

RASPUNS CLARIFICARI:

| INTREBARE  | RASPUNS  |
|--|--|
| <p>La capitolul creatie: ce anume asteptati de la noi?<br/>E suficient un buget splitat pe ceea ce ati trecut in caiet adica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Concept creativ+ slogan</li> <li>· Declinari materiale: presa, online, promotionale,</li> <li>· Machetari flyere &amp; brosururi</li> <li>· Realizare spot TV si radio</li> </ul> <p>Sau trebuie sa prezentam si idei creative dezvoltate pentru toate declinarile: online, presa, tv si radio, draft coperta brosurura, pag interior?<br/>Pentru ca asta ar lua minim 2 saptamani: briefing cu colegii din creatie, apoi brainstorming pt a gasi idei, directii creative, apoi ilustrarea conceptului, agrearea lui intern si apoi declinarea si dezvoltarea lui mai departe ce canalele mentionate de dvs. (scenariu pt tv, script radio etc) – este extrem de multa munca si etape multe ce trebuie parcurse.</p>                    | <p>Raspuns:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concept creativ+ slogan - Prezentarea conceptului creativ si a sloganului reprezinta un avantaj.</li> <li>• Declinari materiale: presa, online, promotionale, - se va face o descriere</li> <li>• Machetari flyere &amp; brosururi – se va face o descriere</li> <li>• Realizare spot TV si radio – se va face o descriere</li> </ul> |
| <p>Î: <i>Realizarea conceptului de campanie de comunicare si promovare la nivel national / local este vorba de o campanie de 12 sau 18 luni? Întrebare vine în urma mențiunii de la articolul Perioada contractare August 2024.</i></p> <p>R: Perioada de implementare a campaniei iulie 2023 – august 2024.</p> <p>MEDIA</p> <p>Î: <i>Realizarea si difuzarea de spoturi TV si radio in functie de planul de publicitate si de aprobarea CRR – ce se dorește mai exact cotate aici? Cost estimat de pregătire propunere plan media, implementare, optimizare și analiză+raportare?</i></p> <p>R: Plan media, implementare, optimizare și raportare.</p> <p>Î: <i>Realizarea conceptului de campanie de comunicare si promovare la nivel national / local – Realizarea de spoturi TV si radio – ce se dorește mai exact cotate aici? Cost estimat de pregătire filmare spot TV și înregistrare spot radio?</i></p> |  |

R: Cost pregătire și filmare spot TV, cost pregătire și înregistrare spot radio.

Î: Documentele solicitate vor fi trimise de prestator destinatarului într-un interval de timp dependent de natura metodei de transport și vor fi confirmate – de obicei prin email sau currier. – care este metoda de transport a ofertei dorită via email sau/și fizică pe data de 03.05? Întrebăm pentru că portofoliul de proiecte Line Agency, pentru a valida secțiunea 9. Documente și certificate necesare, conține și formate video.

R: OFERTA SE VA TRANSMITE IN FORMAT FIZIC, IN PLIC SIGILAT, ATENTIE TERMENUL LIMITA DE DEPUȘTERE A FOST MODIFICAT!

Î: Campania Social Media – aici este nevoie de costuri pentru propuneri de conținut pentru calendarele de pe platformele Facebook, Instagram, LinkedIn? Sau la cotația din oferta tehnică vom estima mai detaliat număr de postări, frecvența publicării și dacă vom publica noi conținutul și vom face noi community management?

R: Propunerea ofertantului va conține – numărul de postări, frecvența. Conținutul va fi realizat tot de ofertant.

1. Va rugăm să descrieți fiecare criteriu de evaluare al ofertelor, inclusiv ponderea și modul explicit în care se va aplica.

R: BUNA ZIUA CRITERIILE DE EVALUARE SUNT OFERTA CEA MAI AVANTAJOASĂ DIN PUNCT DE VEDERE ECONOMIC, AVÂND 50% Pondere FINANCIARĂ ȘI 50% Pondere TEHNICĂ

2. Care este valoarea estimată fără TVA a achiziției?

R: MAXIM 25210 EURO

3. Câte spoturi TV se doresc a fi concepute?

R: 5 spoturi TV – câte un spot pentru fiecare zonă de implementare: București, Constanța, Iași, Brașov, Satu Mare / Salaj

4. Câte spoturi radio vor fi concepute?

R: 5 spoturi radio – câte un spot pentru fiecare zonă de implementare: București, Constanța, Iași, Brașov, Satu Mare / Salaj

5. Care va fi durata spotului radio?

R: 30 secunde

6. Ce se înțelege prin "spotul radio va fi declinat din spotul TV"? Se va transpune varianta audio de la spoturile TV în spotul pentru radio?

R: Spotul radio va avea același mesaj ca și spotul TV, apăsând pentru radio.

7. Care va fi frecvența publicării spoturilor TV și în ce interval de timp?

Interval de timp: Iulie 2023 – august 2024

In functie de planul media propus de ofertant.

8. Care va fi frecventa publicarii spoturilor radio si in ce interval de timp?

Interval de timp: Iulie 2023 – august 2024

In functie de planul media propus de ofertant.

9. Pentru posturile de radio se cer posturi nationale ce emit in regiunile Bucuresti, Constanta, Iasi, Brasov, Satu Mare / Salaj sau posturi locale din fiecare regiune mentionata anterior?

R: Posturi nationale și posturi locale.

10. Ce se intelege prin Nr. vizualuri (informatie tabel pag 3-4)

Flyere:

1 – Romana X 5 JUD

1 – Ucrainieana X 5 JUD

Brosuri: 1 – Romana

1 – Ucrainieana

R: Vor fi in total 10 flyere cu acelasi concept grafic dar cu mesaje diferite: 5 in limba romana si 5 in limba ucraineana.

11. Avand in vedere mentiunea de la pag 4: "Promoționale: folosite în cadrul conferințelor, de ex: pixuri personalizate, brelocuri, memory stikuri"- va rugam sa clarificati daca promotionalele vor fi doar: pixuri personalizate, brelocuri, memory stikuri? In cazul altor produse, va rugam detaliati

R: Așteptăm propuneri de promotionale din partea ofertanților.

12. Avand in vedere mentiunea de la pag 4: "Materiale de vizibilitate folosite pentru personalizarea a patru spații fixe unde vor fi amplasate centre de sănătate. Ex: roll-up 85/200 cm, Afișe A1"- va rugam sa clarificati daca materialele de vizibilitate vor fi doar: roll-up 85/200 cm, Afișe A1? In cazul altor produse, va rugam detaliati

R: Așteptăm propuneri din partea ofertanților.

13. Print screneurile imaginilor de la pag 4 si 5 reprezinta dimensiuni laterale si spate pentru colantarea fiecarei din celor 4 masini Iveco Daily?

R: Da.

14. Va rugam sa detaliati daca se impun anumite cerinte pentru salile pentru organizarea celor 6 conferinte de presă?

R: Sălile vor avea sistem de sonorizare, 3 microfoane fixe la prezidiu și un microfon mobil pentru audiență; videoproiector și ecran de proiecție; acces la internet; 1 aranjament floral pentru prezidiu.

15. Care va fi numarul de participanti pentru care se va organiza fiecare conferinta de presa?

R: Participanti la conferinte de presă: 100 de persoane / conferinta.

16. Mențiunea: "Operatorul economic va asigura: servicii de catering: cafea, apa, suc, ceai, patiserie sarata/dulce, echipamente sonorizare, materiale promoționale personalizate: pix, breloc, memory stik, punga și mapa– pentru minim 100 persoane" se aplica pentru fiecare din cele 6 conferințe?

R: Da

17. Produsele menționate pentru conferința- "pix, breloc, memory stik– pentru minim 100 persoane" sunt incluse în cantitățile aferente Promotionalilor de la pagina 4 sau sunt cantități suplimentare ce trebuie asigurate?

R: Da.

18. Va rugăm să ne comunicați dacă se impun anumite cerințe tehnice pentru produsele punga și mapa sau rămâne la latitudinea Prestator să asigure aceste produse în parametri tehnici pe care îi considera?

R: Rămâne la latitudinea ofertantului

19. Pentru Campania Social Media- va rugăm să detaliați:

☑ ce tip de postări se solicită pentru Facebook și Instagram: postări organice sau plătite

R: Postări plătite obligatorii. Postări organice – la latitudinea ofertantului

☑ care va fi numărul de postări solicitate pentru fiecare dintre cele 3 platforme: Facebook, Instagram, LinkedIn?

R: În funcție de planul media propus de ofertant.

20. Ce tip de "materiale media" vor fi difuzate în presa scrisă din București, Constanța, Iași, Brașov, Satu Mare / Salaj, cât și în cea online?

21. Pentru presa scrisă din București, Constanța, Iași, Brașov, Satu Mare / Salaj se înțelege ziare tipărite? Ce condiții se solicită pentru publicare: publicare color sau alb negru, alte cerințe speciale?

R: Poate fi presa scrisă și online sau presă scrisă sau online, în funcție de zonă și specificul acesteia. Publicarea se va face întotdeauna color.

22. Câte materiale se vor publica în presa scrisă din București, Constanța, Iași, Brașov, Satu Mare / Salaj? Menționați un număr pentru fiecare oră.

R: Așteptăm propunerile ofertantului. Minim 2 apariții pe luna/publicație.

23. Câte materiale se vor publica în presa online?

R: Așteptăm propunerile ofertantului. Minim 2 apariții pe luna/publicație.

24. Ce condiții se impun pentru presa online?

Macheta de promovare va conține vizualul de proiect și informații de interes public despre proiect agreeate de comun acord cu CRR.

25. Va rugăm să detaliați dacă oferta tehnică din partea ofertantului este suficientă pentru a respecta cerința de la pag 7: "specificații tehnice, broșuri, cataloage sau alte documente relevante cu care să se poată stabili gradul de conformitate al produselor/serviciilor oferite". În cazul în care nu este suficientă doar oferta tehnică va rugăm să indicați dacă trebuie prezentate documente suplimentare pentru produse și servicii, sau doar pentru produse?

R : NU ESTE SUFICIENTA OFERTA TEHNICA, SE VOR PREZENTA ASTFEL DE MATERIELE ATAT PENTRU SERVICII CAT FI PENTRU PRODUSE

26. Avand in vedere mentiunea: "Clauza de lichidare a daunelor- Vă informăm că livrarea după programul convenit poate fi supusă unei penalizări de 5% din costul total a contractului." - va rugam sa detaliati care este termenul solicitat pentru livrarea produselor si prestarea serviciilor?

R: LIVRAREA PRODUSELOR/PRESTAREA SERVICIILOR SE VA FACE PE BAZA DE COMANDA, TERMENUL NU POATE FI DETERMINAT LA ACEST MOMENT

27. In cazul in care nu se ofera raspuns pana la data de 01.05.2023, va solicitam prelungirea perioadei de depunere sau acceptarea depunerii prin email.

R: A FOST MODIFICAT TERMENUL INAINTE CA DUMNEAVOSTRA SA SOLICITATI ACEST LUCRU.

28. Va rog sa ne puneti la dispozitie clarificarile cu intrebarile si raspunsurile venite de la alti potentialii participanti- daca este cazul.

1. Bugetul disponibil al achiziției

R:MAXIM 25210 EURO

2. Pentru TV: sa fie specificat volumul de spoturi minim dorit.

R : 5spoturi TV – cate un spot pentru fiecare zona de implementare: Bucuresti, Constanta, Iasi, Brasov, Satu Mare / Salaj

3. Sa ni se comunice exact targetul vizat.

R: Membrii comunitatilor locale: cetățeni români sau ucraineni.

4. Pentru radio sa se specifice numărul minim de difuzari dorit.

R: 5 spoturi radio – cate un spot pentru fiecare zona de implementare: Bucuresti, Constanta, Iasi, Brasov, Satu Mare / Salaj

5. Clarificare valabila atat pentru tv cat si pentru radio: Este permis sa propunem ca, campania sa se deruleze pe televiziuni si radiouri nationale care sa acopere integral regiunile mentionate, fara a derula campania pe mai multe stații locale? Impactul ar fi cu siguranta unul major.

R: Se doreste promovare pe posturi nationale și posturi locale tv si radio.

6. Nu am regasit un algoritm de calcul al ofertelor, exista asa ceva?

R: criteriul de evaluare este oferta cea mai avantajoasa din punct de vedere economic, avand 50% pondere financiara si 50% pondere tehnica

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |