



Clarificare 3

Nr. anunt de participare SEAP: 132155/ 20.12.2011

Servicii de realizare a unei campanii media pe TV pentru promovarea Regio-POR

CPV 79341400-0 Servicii de campanie de publicitate

Nr	Întrebare	Răspuns
1.	<p>In caietul de sarcini se solicita „prezentarea a 3 storyboard-uri diferite ca modalitate de abordare, pentru a caror realizare se vor lua in considerare urmatoarele aspecte obligatorii:</p> <ul style="list-style-type: none">- informațiile despre proiect vor face referire la: numele și tipul proiectului, rezultatele urmărite, sumele accesate prin Regio, avantajele accesării fondurilor europene, beneficiile aduse comunității respective prin implementarea proiectului, testimoniale ale unor beneficiari direcți și indirecti ai rezultatelor proiectului;- informațiile vor fi prezentate de un reporter sau voice over- originalitatea și ineditul conceptului de prezentare a proiectului (atractivitate, memorabilitate, dinamism);- <i>transpunerea limbajului tehnic într-un limbaj atractiv, simplu, incitant pentru publicul larg în clipul TV realizat după fișa de proiect atașată caietului de sarcini;</i>- <i>relevanța imaginilor propuse în raport cu textul propus în clipul TV realizat după fișa de proiect atașată;</i>- respectarea identității vizuale a programului” <p>Va rugam sa precizati daca operatorii participanti la aceasta procedura trebuie sa prezinte in cadrul propunerii tehnice 3 storyboard-uri diferite ca modalitate de abordare si/sau 1 clip TV prezentat in forma finala (documentare și redactare conținut informativ, filmări pe teren, editare audio-video, grafică, animații, ilustrații video, prezentare), realizat dupa fișa de proiect atașată caietului de sarcini (în format digital).</p>	<p>Operatorii participanti la aceasta procedura trebuie sa prezinte in cadrul propunerii tehnice 3 storyboard-uri diferite ca modalitate de abordare, ținând cont de toate solicitările din caietul de sarcini. Cerința referitoare la prezentarea de către un reporter sau voice over a informațiilor este valabilă pentru oferta câștigătoare, în momentul realizării clipurilor TV.</p>

2	<p>Va rugam sa precizati la ce intervale orare faceti referire prin sintagma : „40% din numărul aparițiilor se va difuza în primul interval, iar restul de 60% se va difuza în al doilea interval” din caietul de sarcini, punctul E.3.</p>	<p>Sintagma: „40% din numărul aparițiilor se va difuza în primul interval, iar restul de 60% se va difuza în al doilea interval” se referă la împărțirea campaniei în două perioade în cursul anului, și nu la intervale orare. Astfel, 40% dintre clipuri se vor difuza în perioada 15 martie – 30 iunie 2012, iar restul de 60% se vor difuza în intervalul 1 septembrie - 31 decembrie 2012. Atenție! Ne referim la numărul de difuzări, nu la numărul de clipuri.</p> <p>În ceea ce privește intervalele orare de difuzare, clipurile vor fi difuzate după cum urmează: cel puțin o dată în prime time, și vor fi reluate, cel puțin o dată, în extraprime time, a doua zi după difuzarea în prime time.</p>
3.	<p>In caietul de sarcini se solicita ca „prestatorul trebuie să se asigure că a atins OBLIGATORIU un minim de 2000 TRP”. Avand in vedere ca targetul campaniei precizat la inceputul caietului de sarcini este 18+, urban, studii medii și superioare, iar selectia canalului tv pe care se va realiza difuzarea este pe targetul la nivel urban, 18 – 60, va rugam sa precizati care este targetul pentru care trebuie atinsi cei 2000 TRP minimi.</p>	<p>Targetul pentru care dorim să se atingă numărul de 2000 TRP este 18-60 ani, mediul urban.</p>

DIRECȚIA GENERALĂ ACHIZIȚII PUBLICE
DIRECTOR GENERAL
Bogdan RĂILEANU

Avizat: Laurentiu Crîmu, șef, serviciu, DGP

Întocmit: Andreea Mihalcioiu, consilier, DGP