



Obiective legate de Zona Snagov (lac+padure) comunele: Snagov, Gruiu, Ciolpani:

- 1) **creștere/dezvoltare sustenabilă/durabilă** și o bună utilizare/administrare a resurselor (formulare de strategii, implementarea acestora) (transparentă și informare publică)
- 2) dezvoltarea/promovare: **eco-turism** și inițiativa privată (IMM)
- 3) **ecologie / mediu / biodiversitate**: protecție și conservare, monitorizare, proiecte (custode) arii naturale protejate “Lacul Snagov” și “Pădurea Snagov”
- 4) **cultura, educație, învățământ, pregătire profesională**: colecții, monumente, muzee, obiective turistice și culturale locale etc (istorie locală, etnografie, cultură orală, faună-flora- ecosisteme)

Tel/Fax/Robot: (+4) 021 323 9905 * Mobil: 0722 601 830 * office@fundatiasnagov.ro

Șoseaua Snagov nr. 78, Snagov Sat, Snagov, 077165, Județul Ilfov, ROMÂNIA

Nr. de înregistrare în Registrul Special al Fundațiilor și Asociațiilor: 52/14-dec-2007 * Cod Fiscal: 22911517

Nr. de înregistrare – Ministerul Justiției: 7724/94/2007

Cont: RO38 MILB 0000 0000 0060 1222, Banca: MILLENNIUM – Agenția Buzzești, București, Nr.85

More details: www.FundatiaSnagov.ro * FORUM: www.FundatiaSnagov.ro/FORUM

Zona Snagov: ≈ **4700** de specii de FAUNĂ și FLORĂ, din care ≈120 sunt protejate în UE și **40 din „Lista Roșie”!**

Aprob,

Presedinte

Constantin Turmac

DOCUMENTATIE DE ATRIBUIRE

pentru atribuirea directa a

a contractului de prestari servicii având ca obiect:

Servicii conform cod CPV:

79341400-6 Servicii de publicitate

79341400-0 Servicii de organizare campanii de publicitate

Proiectul “Aria Naturală Protejată “Lacul Snagov” – Management adecvat prin revizuire Plan de mangement pe bază de studii științifice, Informare și Conștientizare”, co-finanțat prin Fondul European de Dezvoltare Regională, prin POS Mediu

-octombrie 2010-

A. DATE DESPRE BENEFICIAR

1. Denumirea/numele: FUNDATIA SNAGOV SA Snagov
2. Codul unic de înregistrare: 22911517
3. Adresa: soseaua Snagov nr.48, jud. Ilfov, cod postal
4. Tel/Fax/Robot: (+4) 021 323 9905
6. E-mail: office@fundatiasnagov.ro sau pm17610@fundatiasnagov.ro
7. Pagina de Internet: www.fundatiasnagov.ro

B. INFORMATII PENTRU OFERTANTI

Servicii pe durata implementării proiectului “Aria Naturală Protejată “Lacul Snagov” – Management adecvat prin revizuire Plan de management pe bază de studii științifice, Informare și Conștientizare“, co-finanțat prin Fondul European de Dezvoltare Regională ”, care includ următoarele

CPV: 79341000-6 - Servicii de publicitate

CPV: 79341400-0 - Servicii de organizare campanii de publicitate

Caracteristici generale ale serviciilor: Servicii de publicitate si servicii de organizare campanii de publicitate

1. Denumirea/numele: FUNDATIA SNAGOV
 2. Codul unic de înregistrare: 22911517
 3. Adresa: soseaua Snagov nr.48, jud. Ilfov, cod postal 077165
 4. Tel/Fax/Robot: (+4) 021 323 9905
 6. E-mail: office@fundatiasnagov.ro sau pm17610@fundatiasnagov.ro
 7. Pagina de Internet: www.fundatiasnagov.ro
 8. Procedura aplicată pentru atribuirea contractului de servicii: achiziție directă
 9. Sursa de finanțare a contractului: fonduri europene și surse proprii.
 10. Tipul contractului de servicii pentru care sunt solicitate oferte: Publicitate
 11. Locul de prestare a serviciilor: Snagov
 12. Operatorii economici pot depune ofertă doar pentru întreaga gamă de servicii solicitate.
 13. Durata sau termenul limită de prestare a serviciilor: 24 luni de la data comunicării ordinului de începere a serviciilor.
 14. Informații și clarificări:
 - a. Documentația de atribuire este gratuită
 - b. Documentația de atribuire anexată prezentei invitații poate fi descărcată din sistemul informatic de utilitate publică, accesibil prin Internet, la adresa <http://www.fundatiasnagov.ro/ro/documente.php>
 - c. Data limită pentru solicitarea clarificărilor: 01/11/2010
- Informații suplimentare se pot obține contacta la tel mobil: 0730 097 505, Tel/Fax/Robot: (+4) 021 323 9905, pm17610@fundatiasnagov.ro, Persoana de contact: Andreea Zoica.
15. Data limită pentru depunerea ofertelor: 03/11/2010, ora 14:00
 16. Adresa la care se transmit ofertele: Ofertele se transmit (scanate) pe adresa de e-mail: office@fundatiasnagov.ro, până la data limită de 03/11/2010, ora 14:00. Modalitatea de întocmire a ofertei este precizată în documentația de atribuire care poate fi accesată de pe site-ul Fundatiei Snagov.
 17. Limba de redactare a ofertei: .ROMANA
 18. Persoanele care pot asista la deschiderea ofertelor: Orice ofertant sau împuternicit al acestuia
 19. Data, ora și locul deschiderii ofertelor: 03/11/2010, ora 15:00, FUNDATIA SNAGOV Snagov, soseaua Snagov nr.48, jud. Ilfov
 20. Garanțiile ce trebuie furnizate de ofertanți: descrise în documentația de atribuire
 21. Modalitățile principale de finanțare și de plată și/sau referirile la prevederile care le reglementează vor fi stabilite prin contractul de servicii.
 22. Forma juridică în care trebuie să se legalizeze asocierea grupului de operatori economici cărora li s-a atribuit contractul de servicii: contract de asociere
 23. Criteriile de calificare pe care trebuie să le îndeplinească ofertanții:
 - prezentarea certificatului de înregistrare eliberat de Oficiul Registrului Comerțului
 - prezentarea companiei din care să rezulte experiența similară
 24. Documentele ce urmează a fi prezentate de ofertanți:
 - certificat de înregistrare emis de Oficiul Registrului Comerțului
 - fișa de informații generale-formular 1
 - experiența similară-formular 2
 - ofertă financiară-formular 3

-oferta tehnica-conform caiet sarcini

25. Menționarea prevederilor legale, reglementărilor sau dispozițiilor administrative, în cazurile în care prestarea serviciilor este rezervată unei anumite categorii profesionale: nu este cazul
26. Precizarea dacă persoanele juridice sunt obligate să menționeze numele și calificările profesionale ale personalului responsabil pentru prestarea serviciului:NU
27. Termenul de valabilitate al ofertei: 30 zile
28. Criteriul care va fi utilizat pentru atribuirea contractului de servicii :pretul cel mai scazut.
29. Interzicerea depunerii de oferte alternative:DA
30. Operatorii economici au obligația de a numerota și semna fiecare pagină a ofertei, precum și de a anexa un opis al documentelor prezentate, apoi toata oferta va fi scanata si va fi transmisa pe e-mail.
31. Instrucțiuni privind modul de elaborare și prezentare a propunerii tehnice: Informațiile din propunerea tehnică trebuie să permită identificarea cu ușurință a corespondenței cu specificațiile tehnice minime din Caietul de sarcini. Documentația va cuprinde:
 - O descriere detaliată a metodologiei și a planului de lucru conceput pentru prestarea serviciilor.
 - Calendarul realizării activităților (Grafic de îndeplinire a contractului)
32. Instrucțiuni privind modul de elaborare și prezentare a propunerii financiare:
Propunerea financiară se va face în lei și echivalent în euro, evidențiindu-se distinct taxa pe valoarea adăugată (TVA)
Ofertantul trebuie să prezinte formularul de ofertă care reprezintă elementul principal al propunerii financiare.
Se va prezenta oferta globală și detaliată pe fiecare etapă așa cum este descrisă în caietul de sarcini.
Prețurile exprimate în Formularul de ofertă trebuie să includă toate cheltuielile referitoare la documentare, editare materiale publicitare (proiectarea / machetarea produțiilor de promovare; pregătirea / proiectarea / machetarea serviciilor media), corectură, difuzare, cheltuielile cu deplasările, valoarea materialelor consumabile, etc.
Oferta are caracter ferm și obligatoriu, din punct de vedere al conținutului pe toată perioada de valabilitate. Oferta va rămâne fermă pe perioada de derulare a contractului.
33. Data pentru care se determină echivalența leu/euro: 5 zile inainte de data deschiderii ofertelor.
34. Contestățiile se transmit: la instanța competentă. Denumirea instanței competente Tribunalul Ilfov.

C. FISA DE DATE

C.1 Calificarea ofertantilor

C.1.1. Eligibilitate

Candidatul/ofertantul trebuie sa prezinte documentele care dovedesc eligibilitatea:
Documente care atesta experienta in prestarea de servicii similare

C.1.2. Inregistrare

Candidatul/ofertantul trebuie sa prezinte documentele care dovedesc inregistrarea:
- Pentru persoanele juridice romane:

Certificat emis de Oficiul Registrului Comertului - original sau copie legalizată

C.1.3. Capacitate tehnica si economico-financiara

Candidatul/ofertantul trebuie sa prezinte documentele care dovedesc capacitatea tehnica și capacitatea economico-financiara:

1. Fisa de informatii generale (Formularul 1 din sectiunea formulare)
2. Fise de informatii privind experienta similara (Formularul 2 din sectiunea formulare)

C.1.4 Cerinte minime referitoare la capacitatea tehnica și la capacitatea economico-financiara, pe care ofertantul trebuie să le îndeplineasca pentru a fi considerat calificat:

C.1.4.1.Cerinte minime referitoare la capacitatea tehnica:

1. Prezentare generala (Formularul 1 din sectiunea formulare)
2. Experienta similara

Se cere îndeplinirea si finalizarea, in ultimii trei ani, a cel putin un contract care a avut ca obiect prestarea unor servicii similare.

3.Resurse umane

- Minim 1 persoana specializata în jurnalistică și comunicare, în conformitate cu cerințele din Caietul de sarcini.

- Minim 1 reprezentant al ofertantului va fi la dispoziția beneficiarului timp de maxim 1 ora pe zi (atunci cand este solicitat), pe raza de acoperire a activitatii.

C.1.4.2.. Cerinte minime referitoare la capacitatea economico-financiara:

1. Obligatii contractuale in desfasurare

Se cere exemplificarea a cel puțin un contract de prestari servicii similare in derulare fata de alti beneficiari / clienti

C2. Elaborarea ofertei

C.2.1 Limba de redactare a ofertei:ROMANA

C.2.2 Perioada de valabilitate a ofertelor: 30 zile

C.2.3 Ofertantul va depune o singură ofertă, nu se acceptă oferte alternative

C.2.4

1. Cuantumul garanției pentru participare : Nu se solicita

2. Perioada de valabilitate a garanției pentru participare: Nu se solicita

C.2.5. Propunerea tehnică va fi întocmită conform specificațiilor din "caietul de sarcini"

C.2.6. Propunerea financiară

C.2.7. Propunerea financiară va reprezenta tariful lunar care sa cuprinda operatiunile specificate in Caietul de Sarcini.

D. CAIETE DE SARCINI

Cerinte tehnice generale:

Lot 1

- servicii de publicitate, în vederea promovării imaginii și a intereselor beneficiarului;

Lot 2

- campanii media pentru sensibilizarea cetățenilor în diverse interese ale beneficiarului (salubritizarea cursurilor de apă, folosirea rațională a apei, interzicerea circulației pe diguri, etc.)

- realizarea de materiale promoționale publicitare pentru promovarea imaginii beneficiarului.

- capacitate de deplasare in teren in zone de interes

Caietele de sarcini pentru cele doua servicii sunt prezentate in continuare:

CAIET DE SARCINI

privind contractarea serviciilor de **publicitate pe durata implementării proiectului**
“**Aria Naturală Protejată “Lacul Snagov” – Management adecvat prin revizuire Plan de management pe bază de studii științifice, Informare și Conștientizare**”

A. Informații generale:

FUNDATIA SNAGOV Snagov, a înaintat în vederea finanțării prin Programul Operațional Sectorial Mediu 2007-2013, Axa Prioritară 4 - Implementarea sistemelor adecvate de management pentru protecția naturii, Domeniu major de intervenție - Dezvoltarea infrastructurii și a planurilor de management pentru protejarea biodiversității și rețelei Natura 2000 proiectul “**Aria Naturală Protejată “Lacul Snagov” – Management adecvat prin revizuire Plan de management pe bază de studii științifice, Informare și Conștientizare**”. Proiectul este finanțat conform contractului de finanțare nerambursabilă nr.100080, semnat la data de 04.10.2010, între FUNDATIA SNAGOV SA în calitate de beneficiar și Ministerul Mediului și Padurilor în calitate de Autoritate Contractantă.

1. Titlul proiectului: “*Aria Naturală Protejată “Lacul Snagov” – Management adecvat prin revizuire Plan de management pe bază de studii științifice, Informare și Conștientizare*”

2. Beneficiarul proiectului: FUNDATIA SNAGOV

3. Activități principale din cadrul proiectului:

E1 Diseminare și conștientizare în scopul prezentării / promovării proiectului și a rezultatelor acestuia

B. Descrierea generală a serviciilor solicitate prin prezentul caiet de sarcini:

1. Denumirea serviciilor:

Servicii de publicitate – cod CPV: 79341000-6

2. Serviciile de publicitate se vor efectua prin:

- Servicii media:
 - presă scrisă (anunțuri publicitare-anunt de incepere proiect si anunt de finalizare proiect).

3. Acte normative: Achiziția se va realiza conform legislației în vigoare

4. Specificații tehnice generale:

În faza inițială a proiectului (înainte de începerea lucrărilor) FUNDATIA SNAGOV va informa populația din zona proiectului, precum și ceilalți beneficiari în legătură cu acest proiect. Vor fi prezentate: proiectul, sursele de finanțare, rolul Uniunii Europene, al Guvernului României în acest proiect.

De asemenea, vor fi aduse la cunoștința publicului eventualele greutăți ce pot fi întâmpinate pe parcursul derulării activitatilor proiectului

Periodic, **pe tot parcursul derulării proiectului**, FUNDATIA SNAGOV va pune la dispoziția beneficiarilor informații privind stadiul derulării lucrărilor.

Nr. crt.	Activitatea de informare și publicitate	Durata estimată/ Perioada
-----------------	--	----------------------------------

Presă scrisă (anunțuri publicitare, comunicate de presă)
conform detaliilor din caietul de sarcini

5. Promovarea proiectului se va realiza cu respectarea regulilor din caietul de sarcini, accesibil pe site-ul:
www.fundatiasnagov.ro.

6. Prestarea serviciilor se va derula la solicitarea societății comerciale, după intrarea în vigoare a contractului. Societatea comercială își rezervă dreptul de a diminua / suplimenta cantitățile comandate față de cele contractante în funcție de necesitățile proprii și fondurile disponibile.

7. Durata contractului: 24 de luni de la data emiterii ordinului de începere a serviciilor.

8. Evaluarea ofertelor: Se va face pe baza condițiilor tehnice impuse prin caietul de sarcini cu respectarea criteriilor prevăzute prin Fișa de date a achiziției.

9. Criteriile de evaluare: sunt cele precizate în Fișa de date a achiziției.

C. Detalierea serviciilor solicitate prin prezentul caiet de sarcini:

I. SERVICII MEDIA

(presă scrisă)

I. 1. Servicii în presa scrisă:

- servicii de machetare, publicare și difuzare a anunțurilor publicitare și a comunicatelor de presă

I.1.1. Ofertanții vor prezenta:

- propunerea tehnică
- propunerea financiară

I.1.2. Cerințe:

1. Conceperea anunțurilor/ mesajelor aferente promovării proiectului.

2. Realizarea machetelor si publicarea mesajelor de incepere a proiectului, astfel:
 - a. anunt de incepere proiect – publicat in ziar regional / local;
 - b. comunicat de presa (online) de incepere proiect – publicat in website de comunicate online;
 - c. anunt de incepere proiect – publicat in site www.fundatiasnagov.ro.
3. Realizarea machetelor si publicarea mesajelor de finalizare a proiectului, astfel:
 - a. anunt de finalizare proiect – publicat in ziar regional / local;
 - b. comunicat de presa (online) de finalizare proiect – publicat in website de comunicate online;
 - c. anunt de finalizare proiect – publicat in site www.fundatiasnagov.ro.

Comunicatele de presă și anunțurile publicitare vor fi publicate în momentele decisive ale proiectului, stabilite și comunicate în prealabil de către beneficiar.

I.1.3. Modul de elaborare a ofertei financiare:

Oferta trebuie să cuprindă toate solicitările din Fișa de date a achiziției.

În oferta financiară prezentată se va preciza prețul pentru tipărirea comunicatului de presă pe o suprafață de 1 cm², **în interiorul ziarului**, în moneda națională (lei), cu menționarea distinctă a valorii T.V.A.

Prețul rămâne ferm pe toată durata de derulare a contractului.

Oferta financiară va conține și cuantumul acesteia pentru întreaga cantitate, respectiv:

- comunicat de presă: 2 apariții online de cate o pagina online fiecare (conform spatiului disponibil alocat);
- anunțuri publicitare: circa 250 cm² - apariție, respectiv 2 apariții de 14 * 18 cm.

Preț unitar (1 cm ²)	Preț / apariție (exclusiv TVA)	Nr. Apariții	Preț serviciu (exclusiv TVA)	Preț serviciu (inclusiv TVA)
Comunicate de presă				
Anunțuri publicitare				
Total prestare				

Apariția comunicatului de presă si a anuntului de presa (la inceputul proiectului si la sfarsitul proiectului) **va fi simultană.**

I.1.4. PERIOADA publicarii anunturilor:

Timpul total de pregatire si publicare a anunturilor va dura maxim 2 luni

- 1) In prima luna a proiectului, respectiv octombrie 2010
- 2) In ultima luna a proiectului, respectiv septembrie 2012

I.1.5. LIVRABILE: copii ale anunturilor publicate in cele 2 perioade – astfel:

- 1) 3 copii anunturi si comunicate de presa in octombrie 2010
- 2) 3 copii anunturi si comunicate de presa in octombrie 2012

I.1.6. BUGET alocat: 900 lei + TVA (24%).

Contractantul va asigura transmiterea către FUNDATIA SNAGOV , a câte 3 exemplare din ziarele în care au apărut anunțurile (pentru a se asigura astfel verificarea apariției și facturarea serviciilor). Ziarele vor fi predate responsabilului comunicare din echipa de proiect.

CAIET DE SARCINI

privind contractarea serviciilor de **organizare campanii de publicitate pe durata implementării proiectului “Aria Naturală Protejată “Lacul Snagov” – Management adecvat prin revizuire Plan de management pe bază de studii științifice, Informare și Conștientizare”**

A. Informații generale:

FUNDATIA SNAGOV Snagov, a înaintat în vederea finanțării prin Programul Operațional Sectorial Mediu 2007-2013, Axa Prioritară 4 - Implementarea sistemelor adecvate de management pentru protecția naturii, Domeniu major de intervenție - Dezvoltarea infrastructurii și a planurilor de management pentru protejarea biodiversității și rețelei Natura 2000 proiectul “Aria Naturală Protejată “Lacul Snagov” – Management adecvat prin revizuire Plan de management pe bază de studii științifice, Informare și Conștientizare”. Proiectul este finanțat conform contractului de finanțare nerambursabilă nr.100080, semnat la data de 04.10.2010, între FUNDATIA SNAGOV SA în calitate de beneficiar și Ministerul Mediului și Padurilor în calitate de Autoritate Contractantă.

1. Titlul proiectului: “Aria Naturală Protejată “Lacul Snagov” – Management adecvat prin revizuire Plan de management pe bază de studii științifice, Informare și Conștientizare”

2. Beneficiarul proiectului: FUNDATIA SNAGOV

3. Activități principale din cadrul proiectului:

E2 Organizare campanie de informare și constientizare

B. Descrierea generală a serviciilor solicitate prin prezentul caiet de sarcini:

1. Denumirea serviciilor:

Servicii de organizare campanii de publicitate – cod CPV: 79341000-0

2. Serviciile de organizare campanii de publicitate se vor efectua prin:

- presa scrisa
- internet
- evenimente

3. Acte normative: Achiziția se va realiza conform legislației în vigoare

4. Specificații tehnice generale:

5. Serviciile se vor realiza cu respectarea regulilor din caietul de sarcini, accesibil pe site-ul:

www.fundatiasnagov.ro.

6. Prestarea serviciilor se va derula la solicitarea beneficiarului, după intrarea în vigoare a contractului.

Fundatia Snagov își rezervă dreptul de a diminua / suplimenta cantitățile comandate față de cele contractante în funcție de necesitățile proprii și fondurile disponibile.

7. Durata contractului: 24 de luni de la data emiterii ordinului de începere a serviciilor.

8. Evaluarea ofertelor: Se va face pe baza condițiilor tehnice impuse prin caietul de sarcini cu respectarea criteriilor prevăzute prin Fișa de date a achiziției.

9. Criteriile de evaluare: sunt cele precizate în Fișa de date a achiziției.

C. Detalierea serviciilor solicitate prin prezentul caiet de sarcini:

I. SERVICII DE ORGANIZARE CAMPANII DE PUBLICITATE (*presă scrisă, internet*)

I. 1. Servicii:

- servicii de machetare, publicare și difuzare a anunțurilor publicitare și a comunicatelor de presă

I.1.1. Ofertanții vor prezenta:

- propunerea tehnică
- propunerea financiară

I.1.2. Cerințe:

A] Servicii preliminare și generice (împreună cu Fundația SNAGOV):

- 1) (re)verificarea și (re)ajustarea planificării și a strategiei de comunicare / promovare (inclusiv dezvoltarea temelor și a obiectivelor).
- 2) (re)verificarea și (re)stabilirea perioadelor de derulare a evenimentelor.
- 3) stabilirea unui concept și design generic al întregii campanii și un slogan asociat.

B] Organizare și derulare evenimente:

1. Ev1: Organizare și derulare a unei acțiuni de lanșare campanie - nr. participanți: 50 participanți
2. Ev2: Organizare și derulare a două acțiuni de educare ecologică - cu elevii de la 7 școli - nr. participanți: 140 elevi + 10 profesori
3. Ev3: Organizare și derularea a 7 prezentări de educație ecologică la 7 școli locale - nr. participanți: 420 elevi + 20 profesori
4. Ev4: Organizare și derulare a unei acțiuni integrate de informare-constientizare (pe o perioadă de mai multe zile) - nr. participanți: 300 participanți
5. Ev5: Organizare și derulare eveniment final al campaniei - nr. participanți: 50 participanți

Pentru fiecare eveniment, sunt necesare următoarele servicii de organizare, coordonare și derulare:

- 1) Activități organizatorice necesare (înainte de evenimente):
 - a. planificare și realizare concept
 - b. realizare agende evenimente
 - c. pregătire liste invitați
 - d. realizare mesaje / invitații + postare comunicat presă + informare pe site
 - e. contactare invitați + transmitere invitații (inclusiv relația cu mass-media); comunicarea se realizează în special pe email și telefonic.
 - f. gestionare confirmări participare + follow-up
 - g. pregătire materiale / mape pentru participanți
 - h. pregătire prezentări și gestionarea relației cu spekerii
 - i. asigurare sală+refreshment+echipamente+personale și gestionarea relației cu furnizorii
- 2) Derulare eveniment (în timpul evenimentelor):
 - a. primire / înregistrare invitați
 - b. distribuție de materiale participanților la eveniment
 - c. asigurarea activităților de organizare și coordonare pe parcursul evenimentului
 - d. asigurare aranjamente audio-video-foto și de comunicare, rețele de calculatoare, echipamente și servicii tehnice;
 - e. colectarea de informații de la participanți, la cerere: sondaje, chestionare, comentarii etc.
 - f. asigurare personal specializat (2 persoane) pe parcursul fiecărui eveniment.
- 3) Activități post-eveniment (după finalizare):
 - a. 5S materiale / echipamente (și returnarea lor către furnizori)
 - b. analizarea informațiilor de la participanți / eveniment (inclusiv poze) și pregătirea rapoartelor/sintezelor
 - c. postare sinteză pe site
 - d. concepere + transmitere mesaje de mulțumire și comunicate de presă

C] Asigurarea materialelor necesare derulării campaniei:

- 1) Conceperea mesajelor si design-ul materialelor
- 2) Creatia efectiva si DTP-ul asociat tuturor materialelor
- 3) Productia (tiparirea) materialelor / produselor necesare

Necesar materiale/produse:

Nr.	Material	Specificatii tehnice	Cant. (buc)
1	<u>Chestionare</u> – de evaluare a impactului campaniei de informare - pentru studiu piata	A3 indoit sau A4 f/v, alb/negru	300
2	<u>Afise</u> – lipite/ date la scolile locale, la primarii si locatii publice din zona Snagov si institutiilor interesate/responsabile (stakeholderi).	cel putin A3+	120
3	<u>Volante A4</u> – (in loc de pliante / flyere / mape) pentru participantii la evenimente - cu prezentare ANPLS si campania in cauza.	1.000 seturi cu foi volante (6 pagini A4)	6000
4	<u>Brosuri</u> – cu prezentarea caracteristicilor ANPLS si beneficii aferente protejarii ANPLS - oferite participantilor la evenimente.	format finit A5, minim 12 pag, hartie de calitate	430
5	Roll-up bannere – de prezentare a ANPLS (cu prezentare generala si cu speciile protejate)	model standard, cu husa pentru transport	2
6	Tricouri – cu specii protejate din ANPLS, oferite: - elevilor participantii la actiunile de educare privind ANPLS si protectia mediului - 140 elevi - persoanelor intervievate - (circa 300)	tricouri obisnuite (din bumbac) cu imprimare policromie.	440

D] Asigurarea relatiei cu mass-media in vederea publicarii de articole legate de ANPLS.

Sunt estimate circa 18 ore pentru contactarea si implicarea mass-media, scrierea si publicarea de articole. Se au in vedere minim 2 apartii in 1-2 publicatii locale.

E] Actualizare set pagini website (pentru promovare ANPLS)

In prezent exista circa 30 pagini destinate protectiei mediului in zona Snagov, insa aceste pagini sunt in proportie de 80% incomplete si neactualizate.

Astfel, se au in vedere urmatoarele activitati:

- 1) analiza si evaluarea paginilor existente;
- 2) refacerea structurii existente - legata de ANPLS (inasa in corelatie cu restul paginilor referitoare la mediul din zona)
- 3) actualizarea a circa 20 pagini corelate / legate de ANPLS
- 4) pregatirea continutului
- 5) actualizarea paginilor din site

Se estimeaza un necesar de minim 40 de ore.

Activitatea va incepe de la structura existenta (document initial de structura) si se va finaliza cu noua structura (document final de structura).

F] Monitorizare si evaluare campanie de promovare

Intreaga campanie de informare si constientizare va fi atent monitorizata si evaluata astfel:

- 1) Monitorizarea derularii campaniei (si eventualele corectii pe parcurs) se va face periodic la fiecare 3 luni (minim 20 ore alocate).
- 2) Evaluarea rezultatelor / efectelor campaniei prin realizarea unui studiu de piata la finalul campaniei de promovare. Vor avea loc activitati de administrare chestionare (la inceputul si sfarsitul campaniei).

I.1.3. Modul de elaborare a ofertei financiare:

Oferta trebuie să cuprindă toate solicitările din Fișa de date a achiziției.

Prețul rămâne ferm pe toată durata de derulare a contractului.

Oferta financiară va conține și cuantumul acesteia pentru întreaga cantitate

Apariția comunicatelor de presă și a anunțurilor de presă **va fi simultană**.

Activitatea E.2: Derularea unei campanii de informare și constientizare (focalizată pe „grupurile tinta”) privind patrimoniul natural al ANPLS și protejarea-conservarea acestuia.

Descriere (ce, cum, unde, resurse necesare și când):

Activitatea vine în sprijinul rezolvării cauzei generării problemelor din capitolul B.7 (partea legată de necunoaștere și neînțelegere) și poate avea impact direct asupra problemelor de la punctele 4, 6, 8 în special.

În acest spirit este concepută întreaga campanie și se așteaptă să aducă modificări de atitudine și comportamentale în sens pozitiv asupra grupurilor tinta – în vederea asigurării unei vizibilități adecvate ANPLS, nevoii de protecție a acesteia și beneficiilor pentru care ea merită conservată.

Derularea campaniei de informare și constientizare are la bază strategia de comunicare prezentată și detaliată în Anexa E.3.6. Întreaga campanie se va derula în conformitate cu specificatiile Regulamentului UE nr.1828/2006 și Manualului de Identitate Vizuală.

Campania prevede organizarea unui set de acțiuni / evenimente de informare-constientizare și (re)educare ecologică privind protecția mediului, biodiversitatea ANPLS, nevoia de protecție a acesteia, beneficiile pentru care ea trebuie protejată, etc. La evenimente vor participa grupurile tinta / stakeholderii principali și care au un impact (direct / indirect) mai mare asupra ANPLS. Dintre aceștia s-a estimat un target de atins aferent fiecărui grup tinta, printre care se numără: elevii / copiii ce învață și se joacă în zona ANPLS (22%), instituțiile centrale, regionale și locale, de specialitate (100%), principalele firme private din zona (100%), riverani (90%), locuitori din zona (18%) și sportivi (25%). Detalii legate de grupurile tinta sunt prezentate în Strategia de Comunicare (Anexa E.3.6).

Având în vedere mărimea grupurilor de locuitori, turiști, sportivi și parțial riverani, campania este în așa fel concepută încât cel puțin țintele propuse să poată fi atinse indirect prin cei mai importanți reprezentanți ai săi – de exemplu: profesorii de la școli care sunt și locuitori; părinții elevilor (participanți direct la evenimente) sunt și locuitori și primesc materiale de la copii; reprezentanții bazelor sportive și a firmelor private își pot informa clienții și pot lua măsuri la nivel de management.

În plus, la aceste evenimente vor fi invitați și reprezentanți mass-media.

Campania de informare și constientizare cuprinde următoarele acțiuni principale:

Acțiune	Descriere	Ce se oferă participanților și expuneri pentru vizibilitate
Ev.1 Lansare campaniei	<ul style="list-style-type: none">- <u>perioada tinta</u>: martie-aprilie- <u>grupuri tinta</u>: riverani, firme private, institutii- <u>participanți efectivi așteptați</u>: 50 pers- <u>scurta prezentare</u>: acțiunea este centrată pe cele mai importante grupuri tinta cu impact major asupra ANPLS, în vederea informării acestora despre ANPLS, problemele acesteia, detalii legate de campanie și ce urmează să facă și comunicarea așteptărilor referitor la implicarea acestora în protecția ANPLS.	Se dau: <ul style="list-style-type: none">- 50 seturi de materiale (Volante A4)- 90 de afișe pe care aceștia le vor afișa ulterior în cadrul locațiilor lor (la aviziere în zonele publice) – deci, fiecare participant va primi minim 1, maxim 4 afișe (funcție de mărimea / tipul locației).- 50 broșuri legate de ANPLS Se afișează: <ul style="list-style-type: none">- 2 afișe- cele 2 bannere reprezentative
Ev.2 Educație ecologică	<ul style="list-style-type: none">- <u>perioada tinta</u>: februarie – martie- <u>grupuri tinta</u>: școlile locale (elevii, cu profesorii) și parțial firme/institutii	Se dau: <ul style="list-style-type: none">- 160 seturi de materiale (Volante A4), majoritatea ajungând în final la părinți;

(cu elevii)	<p>reprezentative (ca invitati / sustinatori); indirect vor fi tintiti si parintii elevilor (locuitori din zona ANPLS);</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>participanti efectivi asteptati: 140 elevi</u> (7 grupuri / scoli x 20 elevi) + 10 profesori + 10 reprezentanti de la instituti/firme - <u>scurta prezentare</u>: actiuni de informare si constientizare ce vor consta in prezentari legate de ANPLS si iesiri concrete in natura in vederea culegerii de gunoai sau plantare copacei sau prezentare concreta a ANPLS. 	<ul style="list-style-type: none"> - 10 brosure legate de ANPLS – pentru profesori - 140 de tricouri pentru elevii participanti <p>Se afiseaza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 afise (se vor expune atat in sala cat si pe masinile cu care se va face deplasarea in natura) - cele 2 bannere reprezentative
Ev.3 Prezentari de educare ecologica (la scoli)	<ul style="list-style-type: none"> - <u>perioada tinta</u>: aprilie-iunie si octombrie-noiembrie - <u>grupuri tinta</u>: scolile locale (elevii, cu profesorii) si partial firme/instituti reprezentative (ca invitati / sustinatori); indirect vor fi tintiti si parintii elevilor (locuitori din zona ANPLS); - <u>participanti efectivi asteptati: 420 elevi</u> (7 grupuri / scoli x 60 elevi) + 20 profesori - <u>scurta prezentare</u>: Custodele ANPLS si/sau alte persoane vor face prezentari elevilor de informare si constientizare legate de ANPLS. 	<p>Se dau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 440 de seturi de materiale (Volante A4), majoritatea ajungand in final la parinti; - 21 de afise (3 buc la fiecare scoala) pe care le vor afisa ulterior in cadrul unitatilor de invatamant (la avizare in zonele publice) - 20 brosure legate de ANPLS – pentru profesori <p>Se afiseaza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cele 2 bannere reprezentative
Ev.4 Informare-constientizare integrata	<ul style="list-style-type: none"> - <u>perioada tinta</u>: mai-iunie si septembrie-octombrie - <u>grupuri tinta</u>: riverani, locuitorii, firme si instituti - <u>participanti efectivi asteptati: 300 pers</u> - <u>scurta prezentare</u>: actiunea este adresata tuturor factorilor interesati, cu acces a comunitatii locale; se va derula la sediul Fundatiei Snagov si va consta in serii si tematici diferite legate de mediu (ex: combinatie de expozitie tematica, prezentari multimedia derulate la intervale prestabilite despre cate o specie/habitat protejat, implicarea participantilor intr-o actiune practica, memorabila, etc) 	<p>Se dau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 300 seturi de materiale (Volante A4) - afisele pe care le vor afisa ulterior in cadrul locatiilor lor (la avizare in zonele publice) - 300 brosure legate de ANPLS – in comunitatea locala - 300 de tricouri pentru participanti <p>Se afiseaza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 afise in interior si exterior la intrare - cele 2 bannere reprezentative
Ev.5 Inchidere campanie	<ul style="list-style-type: none"> - <u>perioada tinta</u>: iunie - <u>grupuri tinta</u>: riverani, firme private, instituti - <u>participanti efectivi asteptati: 50 pers</u> - <u>scurta prezentare</u>: impreuna cu cele mai importante grupuri tinta se vor prezenta concluziile legate de ANPS si masurile pe care acestia va trebui sa le aiba in vedere, sens in care se vor convenii potentiale parteneriate si proiecte – in sprijinul protejarii si conservarii concrete a ANPLS 	<p>Se dau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 50 seturi de materiale (Volante A4) - 50 brosure legate de ANPLS <p>Se afiseaza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 afise - cele 2 bannere reprezentative

Prezentarea propunerilor de tematici aferente acestor evenimente se regasesc in Anexa X.3.2. Ele vor fi completate si cu propunerile stakeholderilor (ex: scoli ce au programe scolare, alte instituti ce pot avea diferite proiecte si nevoi – in urmatoorii 2 ani si care nu pot fi cunoscute cu exactitate in prezent) astfel incat, in final se vor alege cele mai adecvate teme, respectand angajamentele din prezentul proiect.

Pentru realizarea acestei campanii, ca suport si necesitate vor fi avute in vedere si urmatoarele actiuni:

Nr	Descriere / detalii	Rezultat Operational	Detaliat per fiecare Actiune
1	Transmitere de comunicate de presa (online) cu privire la actiunile organizate	[RO1] 4 comunicate de presa (online)	2 comunicate / Ev.2 1 comunicat / Ev.3 1 comunicat / Ev.5
2	Publicarea de articole referitor la ANPLS si actiuni / masuri viitoare	[RO2] 1 articol de fond in a doua jumatate a proiectului in 1-2 publicatii locale	Se va referi la modul general la intreaga campanie, ANPLS, set evenimente, etc.
3	Actualizarea unei sectiuni cu un set de pagini in internet dedicate ANPLS si protectiei mediului. Cu ocazia evenimentelor organizate se vor mentiona adresele de internet (pentru detalii suplimentare).	[RO3] 20 de pagini actualizate in www.fundatiasnagov.ro	Se va referi strict la ANPLS si va fi mentionat link-ul atat in materialele tiparite si prezentate, cat si in mesajele / invitatiile electronice transmise invitatilor.
4	Realizarea unor seturi de materiale – circa 6 pag A4 pe set – cu informatiile principale legate de ANPLS si campanie – ce vor fi oferite tuturor participantilor la actiunile derulate.	[RO4] 1.000 seturi (un set are circa 6 pag A4 = 6000 volante A4)	50 / Ev.1 160 / Ev.2 440 / Ev.3 300 / Ev.4 50 / Ev.5
5	Realizarea de brosure – format finit A5, minim 12 pag, hartie de calitate – cu prezentarea caracteristicilor ANPLS, activitati, beneficii aferente protejarii ANPLS, etc. Vor fi oferite direct in cadrul evenimentelor tuturor factorilor implicati (30 profesori, 100 reprezentanti de la institutii si firme publice, 300 reprezentanti de impact din comunitatea locala – locuitori si riverani ce pot transmite mesajele mai departe in comunitate).	[RO5] 430 brosure	50 / Ev.1 10 / Ev.2 20 / Ev.3 300 / Ev.4 50 / Ev.5
6	Realizarea de afise de prezentare a zonei de protectie si a campaniei – vor fi distribuite in cadrul evenimentelor principalilor reprezentanti ai unor institutii si firme publice (ex: 7 scoli, 3 primarii, 20 firme private, 3 baze sportive, APM Ilfov, ARPM, Garda de Mediu, etc.) – ce pot transmite mesajele mai departe in cadrul grupurilor tinta prin afisarea lor in zonele traficate (aviziere).	[RO6] 120 afise	90 date +2 afisate / Ev.1 2 afisate / Ev.2 21 date / Ev.3 3 afisate / Ev.4 2 afisate / Ev.5
7	Realizarea de roll-up bannere, cu prezentare generala a ANPLS si speciile protejate, in vederea afisarii lor la toate actiunile derulate, la evenimente viitoare organizate de Custode si Fundatia Snagov si evenimente la care acestia participa. In alte perioade acestea vor fi afisate la sediul comun al Funadatie Snagov si Custodelui ANPLS.	[RO7] 2 roll-up bannere	Cele 2 bannere se vor afisa in cadrul tuturor actiunilor derulate (atat prevazute prin aceasta campanie dar si pentru actiunile viitoare).
8	Realizarea de tricouri cu prezentarea unor specii protejate din ANPLS, oferite elevilor in cadrul evenimentelor educative (circa 140	[RO8] 440 tricouri	140 / Ev.2 300 / Ev.4

	elevi) si persoanelor intervievate din comunitatea locala (circa 300).		
9	Realizarea de chestionare in vederea realizarii unui studiu de marketing – aplicare interviu structurat: a) la inceput pentru aflarea perceptiei comunitatii locale privind ANPLS si pentru stabilirea unui punct de plecare / masurare a campaniei si b) la finalul campaniei pentru evaluarea impactului campaniei de informare.	[RO9] 300 chestionare	Majoritatea vor fi administrate cu ocazia actiunilor derulate (direct in randul participantilor si online cu invitatii ce nu pot participa direct dar care isi pot exprima opiniile).

Perioada de implementare a campaniei se va derula pe aproape intreaga perioada a proiectului (23 luni) astfel:

- in primele 5 luni, imediat dupa semnarea contractului de finantare se vor demara pregatirile aferente derularii campaniei de informare si constientizare: alegerea furnizorului de campanie, conceptia campaniei, a mesajelor, pregatirea si tiparirea materialelor de promovare, pregatirea listelor cu tinte, planificarea detaliata a campaniei, etc.
- urmatoarele 16 luni vor pune accentul pe organizariile specifice si derularile celor 5 evenimente, pornind de la definitivarea tematicilor evenimentelor (impreuna si cu factorii implicati direct – ex: scoli / profesori), se vor stabili locatiile, monitorizarea acestora, etc.
- In ultimele 2 luni de campanie vor avea loc activitatile specifice post-campaniei (ex: sintetizare informatii colectate, actualizari de informatii, pregatire si transmitere mesaje de multumiri cu propuneri ne noi proiecte viitoare, actualizari pe site, evaluarea campaniei, etc.

In vederea derularii campaniei se va avea in vedere respectarea planificarii orientative (grafic) de implementare prezentata in Strategia de Comunicare (anexa E.3.6).

Motivul pentru care această activitate/acțiune este necesară:

Campania avuta in vedere asigura premisele reducerii (si ulterior stoparii) celei mai mari cauze a problemelor cu care custodele s-a confruntat in ANPLS si anume, nerespectarea legislatiei prin „necunoastere”. Odata ce principalele institutii, firme private si riverani recepteaza mesajul campaniei intr-o forma cat mai oficiala si la standarde ale Uniunii Europene (in baza Regulamentului UE nr.1828/2006 si Manualului de Identitate Vizuala), posibilitatile de „necunoastere” ulterioare nu vor mai fi posibile.

In plus, segmentele precum elevii si profesorii pot asigura o sensibilizare ridicata in comunitatea locala in ceea ce priveste protectia mediului, respectiv a ANPLS.

In vederea atingerii unui numar mai mare de tinte (si din cele care nu obisnuiesc sa utilizeze mijloace electronice – locuitori, sportivi, turisti sositii in zona), informarea publica este necesara a se face si prin materiale informative, produse promotionale si roll-up bannere despre zona de protectie – ce stau la baza organizarii si derularii evenimentelor.

Organizația responsabilă pentru realizare (beneficiar, partener, subcontractant):

Campania va fi subcontractata si derulata de catre un specialist in organizari campanii publicitate.

Responsabilitatile de supervizare si asigurarea de informatii relevante in vederea unei bune implementari ii revine beneficiarului (Fundatia Snagov) si partenerului (Custodele ANPLS).

Rezultate așteptate (cuantificate):

R1) Cresterea informarii si constientizarii grupurilor tinta vizate cu cel puțin **20%** (ca diferenta masurata la inceputul proiectului, si la sfarsitul campaniei/proiectului – pe subiecti din grupul tinta; mai multe detalii sunt prezentate in Strategia de Comunicare – anexa E.3.6).

R2) Reducerea nivelului de gunoai aruncate in ANPLS cu cel puțin **10%** (ca diferenta masurata la inceputul campaniei si pana la final – prin rapoartele custodelui, insotite de checklist si fotografii la 2 iesiri principale/publice la lac, din cele circa 10 disponibile – de exemplu: „Debarcaderul central din Snagov Sat si podul din Silistea Snagovului). Mai multe detalii sunt prezentate in Strategia de Comunicare – anexa E.3.6).

R3) Cresterea numarului de vizitatori in paginile din website-ul dedicat ANPLS cu cel puțin **30%**, pana la finalizarea

campaniei (se masoara la inceputul campaniei si pana la final – cu instrumentele de monitorizare specifice online – ex: www.traffic.ro, <http://www.google.com/analytics/>). Mai multe detalii sunt prezentate in Strategia de Comunicare – anexa E.3.6).

R4) Cresterea implicarii grupurilor tinta in protejarea si conservarii ANPLS prin incheierea a cel putin doua parteneriate (intre Fundatia Snagov / Custode si factori interesati).

R5) Cresterea implicarea mass-media in diseminarea informatiilor cu privire la protejarea ANPLS prin cel putin 2 aparitii pozitive in mass-media pe perioada derularii campaniei.

RO) Rezultate operaționale:

- 1 eveniment lansare campanie, 50 participanți (riverani, reprezentanți firme locale și instituții)
- 2 evenimente de educare ecologică cu 140 elevi + 10 profesori + 10 reprezentanți instituții/firme
- 1 eveniment prezentări de educare ecologică în școlile locale cu 420 elevi + 20 profesori
- 1 eveniment de informare-conștientizare la sediul Fundației Sangov cu 300 participanți (riverani, locuitori, reprezentanți firme locale și instituții)
- 1 eveniment de finalizare campanie (riverani, reprezentanți firme locale și instituții)
- 4 comunicate de presa (online)
- 1 articol de fond in a doua jumătate a proiectului in 1-2 publicatii locale
- 20 de pagini actualizate in www.fundatiasnagov.ro
- 1.000 seturi (un set are circa 6 pag A4 = 6000 volante A4)
- 430 brosure
- 120 afișe

PERIOADA derularii campaniei: noiembrie 2010 – septembrie 2012 (circa 23 de luni).

LIVRABILE:

Cod serv.	Livrabila	Perioada
A]	a1) Planificare revizuita a campaniei	- noiembrie 2010
B]	b1) 5 planificari pentru fiecare eveniment b2) 5 rapoarte / sinteze finale pentru fiecare eveniment	- ianuarie – februarie 2011 - dupa finalizarea fiecarui eveniment
C]	c1) machete materiale / DTP (bun de tipar) pentru: 2 chestionare, 1 afis, 5 seturi volante, 1 brosură, 1 roll-up, 1 tricou c2) procese verbale pentru materialele realizate	- februarie 2011, respectiv mai 2012 - martie 2011, respectiv iunie 2012
D]	d1) 2 formate articole d2) 2 copii articole publicate	- mai 2011 - iunie-iulie 2012
E]	e1) conceptie noua structura a sectiunii e2) continut materiale e3) copii pagini de pe site	- noiembrie 2010 - ianuarie – martie 2011 - martie 2011
F]	f1) 6 rapoarte trimestriale f2) 2 chestionare (initial si final) f3) studiu de piata	- martie, iunie, septembrie, decembrie 2011 si martie, iunie 2012 - noiembrie 2010 - august 2012

BUGET alocat – structura:

Nr.	Tip promovare	Buget (lei)
1.	concept + creatie campanie	7.608
2.	tiparituri/mtrle promo	13.722
3.	organizare+derulare evenimente	21.000
4.	relatie mass-media => publicare articol	761
5.	actualizare site	1.014
6.	monitorizare + evaluare (studiu de piata)	8.876
Total buget promovare =		52.981

Nota: Tarifele nu contin TVA (24%).

Derulare activitati E1 si E2

Anul	Luna	2010												2011												2012				
		O	N	D	I	F	M	A	M	I	I	A	S	O	N	D	I	F	M	A	M	I	I	A	S					
E1		-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X					
	R1) Publicarea a 2 anunturi in presa scrisa (ziar regional / local), unul la inceputul proiectului si unul la finalul proiectului		X																						X					
	R2) Publicarea a 2 comunicate de presa (online), la inceputul si la sfarsitul proiectului		X																						X					
	R3) Publicarea a 2 anunturi (online) pe site-ul www.fundatiasnagov.ro, la inceputul si la sfarsitul proiectului		X																						X					
E2		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-					
A]	Pregatire+semnare contract achizitie servicii (inclusiv demarare initiala)	X	X																											
B]	Organizare si derulare evenimente																													
	Ev.1 Lansare campaniei			X	X	X	X																							
	Ev.2 Educare ecologica (cu elevii)					X	X	X								X	X													
	Ev.3 Prezentari de educare ecologica (la scoli)		X	X	X	X	X	X	X	X				X	X	X														
	Ev.4 Informare-constientizare integrata							X	X	X	X	X																		
	Ev.5 Inchidere campanie																		X	X	X									
C]	Realizare si tiparire materiale de promovare																													
	Conceptie + Creatie + DTP		X	X	X	X												X	X	X										
	Tiparire / productie efectiva					X	X														X									
D]	Asigurare relatie mass-media						X	X	X	X	X								X	X	X									
E]	Actualizare pagini website			X	X		X	X								X	X													
F]	Monitorizare si evaluare campanie																													
	Monitorizare periodica (eventuale corectii)						X			X			X			X		X			X									
	Evaluare rezultate (administrare chestionare + studiu de marketing)						X	X	X	X										X	X	X	X							

Perioada de implementare a campaniei se va derula pe aproape intreaga perioada a proiectului (23 luni) astfel:

- in primele 5 luni, imediat dupa semnarea contractului de finantare se vor demara pregatirile aferente derularii campaniei de informare si constientizare: alegerea furnizorului de campanie, conceptia campaniei, a mesajelor, pregatirea si tiparirea materialelor de promovare, pregatirea listelor cu tinte, planificarea detaliata a campaniei, etc.

- urmatoarele 16 luni vor pune accentul pe organizariile specifice si derularile celor 5 evenimente, pornind de la definitivarea tematicilor evenimentelor (impreuna si cu factorii implicati direct – ex: scoli / profesori), se vor stabili locatiile, monitorizarea acestora, etc.

- In ultimele 2 luni de campanie vor avea loc activitatile specifice post-campaniei (ex: sintetizare informatii colectate, actualizari de informatii, pregatire si transmitere mesaje de multumiri cu propuneri ne noi proiecte viitoare, actualizari pe site, evaluarea campaniei, etc.

E. CRITERIUL DE ATRIBUIRE

E.1 Criteriul aplicat pe baza căruia se atribuie contractul de achiziție este:

“Prețul cel mai scăzut” și nu poate fi schimbat pe toată durata de aplicare a procedurii de atribuire a contractului respectiv.

E.2. Evaluarea ofertelor

E.1.1.

Evaluarea ofertelor și, în urma acestei evaluări, stabilirea ofertei castigatoare se realizează de către comisia de evaluare, având în vedere încadrarea în perioada de valabilitate a ofertelor, precum și criteriul aplicat pentru atribuirea contractului de achiziție.

E.2.2.

Prețurile care se compară în scopul întocmirii clasamentului sunt prețurile oferite pentru prestarea integrală a serviciilor, exclusiv TVA, adică tariful lunar care să cuprindă operațiunile specificate în Caietul de Sarcini.

F.Contract cadru

F.1.1

Nu se acceptă actualizarea prețului contractului. Prețul este ferm pe toată durata desfășurării contractului

Contractul are valabilitate până la data de 03.10.2012, cu posibilitatea prelungirii prin act adițional, cu acordul părților, în condițiile prevăzute de lege.

Contractul cadru este prevăzut în ANEXA 1

**MANAGER DE PROIECT,
Valerica Maitan**

MODEL CONTRACT PRESTARI SERVICII

1. Partile contractante

Fundatia SNAGOV, cu sediul in soseaua Snagov, nr. 78, sat Snagov, judetul Ilfov, telefon/fax 021 323 9905, numar de inmatriculare 52/14.12.2007, cod fiscal 22911517, cont trezorerie, reprezentata prin Constantin Turmac – presedinte, in calitate de **Beneficiar**

si
SC, cu sediul in, telefon/fax, numar de inmatriculare J....., cod fiscal....., cont (trezorerie, banca), reprezentata prin, in calitate de **Prestator**.

au convenit sa incheie prezentul contract de prestari servicii cu respectarea urmatoarelor clauze:

2. Obiectul principal al contractului

2.1. Realizarea si derularea de catre Prestator a urmatoarelor servicii aferente proiectului **“Aria Naturală Protejată “Lacul Snagov” – Management adecvat prin revizuire Plan de management pe bază de studii științifice, Informare și Conștientizare”**, co-finanțat prin Fondul European de Dezvoltare Regională, prin POS Mediu, in perioada convenita si in conformitate cu obligatiile asumate prin prezentul contract:

- a) derularea serviciilor de promovare a proiectului – conform Anexa E1, parte integranta din prezentul contract
- b) organizarea si derularea unei campanii de informare si constientizare – conform Anexei E2 parte integranta a prezentului contract.

3. Pretul contractului

3.1. Pretul convenit pentru indeplinirea contractului, platibil prestatorului de catre beneficiar, conform graficului de plati, este de **lei**, fara TVA (24%) in valoare de **lei**.

4. Durata contractului

4.1. Durata prezentului contract este de 24 luni, incepand de la data de

4.2. Prezentul contract inceteaza sa produca efecte la data de

5. Documentele contractului

5.1. Documentele contractului sunt:

- a) Anexa E1– Specificatii tehnice pentru promovarea proiectului (conform Cererii de Finantare anexata la Contractul de Finantare) , cu toate sub-anexele acesteia:
 - Anexa E1.1 – Descrierea generala a activitatii de promovare proiect (activitatea E1)
- b) Anexa E2– Specificatii tehnice ale campaniei (conform Cererii de Finantare anexata la Contractul de Finantare), cu toate sub-anexele acesteia:
 - Anexa E2.1– Descrierea generala a campaniei (activitatea E2).
 - Anexa E2.2010 – Strategia de comunicare.
 - Anexa E2.3– Graficul orientativ al derularii campaniei

6. Drepturile si obligatiile prestatorului

6.1. Prestatorul se obliga sa presteze serviciile la standardele si sau performantele prezentate in propunerea tehnica din Anexele E1 si E2 la contract.

6.2. Prestatorul se obliga sa presteze serviciile in conformitate cu graficul de prestare prezentat in Anexa E2.3 la contract.

6.3. Prestatorul se obliga sa supravegheze prestarea serviciilor, sa asigure resursele umane, materialele, echipamentele si orice alte asemenea, fie de natura provizorie, fie definitiva cerute de si pentru contract, in masura in care necesitatea asigurarii acestora este prevazuta in contract sau se poate deduce in mod rezonabil din contract.

6.4. Prestatorul este pe deplin responsabil pentru executia serviciilor in conformitate cu graficul de prestare convenit in Anexa E2.3 la contract. Totodata, este raspunzator atat de siguranta tuturor operatiunilor si metodelor de prestare utilizate, cat si de calificarea personalului folosit pe toata durata contractului.

6.5. Prestatorul are dreptul de a sista prestarea serviciilor si de a beneficia de reactualizarea sumei de plata la nivelul corespunzator zilei de efectuare a platii, daca beneficiarul nu onoreaza facturile in termen de 14 zile de la expirarea perioadei prevazute. Imediat ce beneficiarul onoreaza factura, prestatorul va relua prestarea serviciilor in cel mai scurt timp posibil.

7. Obligatiile principale ale beneficiarului

7.1. Beneficiarul se obliga sa receptioneze, serviciile prestate in termenul convenit.

7.2. Beneficiarul se obliga sa plateasca catre prestator pretul convenit in prezentul contract pentru serviciile prestate, in termenul convenit de 14 zile de la emiterea facturii de catre acesta, corelat cu graficul de derularii campaniei, aferente livrabilelor specificate in anexa E2.2.

7.3. Beneficiarul se obliga sa puna la dispozitia prestatorului orice facilitati si/sau informatii pe care acesta le-a cerut in propunerea tehnica si pe care le considera necesare indeplinirii contractului.

7.4. Beneficiarul are dreptul de a verifica modul de prestare a serviciilor pentru a stabili conformitatea lor cu prevederile din propunerea tehnica si din specificatiile tehnice.

8. Sanctiuni pentru neindeplinirea culpabila a obligatiilor

8.1. In cazul in care, din vina sa exclusiva, prestatorul nu reuseste sa-si execute obligatiile asumate prin contract, atunci beneficiarul are dreptul de a deduce din pretul contractului, ca penalitati, o suma echivalenta cu o cota procentuala de 0,1% din pretul contractului.

8.2. In cazul in care beneficiarul nu onoreaza facturile in termen de 28 de zile de la expirarea perioadei convenite, atunci acesta are obligatia de a plati, ca penalitati, o suma echivalenta cu o cota procentuala de 0,01% pe zi din plata neefectuata.

8.3. Nerespectarea obligatiilor asumate prin prezentul contract de catre una dintre parti, in mod culpabil si repetat, da dreptul partii lezate de a considera contractul de drept reziliat si de a pretinde plata de daune-interese.

8.4. Beneficiarul isi rezerva dreptul de a renunta oricand la contract, printr-o notificare scrisa adresata prestatorului, fara nici o compensatie, daca acesta din urma da faliment, cu conditia ca aceasta anulare sa nu prejudicieze sau sa afecteze dreptul la actiune sau despagubire pentru prestator. In acest caz, prestatorul are dreptul de a pretinde numai plata corespunzatoare pentru partea din contract indeplinita pana la data denuntarii unilaterale a contractului.

9. Incepere, finalizare, intarzieri, sistare

9.1. (1) Prestatorul are obligatia de a incepe prestarea serviciilor in timpul cel mai scurt posibil de la semnarea prezentului contract.

(2) In cazul in care prestatorul sufera intarzieri si/sau suporta costuri suplimentare, datorate in exclusivitate beneficiarului partile vor stabili de comun acord:

i) prelungirea perioadei de prestare a serviciului, si

ii) totalul cheltuielilor aferente, daca este cazul, care se vor adauga la pretul contractului.

9.2. (1) Serviciile prestate in baza contractului sau, daca este cazul, oricare faza a acestora prevazuta a fi terminata intr-o perioada stabilita in graficul de prestare, trebuie finalizate in termenul convenit de parti, termen care se calculeaza de la data inceperii prestarii serviciilor.

(2) In cazul in care:

i) orice motive de intarziere, ce nu se datoreaza prestatorului, sau

ii) alte circumstante neobisnuite susceptibile de a surveni, altfel decat prin incalcarea contractului de catre prestator,

indreptatesc prestatorul de a solicita prelungirea perioadei de prestare a serviciilor sau a oricarei faze a acestora, atunci partile vor revizui, de comun acord, perioada de prestare si vor semna un act aditional.

9.3. Daca pe parcursul indeplinirii contractului, prestatorul nu respecta graficul de prestare, acesta are obligatia de a notifica acest lucru, in timp util, beneficiarului. Modificarea datei/ perioadelor de prestare asumate in graficul de prestare se face cu acordul partilor, prin act aditional.

9.4. In afara cazului in care beneficiarul este de acord cu o prelungire a termenului de executie, orice intarziere in indeplinirea contractului da dreptul beneficiarului de a solicita penalitati prestatorului.

10. Subcontractanti

10.1. Prestatorul are obligatia de a subcontracta anumite servicii in cazul in care nu le poate acoperi.

10.2. Lista subcontractantilor, cu datele de recunoastere ale acestora, vor fi oferite beneficiarului la cerere.

10.3. Prestatorul este pe deplin raspunzator fata de beneficiar de modul in care indeplineste contractul, in baza intelegierilor pe care le realizeaza cu subcontractantii.

10.4. Prestatorul poate schimba oricare subcontractant numai daca acesta nu si-a indeplinit partea sa din contract. Schimbarea subcontractantului nu va schimba pretul contractului si va fi notificata beneficiarului.

11. Forta majora

11.1. Forta majora este constatata de o autoritate competenta.

11.2. Forta majora exonereaza partile contractante de indeplinirea obligatiilor asumate prin prezentul contract, pe toata perioada in care aceasta actioneaza.

11.3. Indefinirea contractului va fi suspendata in perioada de actiune a fortei majore, dar fara a prejudicia drepturile ce li se cuveneau partilor pana la aparitia acesteia.

11.4. Partea contractanta care invoca forta majora are obligatia de a notifica celeilalte parti, imediat si in mod complet, producerea acesteia si sa ia orice masuri care ii stau la dispozitie in vederea limitarii consecintelor.

11.5. Daca forta majora actioneaza sau se estimeaza ca va actiona o perioada mai mare de 6 luni, fiecare parte va avea dreptul sa notifice celeilalte parti incetarea de plin drept a prezentului contract, fara ca vreuna din parti sa poata pretinde celeilalte daune-interese.

12. Alte clauze

12.1. Partile contractante au dreptul, pe durata indeplinirii contractului, de a conveni modificarea clauzelor contractului, prin act aditional, numai in cazul aparitiei unor circumstante care lezeaza interesele comerciale legitime ale acestora si care nu au putut fi prevazute la data incheierii contractului.

12.2. Beneficiarul si prestatorul vor face toate eforturile pentru a rezolva pe cale amiabila, prin tratative directe, orice neintelegere sau disputa care se poate ivi intre ei in cadrul sau in legatura cu indeplinirea contractului. Daca, dupa 15 de zile de la inceperea acestor tratative neoficiale, beneficiarul si prestatorul nu reusesc sa rezolve in mod amiabil o divergenta contractuala, fiecare poate solicita ca disputa sa se solutioneze, fie prin arbitraj la Camera de Comert si Industrie a Romaniei, fie de catre instantele judecatoresti din Romania.

12.3. Orice comunicare intre parti, referitoare la indeplinirea prezentului contract, trebuie sa fie transmisa in scris, prin fax sau email.

12.4. Contractul va fi interpretat conform legilor din Romania.

Partile au inteles sa incheie azi prezentul contract in 2 (doua) exemplare, cate unul pentru fiecare parte.

Beneficiar,

Prestator,

FORMULARE

OFERTANTUL

(denumirea/numele)

INFORMATII GENERALE

1. Denumirea/numele:
2. Codul fiscal:
3. Adresa sediului central:
4. Telefon:
Fax:
E-mail:
5. Certificatul de inmatriculare/inregistrare _____
(numarul, data si locul de inmatriculare/inregistrare)
6. Obiectul de activitate, pe domenii: _____
(in conformitate cu prevederile din statutul propriu)
7. Birourile filialelor/sucursalelor locale, daca este cazul: _____
(adrese complete, telefon/fax, certificate de inmatriculare/inregistrare)
8. Principala piata a afacerilor:
9. Cifra de afaceri pe ultimii 3 ani:

Anul	Cifra de afaceri anuala la 31 decembrie (mii lei)	Cifra de afaceri anuala la 31 decembrie (echivalent euro)
1.		
2.		
3.		
Media anuala:		

10. Solvabilitate patrimonială (capital propriu/total pasiv x 100)

11. Lichiditate generală (Active circulante/datorii curente x 100)

Candidat/ofertant,

(semnatura autorizata)

(denumirea/numele)

EXPERIENTA SIMILARA*

1. Denumirea si obiectul contractului: _____.

Numarul si data contractului: _____.

2. Denumirea/numele beneficiarului/clientului: _____.

Adresa beneficiarului/clientului: _____.

Tara: _____.

3. Calitatea in care a participat la indeplinirea contractului:

(se bifeaza optiunea corespunzatoare)

contractant unic sau contractant conducator (lider de asociatie)

contractant asociat

subcontractant

4. Valoarea contractului:

exprimata in	exprimata
moneda in care	in echivalent
s-a incheiat	euro
contractul	

a) initiala (la data semnarii contractului): _____

b) finala (la data finalizarii contractului): _____

5. Daca au fost litigii privind indeplinirea contractului, natura acestora si modul lor de solutionare:

_____.

6. Durata de executie a lucrarii(luni)

a) contractanta – termen PIF: _____

b) efectiv realizata – PIF: _____

c) motivul de decalare a termenului contractat (daca e cazul), care va fi sustinut pe baza de acte aditionale incheiate cu beneficiarul: _____.

7. Numarul si data procesului-verbal de receptie la terminarea lucrarilor: _____.

8. Principalele remedieri si completari inscrise in procesul-verbal de receptie: _____

9. Alte aspecte relevante prin care ofertantul isi sustine experienta similara, cu referire in mod special la volume fizice ale principalelor capacitati si categorii de servicii prevazute in contract: _____

Ofertant,

(semnatura autorizata)

1) Se completeaza fise distincte pentru fiecare contract, care vor fi confirmate, la cererea comisiei de evaluare, prin prezentarea contractului respectiv.*

.....
(denumirea/numele)

FORMULAR DE OFERTĂ

Către
(denumirea achizitorului și adresa completă)

Domnilor,

1. Examinând documentația de atribuire, subsemnații, reprezentanți ai ofertantului (denumirea/numele ofertantului), ne oferim ca, în conformitate cu prevederile și cerințele cuprinse în documentația mai sus menționată, să executăm (denumirea serviciilor), pentru suma de (suma în litere și în cifre, precum și moneda ofertei), plătită după recepția serviciilor, la care se adaugă taxa pe valoarea adăugată în valoare de (suma în litere și în cifre).

2. Ne angajăm ca, în cazul în care oferta noastră este stabilită câștigătoare, **să începem serviciile** cât mai curând posibil după primirea ordinului de începere și să terminăm serviciile în conformitate cu graficul de execuție anexat, în (perioada în litere și în cifre).

3. Ne angajăm să menținem aceasta ofertă valabilă pentru o durată de zile, (durata în litere și cifre), respectiv până la data de (ziua/luna/anul), și ea va rămâne obligatorie pentru noi și poate fi acceptată oricând înainte de expirarea perioadei de valabilitate.

4. Până la încheierea și semnarea contractului de achiziție servicii această ofertă, împreună cu comunicarea transmisă de dumneavoastră, prin care oferta noastră este stabilită câștigătoare, vor constitui un contract angajant între noi.

5. Am înțeles și consimțim ca, în cazul în care oferta noastră este stabilită ca fiind câștigătoare, să constituim garanția de bună execuție în conformitate cu prevederile din documentația de atribuire.

6. Înțelegem că nu sunteți obligați să acceptați oferta cu cel mai scăzut preț sau orice altă ofertă pe care o puteți primi.

Data .../.../...

....., (semnătură), în calitate de, legal autorizat să semnez oferta pentru și în numele (denumirea/numele operatorului economic)

ANEXA LA FORMULARUL DE OFERTA

1. Valoarea maxima a serviciilor executate de subcontractanti _____ (*% din pretul total oferat*)
2. Garantia de buna executie va fi constituita sub forma: _____
in quantum de: _____ (*% din pretul total oferat*)
3. Perioada de mobilizare (durata de la data primirii ordinului de incepere a lucrarilor pana la data inceperii executiei) _____ *zile calendaristice*
4. Penalizari pentru intarzieri la termene intermediare și la termenul final de executie _____ (*% din valoarea care trebuia sa fie realizata*)
5. Limita maxima a penalizarilor _____ (*% din pretul total oferat*)
6. Limita minima a asigurarilor _____ (*% din pretul total oferat*)
7. Perioada medie de remediere a neconcordantelor _____ *zile calendaristice*
8. Limita maxima a retenirilor din situatiile de plata lunare (garantii, avansuri etc.) _____ (*% din situatiile de plata lunare*)

OFERTANT,
.....
(*semnatura autorizata*)