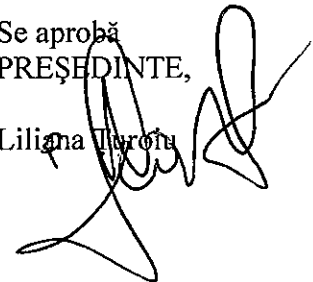


Se aprobă
PREȘEDINTE,

Liliana Ibrăneanu



CAIETUL DE SARCINI

Această secțiune face parte integrantă din Documentația pentru elaborarea și prezentarea ofertei și constituie ansamblul cerințelor pe baza cărora se elaborează, de către fiecare ofertant, propunerea tehnică și financiară.

Cerințele impuse prin prezentul Caiet de sarcini vor fi considerate ca fiind minimale. Neîndeplinirea de către oricare dintre ofertanți a uneia, sau mai multor cerințe, determină respingerea ofertei ca neconformă.

1. Prezentare generală a celei de-a XXIII-a ediții a Festivalului Filmului European

Festivalul Filmului European, ajuns în 2019 la cea de a XXIII-a ediție, este unul dintre cele mai ample programe organizate și derulate în țară de Institutul Cultural Român, un veritabil eveniment de diplomație culturală care angrenează un număr mare de parteneri, aparținând atât mediului instituțional, cât și sectorului cultural independent din România și din străinătate.

Conform strategiei Institutului Cultural Român, Festivalul are ca scop promovarea valorilor europene din domeniul cinematografic și punerea în contact a creațiilor românești cu cele europene.

Programul Festivalului Filmului European, ediția 2019, la fel ca edițiile anterioare, este gândit astfel încât să promoveze cooperarea culturală și să pună în valoare cinematografia românească printr-un program cultural cu dimensiuni și semnificație europeană.

Ediția din 2019 a Festivalului se desfășoară într-un context deosebit pentru diplomația culturală: între 19 aprilie – 14 iulie 2019 au loc manifestări incluse în “Sezonul România – Franța în România”, iar România a preluat, începând cu 1 ianuarie 2019, pentru șase luni, responsabilitatea Președinției Consiliului UE. Prin programul abordat ediția din 2019 a Festivalului Filmului European își propune să marcheze aceste momente.

Totodată, continuând direcția artistică trasată în edițiile anterioare, Festivalul Filmului European își propune să genereze teme de discuții cu relevanță pentru contextual actual al Europei și pentru politicile europene din domeniul audiovizualului.

Prin derularea Festivalului Filmului European organizatorii intenționează să obțină următoarele rezultate:

- Cunoașterea cinematografiei și culturii celorlalte țări europene;
- Punerea în context european a cinematografiei românești contemporane;
- Familiarizarea publicului cu producții cinematografice care nu sunt în general disponibile comercial;
- Familiarizarea elevilor (gimnaziu, liceu) cu diferitele estetici cinematografice;
- Punerea în discuție a unor subiecte de interes, care vizează aspecte ale politicilor din domeniul audio-vizualului la nivel European.

În limitele celor mai sus prezentate, Institutul Cultural Român solicită oricărui ofertant conturarea unei propuneri unitare de "Strategie de promovare și campanie de implementare, pachet logistic".

Tipul produselor și serviciilor, numărul acestora, modalitatea de difuzare propuse de ofertant se fac pe baza unui criteriu global de audiență definit în cele de mai jos.

Obiectul contractului care urmează a fi atribuit prin procedură internă proprie simplificată privind achiziția publică de servicii din categoria celor cuprinse în Anexa 2 la Legea Achizițiilor publice nr. 98/2016 este:

Organizarea în anul 2019 a Festivalului Filmului European, ediția a XXIII-a, elaborarea și implementarea unei strategii integrate de comunicare și promovare (incluzând creație, planificare, producție, media plan, execuție web-site, organizare și coordonare dezbateri și evenimente conexe) precum și un pachet logistic (traducere, subtitrare filme, proiectarea subtitrării, gestionare filme, închiriere săli, închiriere aparatură de proiecție și echipamente tehnice, transport național de persoane, materiale promoționale și tehnice, transportul național al filmelor în format DCP/Blu Ray, cazare invitați) care să asigure derularea în condiții optime a proiecțiilor și a evenimentelor conexe.

2. Informații și cerințe privind conținutul strategiei și campaniei

2.1. Scopul:

- atragerea publicului din țară și din Republica Moldova pentru a participa la manifestările incluse în programul cultural;
- promovarea culturii românești ca element component al diversității culturale europene;
- promovarea cinematografiei românești în contextul cinematografiei europene;

- accesul publicului la producții cinematografice europene care, altfel, lipsesc din circuitul obișnuit al cinematografelor;
- popularizarea altor proiecte ICR în domeniul cinematografiei.
- generarea unor teme de discuții cu relevanță pentru contextul actual al Europei, pornind de la proiecțiile de film;
- Generarea unor teme de discuții pornind de la politicile din domeniul audiovizualului ale Uniunii Europene.

2.2. Obiectivele:

- creșterea notorietății valorilor culturale europene și a celor românești, prin promovarea culturii românești ca element al diversității culturale europene.
- creșterea notorietății interne și internaționale a Festivalului Filmului European;

2.3. Axa:

- încurajarea dezvoltării culturale novatoare;
- promovarea cooperării culturale internaționale;
- celebrarea destinului european al României;
- rolul culturii în dezvoltarea comunităților locale, zonale, naționale și internaționale;
- exemplificarea valorii multi și inter-culturalității.

2.4. Publicul țintă:

i. Public potențial spectator

- cetățenii Bucureștiului și ai orașelor în care vor avea loc edițiile locale și cinefilii în general;
- Elevi de gimnaziu și liceu

ii. Public multiplicator de informație

- jurnaliști și formatori de opinie din țară și din străinătate;
- comunități de afaceri și persoane/grupuri de lobby;
- organisme europene sau organisme internaționale (ambasade, institute culturale).

3. Conținutul ofertei

3.1. Organizarea în anul 2019 a Festivalului Filmului European, ediția a XXIII-a, elaborarea și implementarea unei strategii integrate de comunicare și promovare (incluzând creație, planificare, producție, media plan, execuție web-site, organizare și coordonare evenimente conexe) precum și un pachet logistic (traducere, subtitrare filme, proiectarea subtitrării, gestionare filme, închiriere săli, închiriere aparatură de proiecție și echipamente tehnice, transport național de persoane, materiale promoționale și tehnice, transportul național al filmelor în format DCP sau Blue Ray, cazare invitați) care să asigure derularea în condiții optime a proiecțiilor și evenimentelor conexe.

În 2019 Festivalul Filmului European va avea loc în 4 orașe din România (București, Tîrgu Mureș, Rîmnicu Vâlcea, Sibiu) și, în premieră, în Republica Moldova (Chișinău).

Perioade de desfășurare: 11-30 iunie 2019. J

În București evenimentul va avea loc, în perioada 11-23 iunie 2019. J

Pentru organizarea edițiilor din afara Bucureștiului (3 orașe din România și Chișinău / Republica Moldova), perioada propusă este de câte un week-end prelungit, în intervalul 21 – 30 iunie 2019, după cum urmează: J J J

București (11-23 iunie); Chișinău/Republica Moldova (21-23 iunie), Rîmnicu Vâlcea (21-23 iunie); Tîrgu Mureș (21-23 iunie); Sibiu (28-30 iunie). J

Se solicită ofertanților să indice și să explice:

- "conceptul" general al strategiei comunicării și promovării programului;
- serviciile și activitățile prin care se ating obiectivele campaniei de comunicare și promovare și se asigură eficient logistica evenimentului
- argumentație pentru modalitatea/ățile, canalul/ele, acțiunea/ile prevăzute pentru atingerea fiecărui grup țintă;
- modalitatea de evaluare și monitorizare a rezultatelor;
- descrierea experiențelor anterioare ale firmei/societății, relevante pentru acest gen de proiect;
- alte elemente, concepte ori formule de creație propuse, considerate a fi relevante pentru atingerea obiectivelor campaniei.

Autoritatea contractanta solicită din partea ofertanților o estimare preliminară a impactului și a efectelor aplicării strategiei și campaniei de comunicare și promovare propuse.

3.2. Plan de Campanie de comunicare și promovare a celei de a XXIII-a ediții a Festivalului Filmului European.

Planul de campanie va fi prezentat sub forma unui tabel cuprinzând activități, perioade de desfășurare a acestora, cantități și valori.

Mix-ul tehnicilor și instrumentelor și potențarea acestora aparțin ofertantului, sub rezerva demonstrației că acesta va funcționa pe principiul coerenței și eficienței informaționale și persuasive.

Autoritatea contractantă dorește să achiziționeze, de la ofertant, produse, servicii și acțiuni, pentru care acesta va folosi, planifica și implementa în vederea derulării campaniei următoarele:

3.2.a. Servicii, produse, acțiuni și caracteristici solicitate pentru implementarea strategiei de comunicare și promovare

3.2.a1. Creație

Produsele de creație se vor prezenta în mape de sine stătătoare astfel:

A) MASS MEDIA

1) Spot Video prezentare FFE 2019 (concepție și producție).

Spotul va fi realizat dintr-un montaj de fragmente extrase din trailere ale filmelor aflate în programul Festivalului Filmului European.

Autoritatea contractantă dorește prin aceasta să realizeze un spot de prezentare relevant, care să suscite interesul audienței asupra conținutului filmelor incluse în programul Festivalului Filmului European.

Filmul va fi adaptat pentru spot digital (format compatibil TV), cu durata de 30 de secunde (inclusiv cartoanele). Ofertantul va prevedea posibilitatea de a face mici ajustări de durată dacă acestea sunt solicitate de posturile TV.

Produsul finalizat va fi prezentat pe suport Blu Ray și DCP.

Ofertantul garantează că toate componentele audio și video ale produsului finalizat sunt originale și nu încalcă drepturile civile ale unei/unor alte persoane fizice și/sau juridice, inclusiv alte drepturi de autor asupra altor opere/și drepturi asupra mărcilor.

Ofertantul va cesiona autorității contractante dreptul de a comunica public, de a reproduce, prin orice mijlor și sub orice formă, integral sau parțial, pe teritoriul României și/sau în străinătate, precum și dreptul exclusiv de a distribui produsul în forma definitivă. Cesiunea drepturilor va avea caracter exclusiv, pe perioadă nedeterminată.

Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a solicita modificări.

2) Montaj video cu scene antologice din filmele de comedie românești (concepție și producție).

Spotul va avea o durată de de 60-90 secunde si va conține fragmente din filme românești consacrate de comedie, interpretate de monștri sacri ai acestui gen.

Autoritatea contractantă dorește prin aceasta să realizeze un montaj alcătuit din fragmente antologice ale comediei românești, un omagiu necesar adus comediei, un gen „popular” aparent frivol, dar extrem de greu de realizat.

Produsul finalizat va fi prezentat pe suport Blu Ray și DCP.

Ofertantul garantează că toate componentele audio și video ale produsului finalizat sunt originale și nu încalcă drepturile civile ale unei/unor alte persoane fizice și/sau juridice, inclusiv alte drepturi de autor asupra altor opere/și drepturi asupra mărcilor.

Ofertantul va cesiona autorității contractante dreptul de a comunica public, de a reproduce, prin orice mijlor și sub orice formă, integral sau parțial, pe teritoriul României și/sau în străinătate, precum și dreptul exclusiv de a distribui produsul în forma definitivă. Cesiunea drepturilor va avea caracter exclusiv, pe perioadă nedeterminată.

Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a solicita modificări.

3) Spot Video Gala de Deschidere FFE 2019 (concepție și producție).

Spotul va avea o durată de de 60-90 secunde si va conține înregistrări video surprinse în cadrul Galei de Deschidere din București a Festivalului Filmului European 2019. Spotul va fi finalizat la max. 2 zile după încheierea Galei de Deschidere a FFE 2019.

Autoritatea contractantă dorește prin aceasta să realizeze un spot de prezentare care să puncteze cele mai importante momente surprinse la ceremonia organizată cu prilejul Galei de Deschidere a Festivalului Filmului European.

Produsul finalizat va fi prezentat pe suport Blu Ray.

Ofertantul garantează că toate componentele audio și video ale produsului finalizat sunt originale și nu încalcă drepturile civile ale unei/unor alte persoane fizice și/sau juridice, inclusiv alte drepturi de autor asupra altor opere/și drepturi asupra mărcilor.

Ofertantul va cesiona autorității contractante dreptul de a comunica public, de a reproduce, prin orice mijlor și sub orice formă, integral sau parțial, pe teritoriul României și/sau în străinătate, precum și dreptul exclusiv de a distribui produsul în forma definitivă. Cesiunea drepturilor va avea caracter exclusiv, pe perioadă nedeterminată.

Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a solicita modificări.

4) Spot Radio (concepție și producție).

Minim 1 concept de spot radio, de 30 de secunde, adaptat conceptual spotului video (pct. 1 de mai sus).

Ofertanții vor prezenta în ofertă conceptul spoturilor. Produsele finalizate vor fi prezentate pe suport magnetic și digital de către câștigătorul acordului cadru.

Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a alege oricare dintre spoturi și de a solicita modificări.

5) Planul campaniei de promovare media.

Acesta va include mediaplanul pentru difuzarea pe posturi radio și TV relevante pentru București și cele 4 orașe (ca specific și tip de audiență), mediaplan pentru difuzarea de machete în presa scrisă, precum și mediaplanul pentru publicitate online.

Oferta financiară va include costurile pentru creația machetelor de presă și bannerelor de internet.

Ofertanții vor prezenta următoarele:

- pentru TV – denumirea posturilor, numărul de difuzări și perioadele în care vor avea loc difuzările.
- pentru radio – denumirea posturilor (minim 5 posturi), numărul de difuzări și perioadele în care vor avea loc difuzările.
- pentru presa scrisă – denumirea publicațiilor din București și din țară (minim 10 publicații), numărul și dimensiunea machetelor și perioada de apariție, machete color/alb-negru.
- pentru online – denumirea paginilor de internet, tipul de promovare oferit (banner, concurs etc.), perioada de promovare și amplasarea bannerului/concursului/etc.

B) AFIȘ, INVITATII, CAIET PROGRAM, FLYERE

Ofertantul trebuie să prezinte 2 concepte grafice diferite prin care ilustrează, în cadrul unei unice identități vizuale, mesajele cheie ale programului, în conformitate cu strategia proprie propusă. De asemenea, pentru fiecare concept, ofertantul va oferi soluții grafice de diferențiere pentru edițiile locale.

6) Afiș

Ofertantul va prezenta 2 propuneri de concept grafic doar pentru ediția din București, urmând ca declinările pentru cele 4 ediții din afara Bucureștiului să se realizeze ulterior. De asemenea, ofertantul va indica soluțiile tehnice și costurile pentru producție, tirajul și planul de distribuție și afișare

Materialele vor avea următoarele specificații tehnice minime: culori 4+0, dimensiune 500 x 700 mm, hârtie 150g/m², 200 exemplare.

7) Invitații

Ofertantul va prezenta 2 propuneri de concept grafic doar pentru ediția din București urmând ca declinările pentru cele 4 ediții din afara Bucureștiului să se realizeze ulterior. De asemenea, va indica

soluțiile tehnice și costurile pentru producție, inclusiv plic / ambalaj, tirajul și planul de distribuție (modalități și costuri de expediere).

Materialele vor avea următoarele specificații tehnice minime: culori 4+4, hârtie 300 g/m², 2 500 exemplare.

Se vor prezenta propuneri pentru – Gala de deschidere și de închidere din București, inclusiv propuneri de concept grafic pentru plic

Pentru estimarea costurilor de producție și expediere se va ține cont de următoarele informații:

- Invitațiile vor fi valabile pentru 2 persoane
- Evenimentul de deschidere din București – public estimat: 900 persoane
- Evenimentul de deschidere din cadrul celor 4 ediții din afara Bucureștiului – public estimat: 1 200 persoane
- Evenimentul de închidere din București – public estimat: 400 persoane

8) Caiet program

Pentru caietul program se vor prezenta 2 oferte pentru formatul 10x21 cm, minim 60, maxim 76 pagini. Oferta va include mostre de coperti și pagini interioare. Se vor prezenta soluțiile tehnice și costurile pentru tipărire, tirajul și planul de distribuție.

Materialele vor avea următoarele specificații tehnice minime: culori 4 + 4, tiraj minim 1 250 exemplare, hârtie 115 g/m² (interior), 300 g/m² (coperti).

Oferta va include și va specifica costurile pentru: documentare, redactare texte, machetare, concepție grafică.

Conținutul caietului program va fi stabilit de autoritatea contractantă.

9) Flyer

Ofertantul va prezenta 2 propuneri de concept grafic pentru București, urmând ca declinările pentru edițiile din afara Bucureștiului să se realizeze ulterior. De asemenea, va indica soluțiile tehnice și costurile pentru tipărire, tirajul și planul de distribuție.

Propunerea pentru București va avea următoarele specificații tehnice minime: format închis 10 *21, format deschis 20*21, culori 4+4, hârtie 300 g/m², tiraj minim 7 000 exemplare.

Flyerele pentru edițiile din afara Bucureștiului vor avea următoarele specificații tehnice minime: format închis 10*14 cm, format deschis 30*42 cm, suport DCM 115 gr./mp, tipar 4+4 cmyk, faltuire si închidere la format (4 biguri - 2 vertical+2 orizontal, tiraj minim 7 000 exemplare pentru cele 4 orașe.

Ofertanții vor prezenta în ofertă conceptul grafic și macheta pentru fiecare propunere, precum și formulele tehnice.

Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a solicita modificări.

Pentru toate materialele ofertantul va utiliza logo-ul și simbolurile Festivalului Filmului European (disponibil în versiune editabilă la adresa de internet www.ffe.ro, incluzându-l coerent în conceptul grafic propus).

Ofertantul garantează că toate componentele conceptului grafic propus sunt originale și nu încalcă drepturile civile ale unei/unor alte persoane fizice și/sau juridice, inclusiv alte drepturi de autor asupra altor opere sau/și drepturi asupra mărcilor.

Ofertantul va cesiona autorității contractante dreptul de a comunica public, de a reproduce, prin orice mijloc și sub orice formă, integral sau parțial, pe teritoriul României și/sau în străinătate, precum și dreptul exclusiv de a distribui conceptul grafic în forma definitivă. Cesiunea drepturilor va avea caracter exclusiv, pe perioadă nedeterminată.

C) PACHET DE MATERIALE PROMOȚIONALE

10) Materiale promoționale

Pachetul de materiale de promovare va urmări completarea identității vizuale a Festivalului, în varianta conceptuală propusă, și va utiliza logoul Festivalului Filmului European și (dacă formatul o permite) sigla ICR. Ofertantul va prezenta prototipuri pentru agenda / block notes, pixuri și sacoșe de bumbac. Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a selecta produsele pe care le consideră adecvate și de a solicita modificări. (notă: pentru materialele promoționale este obligatorie prezența logoului FFE sau siglei ICR).

D) WEB-SITE-ul Festivalului Filmului European, pagina de Facebook (graphic design).

11) Concepția și realizarea grafică a imaginii Festivalului, postare. Pagina web va fi activă cel târziu începând din 5 iunie 2019 și va include și arhiva edițiilor anterioare. Pagina web va conține minim următoarele butoane: filme, locații, program, trailere, galerie foto, comunicate de presă, noutăți, parteneri, jurnal, arhivă și va porni din punct de vedere vizual de la varianta existentă pe www.ffe.ro. Ofertanții vor prezenta o mostră de design pentru home-page și pentru 3 pagini interioare.

Web-site-ul va fi actualizat permanent cu imagini, materiale din presă, noutăți, evenimente, modificări ale programului etc.

Găzduire web site

Siteul va fi postat pe un server care să asigure buna funcționare pe o perioadă de un an de la data de 5 iunie 2019. Pe întreaga perioadă ofertantul va asigura buna funcționare a web site-ului.

Facebook

Administrarea paginii de facebook <https://www.facebook.com/ffeRomania>

Postarea informației va fi făcută de către firma câștigătoare, după consultări avute cu autoritatea contractantă. De asemenea, autoritatea contractantă va avea acces la sistemul de administrare pentru a putea modifica orice parte a conținutului.

Standardul de calitate a materialelor folosite va fi definit de ofertant și aprobat de autoritatea contractantă. Dintre variantele de concept și creație prezentate, autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a alege oricare dintre oferte și de a solicita modificări.

Pentru fiecare produs din categoriile de mai sus care necesită elemente de creație, se solicită indicarea costurilor de producție.

Ofertantul garantează că toate componentele conceptului grafic propus sunt originale și nu încalcă drepturile civile ale unei/unor alte persoane fizice și/sau juridice, inclusiv alte drepturi de autor asupra altor opere sau/și drepturi asupra mărcilor.

Ofertantul va cesiona autorității contractante dreptul de a comunica public, de a reproduce, prin orice mijloc și sub orice formă, integral sau parțial, pe teritoriul României și/sau în străinătate, precum și dreptul exclusiv de a distribui conceptul grafic în forma definitivă. Cesiunea drepturilor va avea caracter exclusiv, pe perioadă nedeterminată.

Ofertantul declarat câștigător se obligă să implementeze media-planul și planul de afișare acceptate de autoritatea contractantă pentru pozițiile A,B, C, D, E.

3.2.a.2 Acțiuni de PR

12) Organizare de evenimente conexe (București).

În conformitate cu strategia propusă, vor fi organizate minim 3 evenimente conexe Festivalului Filmului European. Autoritatea contractantă propune organizarea a minim 3 evenimente conexe proiecțiilor de film (concerte, dezbateri referitoare la politicile europene din domeniul audiovizualului, ateliere educaționale pentru tineri cu tematică cinematografică, etc.).

Ofertanții vor prezenta în ofertă conceptul și activitățile pe care le presupun implementarea conceptului, precum și costurile estimate ale organizării.

Conținutul evenimentului va fi aprobat de autoritatea contractantă în urma consultărilor avute cu Directorul Artistic desemnat al Festivalului Filmului European.

Suma minimă pentru organizare eveniment conexe: 20 000 lei.

3.2.a Evaluare

13) Ofertantul va prevedea elaborarea unui raport final de evaluare a efectelor produselor și acțiunilor campaniei de comunicare și promovare și a unui dosar de presă complet. Dosarul de presă va include

3.2.b. Servicii logistice

Ofertantul va prezenta propuneri pentru următoarele servicii, ținând cont de următoarele informații:

Atât în cadrul proiecțiilor din București, cât și a proiecțiilor din cadrul celor 4 ediții organizate în România sau Republica Moldova, spațiile propuse vor fi localizate central, se va avea în vedere, în măsura în care este posibil, alegerea unor cinematografe înscrise în rețeaua "EUROPA Cinemas".

14) La **București**, Gala de Deschidere (11 iunie) va avea loc la Sala Mare a Teatrului Național (TNB). Intrarea și foaietul TNB vor fi special amenajate pentru Gala de deschidere și vor include instalații de lumini, sunet, precum și un stand personalizat al Festivalului Filmului European. În foaietul TNB va avea loc organizarea recepției de după proiecția din cadrul Galei de Deschidere;

- Gala de Deshidere: Sala Mare a Teatrul Național București / TNB (indoor, capacitate aprox. 900 locuri, proiecție DCP, foaietul TNB pentru organizarea recepției de după proiecția din cadrul Galei de Deschidere din 11 iunie 2019);

15) Pentru proiecțiile din **București**, din perioada 14-23 iunie, spațiile propuse sunt 2 cinematografe din rețeau cinematografelor „EUROPA Cinemas“ (Cinema Muzeul Țăranului „Studioul Horia Bernea“ și Cinema „Elvire Popesco“), Cinemateca Eforie -, „Sala Jean Georgescu“, Cinema PRO, Muzeul Național al Literaturii Române, precum și sediile unor institute culturale, membre ale clusterului EUNIC România, prevăzute cu spații adecvate proiecțiilor de film (Centrul Ceh, Institutul Balassi, Institutul Cervantes, Institutul Goethe, Spațiul Public European – Reprezentanța Comisiei Europene din România, Pavilion 32 – Goethe Institut din București).

- Cinema „Elvire Popesco“ indoor, capacitate aprox. 183 locuri, proiecție DCP/Blu-Ray, perioada maximă 3 zile, în intervalul 18-20 iunie 2019);
- Cinemateca Eforie – Sala „Jean Georgescu“ (indoor, capacitate aprox. 250 locuri, proiecție DCP/Blu-Ray, perioada maximă 6 zile, în intervalul 18-23 iunie 2019).
- Cinema Muzeul Țăranului Studioul „Horia Bernea“ (indoor, capacitate aprox. 250 locuri, proiecție DCP, perioada maximă 6 zile, în intervalul 18-23 iunie 2019), inclusiv evenimentul de închidere;
- Cinema PRO (indoor, capacitate aprox. 500 locuri, proiecție de pe DCP, perioada maximă 3 zile, în intervalul 14-16 iunie 2019);
- proiecții outdoor (Curtea Muzeului Național al Literaturii Românie, Curtea Institutului Balassi, capacitate aprox. 500 locuri, proiecție de pe Blu-Ray, minim 2 zile, în intervalul 18-23 iunie 2019);

În București accesul publicului la proiecțiile din cadrul Festivalului Filmului European va fi contra cost, cu excepția galei de deschidere și de închidere, a proiecțiilor programate la Spațiul Public European, sediile institutelor culturale străine din București, precum și proiecțiile organizate în spații publice (outdoor).

16) La **Sibiu**, propunerea atât pentru organizarea Galei de Deschidere (28 iunie), precum și a celorlalte proiecții din program (29-30 iunie) este Casa de Cultură a Sindicatelor (indoor, capacitate aprox. 700 locuri, proiecție DCP). Intrarea și holul vor fi special amenajate și vor include un stand personalizat al Festivalului Filmului European. În foaiorul Casei de Cultură va avea loc organizarea recepției de după proiecția din cadrul Galei de Deschidere;

17) În cadrul edițiilor din Chișinău / Republica Moldova (21-23 iunie) Tîrgu Mureș (21-23 iunie), Râmnicu Vâlcea (21-23 iunie), se vor avea în vedere următoarele spații:

Chișinău (21-23 iunie)

- Cinematograful „Odeon“ (indoor, capacitate aprox. 250 locuri, proiecție de pe format Blu Ray).

Tîrgu Mureș (21-23 iunie);

- Cinemateca „Arta” (indoor, capacitate 192 locuri – Sala Arta, 98 locuri – Sala Flora, proiecție Blu Ray).

Râmnicu Vâlcea (21-23 iunie);

- Cinema „Geo Saizescu” (indoor, capacitate 180 locuri, proiecție DCP).

Accesul publicului la proiecțiile din cadrul edițiilor locale va fi gratuit.

Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a schimba locațiile din București și va notifica acest lucru în timp util.

Toate punctele de mai jos care se referă la asigurarea de servicii pentru proiecții (București și cele 4 ediții din afara Bucureștiului) vor fi adaptate pentru locațiile specificate.

18) Proiecționist profesionist care va manipula aparatura de proiecție BluRay în spațiile neconvenționale.

19) Aparatură de proiecție Blue Ray sonorizare (amplificare și microfoane) și lumini care să asigure buna desfășurare a evenimentelor din București și cele 4 ediții din afara Bucureștiului.

20) Traducerea listei de titluri pentru min. 20, max. 35 filme din max. 20 limbi în limba română

21) Aranjare și verificare subtitluri filme pentru min. 20, max. 40 filme.

22) proiecție subtitluri – soluții tehnice și personal – pentru proiecțiile de pe DCP fără subtitluri incluse. Coordonarea personalului tehnic.

23) introducere subtitluri pe Blu Ray pentru min. 20, max. 40 filme

24) gestionare (DCP/ Blu Ray) în București – preluare de la ambasade/centre culturale, transport la locațiile din București – pentru a asigura disponibilitatea filmelor la săli în timp util pentru teste și

pregătirea proiecției. Predarea suporturilor de filme (DCP/Blu Ray) către institute/ambasade/case de distribuție după ultima proiecție. Gestionare suporturilor de filme în țară.

25) asigurarea de personal permanent la toate proiecțiile și a evenimentelor conexe (București și alte 4 orașe) din cadrul Festivalului Filmului European, care să asigure buna desfășurare a acestora.

26) fotograf profesionist la toate evenimentele relevante din cadrul Festivalului. Fotografiiile, în format digital, vor fi puse la dispoziția coordonatorului de proiect din partea autorității contractante în maxim 24 de ore după evenimentul la care au fost realizate.

27) servicii catering pentru Gala de Deschidere din București.

28) servicii de moderare pentru 1 Gala de deschidere și 1 Gala de închidere (București) + 1 Gală de deschidere în țară (Sibiu), precum și Gala de deschidere din Chișinău (Republica Moldova).

29) echipă tehnică permanentă – personal care să asigure și să supravegheze buna funcționare a aparaturii de sonorizare și lumini, a aparaturii de proiecție pe întreaga durată a proiecțiilor.

30) transport național rutier sau aerian de persoane (min. 10, max. 30 persoane, inclusiv invitații la eveniment și membrii echipei de organizare, pentru fiecare locație din țară). Se va ține cont de eventuale deplasări anterioare perioadei de desfășurare a festivalului, pentru pregătiri.

31) cazare în București și edițiile din afara Bucureștiului pentru min. 10. max. 30 persoane (inclusiv 4 membri ai echipei de organizare asigurate de ofertant) hoteluri de 3/4 *** . Se va ține cont de eventuale deplasări anterioare perioadei de desfășurare a Festivalului, pentru pregătiri.

32) Amenajare și personalizare spații de proiecție. Ofertanții vor descrie conceptul și materialele / produsele folosite și vor indica costurile.

Premiul publicului

Festivalul Filmului European este un festival necompetitiv. Singurul premiu care se acordă este Premiul Publicului, decis prin vot de către spectatori.

33) Ofertanții vor prezenta o ofertă pentru pachetul logistic pe care îl implică acordarea Premiului Publicului: sistem de vot, colectarea și numărarea voturilor.

Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a solicita modificarea sistemului de vot propus.

34) managementul de proiect va acoperi onorariile pentru serviciile realizate de personalul ofertantului, corespunzătoare numărului de ore lucrate, inclusiv costurile cu consumabilele și comunicațiile pentru echipa de proiect, profitul firmei și toate taxele legale.

Ofertanții vor prezenta oferte financiare pentru toate punctele de la 1-34, în ordine, indicând, după caz, tirajele sau cantitățile.

34) managementul de proiect va acoperi onorariile pentru serviciile realizate de personalul ofertantului, corespunzătoare numărului de ore lucrate, inclusiv costurile cu consumabilele și comunicațiile pentru echipa de proiect, profitul firmei și toate taxele legale.

Ofertanții vor prezenta oferte financiare pentru toate punctele de la 1-34, în ordine, indicând, după caz, tirajele sau cantitățile.

Ofertanții vor prezenta un calendar detaliat de execuție a tuturor serviciilor și produselor, conform conceptului propus, pornind de la planul orientativ prezentat mai jos.

4. Durata și programarea campaniei

i. a doua decadă a lunii mai 2019

- creație;
- revizuirea media-planului;
- acțiuni PR; MR;

ii. ultima decadă a lunii mai 2019

- campanie de comunicare-promovare;
- acțiuni PR;
- acțiuni MR;
- derulare campanie comunicare-promovare;

iii. iunie-iulie 2019

- acțiuni PR;
- derulare proiecțiilor de filme și a evenimentelor conexe în București și cele 4 orașe incluse în circuitul Festivalului Filmului European;
- predarea raportului de evaluare și a dosarului de presă.

Director
~~Direcția Generală Programe Interne și Internaționale~~
Ștefan-Claudiu Marin

Întocmit,
Anca Hrab

Coordonator al Biroului EONIC
Direcția Generală Programe Interne și Internaționale

Notă privind alegerea și justificarea criteriului de atribuire

Oferta cea mai avantajoasă din punct de vedere economic în ceea ce privește			
Criterii			Pondere
1.Valoarea totala a ofertei financiare			50%
<i>Detalii privind aplicarea algoritmului de calcul</i>			
I. Punctajul pentru factorul de evaluare “Prețul total al ofertei financiare”(Pt _i) se acordă astfel:			
a. pentru cel mai scăzut dintre prețurile ofertelor financiare se acordă punctajul maxim 100puncte.			
b. pentru alt preț decât cel prevăzut la litera a) punctajul se acordă astfel:			
$Pt_i = (\text{preț minim/preț}_n) \times \text{punctaj maxim alocat (100 puncte)}.$			
Prețurile care se compară sunt prețurile totale ale ofertelor financiare (produse plus servicii așa cum acestea apar evidentiare în Oferta financiară), in Euro fara T.V.A.			
Nr.crt.	Denumire Ofertant	Valoare totala oferta financiara	Punctaj
2.Calitatea produselor, serviciilor si actiunilor de promovare			50%
<i>Detalii privind aplicarea algoritmului de calcul</i>			
Punctajul pentru factorul “ Calitatea produselor, serviciilor si actiunilor de promovare ” - se va obtine in functie de punctajul obtinut in baza aprecierii obiective a indicatorilor de evaluare stabiliti de membrii comisiei, notati pe o scara de la 1 la 10 puncte, pentru:			
1). PROMOVARE / COMUNICARE			
2). LOGISTICA			
1). Indicatori de evaluare pentru promovare / comunicare, notati in Tabelul nr.1 :			
A ₁ – Originalitate și creativitate: 1 - 10 puncte;			
B ₁ – Comprehensibilitatea și coerența strategiei și a planului de implementare: 1 - 10 puncte;			
C ₁ – Capacitatea conceptului grafic de a transmite mesajul festivalului: 1 - 10 puncte;			

D₁ – Capacitatea strategiei de a atrage publicul potential spectator si multiplicatorii de informatie: 1 - 10 puncte;

E₁ – Calitatea campaniei de promovare media 1 – 10 puncte.

Tab.1

Nr. crt.	Factori de evaluare	Punctaj maxim	Nota a	Nota b	Nota c	Nota ...	Nota n	Nota medie $\frac{a+b+c...+n}{n}$
1	A ₁	10						
2	B ₁	10						
3	C ₁	10						
4	D ₁	10						
5	E ₁	10						
6	TOTAL	50						

2). Indicatori de evaluare pentru logistica, notati in Tabelul nr.2 :

A₂ – Calitatea produselor si serviciilor si adecvarea acestora la specificul festivalului 1 - 10 puncte;

B₂ – Durata maxima pentru realizarea Blue-Ray-urilor cu subtitluri inserate electronic, din momentul comenzii: 1 - 10 puncte;

C₂ – Durata maxima de inchiriere a aparaturii tehnice din momentul emiterii comenzii: 1 - 10 puncte;

D₂ – Durata maxima de execuție a materialelor tipărite din momentul confirmarii bunului de tipar de către autoritatea contractantă: 1 - 10 puncte;

E₂ – Capacitatea de a asigura desfasurarea in bune conditii a evenimentelor si managementul situatiilor de criza: 1 – 10 puncte.

Pentru punctele B2, C2 și D2 punctajul se acordă astfel:

a. pentru durata de realizare/ executie cea mai mica propusa se acordă punctajul maxim, 10 puncte.

b. pentru o durata derealizare/ executie mai mare decat cea prevazuta la litera a) punctajul se acordă astfel:

$D_2 = (\text{durata minima} / \text{durata mai mare}) \times \text{punctaj maxim alocat (10 puncte)}$.

Tab.2

Nr. crt.	Factori de evaluare	Punctaj maxim	Nota a	Nota b	Nota ...	Nota ...	Nota n	Nota medie $\frac{a+b+c...+n}{n}$
1	A ₂	10						
2	B ₂	10						
3	C ₂	10						
4	D ₂	10						
5	E ₂	10						
6	TOTAL	50						

Nota: a, b, c, ..., n reprezintă membrii comisiei de evaluare a ofertelor..

A₁, B₁, C₁, D₁, E₁, A₂, B₂, C₂, D₂, E₂ - indicatori de evaluare pentru PROMOVARE/COMUNICARE SI LOGISTICA

Punctajul astfel obținut de ofertant se înscrie în, coloana „Nota medie”, din tabelul nr.1 și 2..

Ecuatia calculului pentru factorul II este :

$$Pt_{II} = Ptp + Ptl.$$

Pt_{II}.(Punctaj total pentru factorul de evaluare „Calitatea produselor, serviciilor și acțiunilor de comunicare - relatii publice”)

Ptp.(punctaj total promovare/comunicare)

Ptl. (punctaj total logistica)

Punctajul final va fi obținut cu formula:

$$Pf = Pt_I * 50\% + Pt_{II} * 50\%$$

Pf(punctaj final)

Pt_I(punctaj total pentru factorul „Valoarea totala a ofertei”)

Pt_{II} (Punctaj total pentru factorul de evaluare „Calitatea produselor, serviciilor și acțiunilor de comunicare - relatii publice”)

Va fi desemnata castigatoare oferta care a obținut punctajul cel mai mare.

Oferta tehnica și oferta financiara vor fi baza pentru încheierea contractelor subscvente.

Prețul unitar va fi ferm pe toată perioada de derulare a acordului cadru.

Notă:

O parte consistentă a caietului de sarcini constă în elaborarea de către ofertanți a unui plan de promovare care să cuprindă media planul (numele publicațiilor, posturilor radio/TV, frecvența difuzărilor și dimensiunile optime ale machetelor etc), precum și celelalte mijloace de promovare (tipărituri și articole promoționale) adecvate evenimentului descris.

Ofertantul va propune tipul, cantitățile, calendarul și planul de distribuire al acestora.


În ce privește serviciul de interpretariat, limbile vor fi cunoscute odată cu confirmările finale de participare din partea invitaților străini.


Numărul de filme care vor necesita traducere și subtitrare, precum și limbile din care se vor face traducerile, vor fi cunoscute odată cu confirmarea listei de filme.

○ Necesarul pentru transportul de persoane va fi cunoscut în momentul definitivării programului.

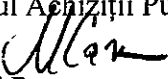
Numărul final de conferințe de presă va fi cunoscut după definitivarea programului festivalului și confirmarea prezenței invitaților speciali.

Data fiind complexitatea și importanța evenimentului, ICR încearcă prin această procedură să obțină un sprijin profesional.

Lenuța Stoicescu
Director General 
Direcția Generală Economic, Achiziții Publice și Administrativ

Ștefan-Claudiu Marin
~~Director~~ 
Direcția Generală Programe Interne și Internaționale

○ Monica Camen
Șef Birou
Biroul Achiziții Publice


Eleni Pașcanu
Expert
Biroul Achiziții Publice


Anca Hrab
Coordonator al Biroului EUNIC