBUIRE A CONTRACTULUI

Atribuirea contractului se va face, conform criteriului de atribuire „pretul cel mai scazut”.

Director Executiv,
Petrica Munteanu

Sef Serviciu,
Liviu Tramudana

Intocmit Inspector,
Felicia Tutuianu