



Nr. 66995/29.03.2022

INVITAȚIE DE PARTICIPARE

Sectorul 3 al Municipiului București are onoarea să vă invite să participați cu ofertă pentru atribuirea contractelor de achiziție publică având ca obiect: „Servicii de furnizare spațiu de emisie pentru difuzare spot TV, prestate de furnizori de servicii media și servicii de publicitate media online”

1. Obiectul achiziției: „Servicii de furnizare spațiu de emisie pentru difuzare spot TV, prestate de furnizori de servicii media și servicii de publicitate media online”,
Coduri CPV: CPV 92220000-9 Servicii de televiziune

CPV 79341400-0 Servicii de campanii de publicitate

Valoarea totală estimată a contractelor ce urmează a fi încheiate: 1.200.000 lei fără TVA

2. Procedura aplicată pentru atribuirea contractelor: procedură de selecție a ofertelor

3. Sursa de finanțare a contractului care urmează să fie atribuit: buget local

4. Oferta depusă de ofertant trebuie să cuprindă: Propunere tehnică și Propunere financiară conform caietului de sarcini anexat, documentele care atestă situația personală a ofertantului conform caietului de sarcini anexat, documentele care atestă capacitatea tehnică și/ sau profesională a ofertantului conform caietului de sarcini anexat.

5. Factori de evaluare. Orice operator economic are dreptul de a transmite câte o singură ofertă pentru câte un singur pachet de servicii pentru oricare cod CPV, așa cum sunt precizate și descrise în caietul de sarcini anexat. Ofertanții vor fi selectați în ordinea depunerii ofertelor până la epuizarea pachetelor alocate campaniei de promovare a serviciilor și investițiilor publice ale Sectorului 3 al



Municipiului București. Regula succesivității se aplică dacă sunt îndeplinite în mod cumulativ, atât cerințele minime referitoare la ofertă, cât și criteriile de calificare și selecție privind ofertanții. În cazul în care mai mulți ofertanți depun oferte pe același pachet, selecția se va face pe luându-se în considerare criteriul “cel mai bun raport calitate-preț”. Numărul de exemplare: 1 exemplar în original. Ofertantul trebuie să sigileze într-un plic închis corespunzător și netransparent marcat cu adresa autorității contractante și cu inscripția “a nu se deschide înainte de data de 01.04.2022”. În cazul în care informațiile sau documentele prezentate de către operatorii economici sunt incomplete sau eronate sau lipsesc anumite documente autoritatea contractantă are dreptul de a solicita clarificări completări ale documentelor prezentate cu respectarea principiilor tratamentului egal și transparent. Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a considera oferta necorespunzătoare și neconformă în cazul în care nu sunt satisfăcute cerințele de prezentare a propunerii tehnice, financiare și a cerințelor de calificare.

Evaluarea ofertelor respectiv încadrarea în prevederile Art. 187, Alin 3 lit c. din legea 98/2016 se va realiza prin compararea cantităților prezentate în cadrul ofertelor admisibile concurente la fiecare dintre pachetele de servicii iar criteriul cel mai bun raport calitate-preț va sta la baza încheierii contractului.

6. Modalitatea de depunere a ofertelor. Propunerea tehnică, propunerea financiară și documentele de calificare vor fi introduse în același plic cu caietul de sarcini. Caietul de sarcini va conține mențiunea “de acord cu cerințele caietului de sarcini” semnătura și ștampila ofertantului. Cerințele minime obligatorii sunt imperative nu pot fi modificate de ofertant însă nu limitează ofertantul la acestea. Eventualele obiecțiuni cu privire la cerințele specifice se vor formula în scris și vor fi introduse în plic. Oferta va fi înaintată cu scrisoare de înaintare și va fi depusă la registratura



Primăriei Sectorului 3 Calea Dudești 191, cu mențiunea în atenția Serviciului de Promovare Instituțională, Direcția Comunicare.

7. Limba de redactare a ofertei: limba română.

8. Perioada de valabilitate a ofertelor: 12 luni.

9. Prețul va fi exprimat în RON, fără TVA

10. Prețul ofertei este ferm în RON.

○ NU se acceptă actualizarea prețului contractelor

11. Termenul comercial în care se vor încheia contractele: contract de servicii

12. Durata de realizare: până la 31.12.2022 cu posibilitate de prelungire până la 30.04.2023.

13. Documentele care însoțesc oferta: documentele enunțate mai sus.

14. Adresa la care se depune oferta: Calea Dudești nr. 191, Sector 3, București, registratura Primăriei Sectorului 3;

15. Data limită pentru depunerea ofertei: 01.04.2021 ora 10.00;

16. Ora, data și locul deschiderii ofertelor: 01.04.2021, ora 11.00, la sediul Sectorul 3 al Municipiului București din Calea Dudești nr. 191, Sector 3, București.

Pentru informații suplimentare ne puteți contacta la tel. 021.318.03.23 sau la 0731111382

SERVICIUL PROMOVARE INSTITUȚIONALĂ

ȘEF SERVICIU

Bogdan Constantin Cotigă



APROBAT
PRIMAR,
ROBERT-SORIN NEGOIȚĂ

Nr. 66957/29.03.2022

CAIET DE SARCINI

1.DATE GENERALE

1.1.Denumirea achiziției

”Servicii de furnizare spațiu de emisie pentru difuzare spot TV, prestate de furnizori de servicii media și servicii de publicitate media online”

1.2. Obiectul contractului ” Servicii de furnizare spațiu de emisie pentru difuzare spot TV, prestate de furnizori de servicii media și servicii de publicitate media online ”

Modul de atribuire:

Pocedură de selecție a ofertelor

Având în vedere obiectul achiziției respectiv *Servicii de furnizare spațiu de emisie pentru difuzare spot TV, prestate de furnizori de servicii media și servicii de publicitate media online*, conform Art. 29 alin. ,1 lit. b. din Legea 98/2016 “prezenta lege nu se aplică pentru atribuirea contractelor de achiziție publică /acordurilor cadru de servicii care au ca obiect cumpărarea dezvoltarea producția sau coproducția de materiale pentru programe destinate serviciilor media audiovizuale atribuite de furnizor de servicii media ori contractelor pentru furnizare spațiu de emisie sau furnizarea de programe care sunt atribuite furnizorilor de servicii media.”

Conform Art. 34, Alin. 1 din Legea 98/2016 “În cazul contractelor mixte care au ca obiect atât achiziții pentru care se aplică dispozițiile prezentei legi, cât și achiziții pentru care se aplică dispozițiile altor acte normative, iar diferitele părți ale unui anumit contract



mixt sunt în mod obiectiv separabile, autoritatea contractantă are dreptul de a alege între a atribui contracte distincte pentru părțile separate și a atribui un singur contract.”

Coroborat cu Art. 35 alin.2 “ În cazul contractelor mixte care au ca obiect atât servicii sociale și alte servicii specifice, prevăzute în anexa nr. 2, cât și alte servicii, precum și în cazul contractelor mixte care au ca obiect atât servicii, cât și produse, obiectul principal se determină în funcție de cea mai mare dintre valorile estimate ale serviciilor sau produselor respective”, și coroborat cu Art 34, Alin. 6 “(6) În cazul contractelor mixte care au ca obiect atât achiziții pentru care se aplică dispozițiile prezentei legi, cât și achiziții pentru care se aplică dispozițiile altor acte normative, iar diferitele părți ale unui anumit contract nu sunt în mod obiectiv separabile, contractul este atribuit potrivit actului normativ aplicabil în funcție de obiectul său principal.”

Având în vedere cele menționate și luând în considerare faptul că pentru serviciile de furnizare spațiu de emisie pentru difuzare spot TV, prestate de furnizori de servicii media, valoarea totală estimată a contractelor este mai mare decât în cazul serviciilor de publicitate media online, achiziția de *Servicii de furnizare spațiu de emisie pentru difuzare spot TV, prestate de furnizori de servicii media și servicii de publicitate media online*” este exceptată de la Legea 98/2016, conform Art 29, Alin. 1 lit. b.

1.3. Prestator

Se va desemna în urma procedurii.

1.4 Valoarea totală estimată a achiziției.

- 1.428.000 lei TVA inclus, din care 1.200.000 lei fără TVA și 428.000 lei, reprezentând TVA.

1.5. Durata de realizare a obiectivului.

Contracte de prestări servicii, valabile pana la 31.12.2022, cu posibilitatea prelungirii pentru o perioadă de maxim 4 luni, în funcție de alocările bugetare existente.

1.6. Ordonatorul principal de credite: Primăria Sectorului 3
Finantarea se va face din bugetul local.

1.7. Autoritatea contractanta

Primăria Sectorului 3, Calea Dudești nr.191, București cod fiscal 4420465



1.8. Prezentarea situației actuale:

Context

Primăria Sectorului 3 a implementat, încă din anul 2019 o serie de campanii de informare și conștientizare care au avut atât rezultate pozitive specifice dar și rezultate generale favorabile în sensul creșterii încrederii cetățenilor în instituție.

Astfel primăria Sectorului 3 a încheiat în data de 22.04.2019 un contract de prestări servicii *"de realizare și difuzare spoturi TV și Radio, publicitate stradală, online, publicare advertoriale în presa tipărită și studii de impact"* prin care au fost promovate în spațiul public mesajele a două campanii denumite **Curățenie în Sectorul 3 și Învățământ dual în Sectorul 3** precum și ale noului brand al Sectorului 3 "Sectorul 3. Cei mai buni".

Potrivit adresei emisă către Serviciul de Promovare Instituțională emis de către Direcția Generală de Poliție Locală a Sectorului 3 și adresei emisă către Serviciul de Promovare Instituțională de către Direcția Generală de Salubritate a Sectorului 3, dar și potrivit datelor publice oferite de către Inspectoratul Școlar București putem concluziona că demersurile întreprinse ca urmare a gestionării eficiente și derulării contractului mai sus amintit au avut rezultate pozitive semnificative și totodată a oferit consistență noului slogan al Sectorului 3.

Astfel ca urmare a promovării eficiente a campaniei **Curățenie în Sectorul 3**, datele oferite de către Direcția Generală de Poliție Locală a Sectorului 3 arată fără echivoc că foarte mulți cetățeni au intrat în contact cu mesajele campaniei și au acționat în consecință, numărul amenziilor fiind cu aproximativ 36 % mai mic decât în aceeași perioadă a anului trecut, având în vedere că numărul polițiștilor locali aflați în patrulare în acest scop a fost aproximativ același.

De asemenea, potrivit adresei Direcției Generale de Salubritate a Sectorului 3 rezultatele pozitive ale campaniei se verifică cu cele ale Poliției Locale deoarece cantitatea de gunoi stradal strânsă din coșurile de gunoi a crescut semnificativ ceea ce demonstrează că demersurile de promovare ale mesajelor campaniei au avut efectul scontat.

Referitor la campania **Învățământ dual în Sectorul 3**, potrivit datelor oferite de Inspectoratul Școlar București, aproximativ 70% dintre elevii bucureșteni înscriși la clasele



de învățământ dual au optat pentru liceele Sectorului 3, și având în vedere că populația Sectorului 3 reprezintă mai puțin de un sfert din populația Municipiului București, promovarea ofertei educaționale a Sectorului 3 în ceea ce privește acest domeniu a avut rezultatele scontate și totodată a oferit consistență noului slogan al Sectorului 3.

Putem astfel concluziona că demersurile și totodată cheltuielile întreprinse până în prezent în cadrul acestui contract au fost perfect justificate și au arătat concret o îmbunătățire a percepției locuitorilor Municipiului București despre serviciile publice oferite în Sectorul 3, o creștere semnificativă a încrederii în seriozitatea ofertei educaționale în licele din Sectorul 3, o creștere importantă a nivelului de conștientizare a necesității păstrării curățeniei publice, aspecte ce vor genera perspective promițătoare pe piața muncii calificate la nivelul Sectorului 3 și a Municipiului București dar și o reducere a costurilor pentru curățenia stradală la nivelul Sectorului 3.

De asemenea, Primăria Sectorului 3 a încheiat în data de 27.09.2019 un contract de prestări servicii de promovare prin care au fost promovate în spațiul public mesajele a două campanii denumite *Donații pentru comunitate (având sloganul "Căutăm eroii dintre noi")* și *Primăria non-stop (având sloganul "Tehnologia învinge birocrăția")* precum noul brand al Sectorului 3 "Sectorul 3. Cei mai buni" prin diferite modalități de promovare outdoor BTL și ATL.

Potrivit studiului de impact realizat telefonic în luna martie 2020 pe un eșantion reprezentativ d.p.d.v sociologic de 1702 persoane neinstituționalizate cu reședința în Sectorul 3 al Municipiului București, având o marjă de eroare de maximum 2,4%, 52% dintre chestionați declară că au auzit de Campania "Căutăm eroii dintre noi" pentru donarea unor terenuri acolo unde primăria se obligă să amenajaze parc sau loc de joacă, ceea ce arată gradul ridicat de notorietate al campaniei. De asemenea, 56% dintre chestionați declară că această campanie are o utilitate destul de bună (36%) și foarte bună(19%). De asemenea, 46% dintre aceștia declară că această campanie contribuie la mărirea suprafețelor verzi din Sectorul 3 și doar 34% consideră că aceasta contribuie puțin și foarte puțin. Potrivit aceluiași studiu de impact, 58% dintre intervievați spun că au auzit de campania "Tehnologia învinge birocrăția" și 81% dintre ei declară că aceasta a avut o utilitate socială destul de bună (34%) și foarte bună(47%). În ceea ce privește măsura în care campania contribuie la îmbunătățirea calității



serviciilor oferite de primărie, 68% declară că această contribuție este destul de multă (26%) și foarte multă (42%), în vreme ce doar 15% consideră că această campanie contribuie puțin la creșterea calității serviciilor.

Astfel, putem concluziona că demersurile și cheltuielile întreprinse până în prezent în cadrul contractului de promovare încheiat în data de 27.09.2019 au fost perfect justificate și au arătat concret o îmbunătățire a percepției locuitorilor Municipiului București despre serviciile publice oferite în Sectorul 3, o creștere semnificativă a notorietății serviciilor online în contextul pandemiei de SARS-CoV-2, o creștere semnificativă a încrederii în capacitatea Sectorului 3 de a potența solidaritatea locală dar și o creștere semnificativă a încrederii în faptul că autoritatea publică locală poate contribui decisiv la îmbunătățirea standardului de viață în colaborare cu membrii comunității.

Situația actuală:

Primăria Sectorului 3 derulează un program de învățământ dual de meserii prin care se intenționează formarea profesională a tinerilor. În această perioadă ce cuprinde lunile de primăvară se desfășoară înscrierile în acest program pentru anul școlar 2022-2023. De aceea se impune promovarea acestui program pentru ca tinerii absolvenți de școală generală să acceseze învățământul dual.

În acest sens, una dintre cele mai eficiente metode de a promova programul de Învățământ dual campanii este difuzarea unui spot TV, care să conțină sintetic mesajele campaniei, în cadrul programelor unor televiziuni cu specific informativ și care se află în preferințele cetățenilor din punctul de vedere al audienței. De asemenea, pentru ca mesajele campaniei să ajungă și la publicul care se informează preponderent din online, considerăm că o distribuie a mesajelor campaniei pe siteuri cu specific informativ și cu un grad ridicat de credibilitate, aflate în preferințele cetățenilor din Sectorul 3, ar crește gradul de răspândire al informațiilor în sensul scopului campaniei de informare și conștientizare pe care o implementăm la nivelul Sectorului 3.

Intenționăm astfel să redifuzăm un clip de promovare a învățământului dual ce are conținut atemporal, realizat în 2019, pentru a promova acest program și în acest an. De



asemenea, intenționăm să difuzăm în mediul online și vizualurile campaniei de promovare a învățământului dual.

2. DESCRIEREA SERVICIILOR

2.1 Pachet A: difuzare spot TV

COD CPV - CPV 92220000-9 Servicii de televiziune

Valoare maximă estimată (fără TVA): 1.000.000 lei

Specificațiile tehnice minime

Acesta va cuprinde minimum 800 de difuzări (în medie minimum 2 difuzări /zi) de câte 30 de secunde ale spotului TV pus la dispoziția Prestatorului de către Achizitor, din care minimum, cel puțin 30% dintre numărul difuzărilor trebuie să fie în intervalul Prime Time. Difuzarea se va face la comanda Beneficiarului, acesta stabilind numărul de difuzări ce trebuie achiziționat până la epuizarea numărului maxim stabilit în prezentul pachet. Prestatorul va prezenta un plan de difuzare cu orele de difuzare distribuite echilibrat pe întreaga perioadă de derulare a contractului, respectiv de la încheierea acestora până la 31.12.2022 și distinct un plan de difuzare care să cuprindă aceeași medie zilnică a difuzărilor pentru perioada 01.01.2023 – 30.04.2023.

2.2 Pachet B: publicitate online

CPV 79341400-0 Servicii de campanii de publicitate

Valoare maximă estimată (fără TVA): 200.000 lei

Pachetul va cuprinde:

- minimum 8.000.0000 afișări banner de diverse dimensiuni (970x250, 300x300, 300x250, 300x600 etc). Bannerele vor fi furnizate de către autoritatea contractantă și vor trebui afișate pe homepage-ul publicațiilor online într-un loc vizibil ușor de către vizitatori.
- minimum 300.000 afișări video a unui spot publicitar de 30 de secunde de promovare a mesajelor campaniei ce va fi transmis în prealabil Prestatorului de către autoritatea contractantă



3. DISPONIBILITATEA

Recepția serviciilor de la punctele de la 2.1, 2.1 inclusiv se va face lunar pe baza rapoartelor de activitate care vor conține detalierea serviciilor prestate potrivit condițiilor minime stabilite în prezentul caiet de sarcini și a ofertelor depuse și acceptate. Rapoartele de activitate vor fi depuse o dată cu factura lunară.

4. SITUATIA PERSONALA A OFERTANTULUI

Cerința nr. 1 Certificat constatator privind lipsa datoriilor cu privire la plata impozitelor, taxelor sau a contribuțiilor la bugetul general consolidat (bugetul local, buget de stat, etc.) în termen de valabilitate la momentul prezentării.

Cerința nr. 2 - CUI-ul societății

Cerința nr. 3 Din documentele eliberate de autoritățile competente trebuie să rezulte că în obiectul de activitate al ofertantului sunt cuprinse servicii în concordanță cu obiectul prezentei achiziții. Ofertanții trebuie să dovedească o formă de înregistrare în condițiile legii, să reiasă că ofertantul este legal constituit că nu se află în niciuna din situațiile de anulare a constituirii precum și faptul că are capacitatea profesională de a presta serviciile care fac obiectul contractului.

Modalitate de îndeplinire: prezentarea de documente justificative, respectiv certificat de înregistrare sau certificat constatator emis de ONRC, valabile la data limită de depunere a ofertei, respectiv copie lizibilă cu mențiunea "copie conform cu originalul" din care să rezulte obiectul de activitate al respectivului operator economic. Obiectul contractului trebuie să aibă corespondent în codul CAEN din certificatul constatator emis de ONRC sau din documentul echivalent.

5. CAPACITATEA TEHNICĂ ȘI/ SAU PROFESIONALĂ A OFERTANTULUI

Pentru pachetul A

- Pentru serviciile de furnizare spațiu de emisie pentru difuzare Spot TV prestate de furnizor de servicii media, respectiv pachetul A se solicită ca ofertanții să facă dovada că sunt furnizor de servicii media autorizați sau cu licență conform legii audiovizualului 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.



Modalitatea de îndeplinire a cerinței: prezentarea următoarelor documente justificative: copie conform cu originalul după licența audiovizuală valabilă la momentul prezentării.

- Ofertantul trebuie să fie furnizor servicii de programe cu pondere semnificativă în formarea opiniei publice sunt serviciile de programe generaliste, de știri, de analize și dezbateri pe teme politice și/sau economice de actualitate așa cum sunt definite în Art. 44, lit. d, din Ordonanța de urgență 181/2008.
- Pentru serviciile de furnizare spațiu de emisie pentru difuzare Spot TV prestate de furnizor de servicii media, respectiv pachetul A, se solicită ca ofertanții să prezinte un raport de audiență pentru luna februarie anul 2022 în copie conform cu originalul. Ofertantul trebuie să prezinte raportul de audiență la depunerea ofertei.

Pentru pachetul B

- ofertantul trebuie să dovedească printr-un raport de trafic pe luna februarie anul 2022 că a acumulat minimum 500.000 utilizatori unici. Surse raport: SATI (BRAT.ro) sau trafic.ro sau Google Analytics sau echivalent.

6. PROPUNEREA TEHNICĂ

Ofertantul va elabora propunerea tehnică astfel încât aceasta să furnizeze toate informațiile cu privire la modalitatea de realizare a cerințelor din caietul de sarcini și implicit a serviciilor oferite. Cerințele caietului de sarcini, sunt minime și obligatorii.

7. PROPUNEREA FINANCIARĂ

Ofertantul va elabora propunerea tehnică astfel încât aceasta să furnizeze toate informațiile cu privire la costul unitar și total al serviciilor oferite, respectiv:

Pentru pachetul A

- preț unitar per difuzare spot TV de promovare în segmentul Prime Time(PT)/ cantitate totală difuzări oferită în perioada contractuală/ preț total al cantității de difuzări PT din ofertă
- preț unitar per difuzare spot în segmentul Off Prime Time (OPT)/cantitate totală difuzări oferită în perioada contractuală/ preț total al cantității de difuzări OPT din ofertă
- Preț total ofertă depusă.



Pentru pachetul B:

- CPM - prețul per 1000 de afișări banner/cantitate totală afișări banner oferită în perioada contractuală/ preț total al cantității de afișări banner din ofertă
- CPM - prețul per 1000 de afișări video/cantitate totală afișări video oferită în perioada contractuală/ preț total al cantității de afișări video din ofertă
- Preț total ofertă depusă

Notă: Toate prețurile trebuie exprimate în lei fără TVA. Cerințele caietului de sarcini, sunt minime și obligatorii.

8. DECONTAREA SERVICIILOR

Se va face pe baza următoarelor documente:

- factura în original
- proces verbal de recepție
- raport de difuzare (valabil și pentru serviciile de difuzare TV și pentru cele de publicitate online.)

8. NORME DE PROTECTIA MUNCII

Se vor respecta normele de securitate și protecția muncii în vigoare în România , adaptate la normele și reglementările Uniunii Europene.

ȘEF SERVICIU

COTIGĂ BOGDAN CONSTANTIN