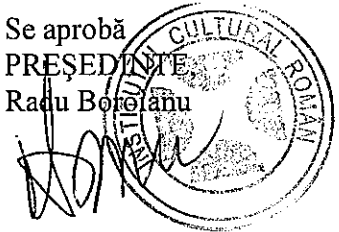


Se aprobă
PREȘEDINTE
Radu Boteșanu



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 Festivalului Filmului European, a XXI-a ediție, 2017

Festivalul Filmului European, ajuns în 2017 la cea de a XXI-a ediție, este unul dintre cele mai importante proiecte culturale organizate și derulate în țară de Institutul Cultural Român.

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

Programul Festivalului Filmului European, ediția 2017, este gândit astfel încât să promoveze cooperarea culturală și să pună în valoare cinematografia românească printr-un program cultural cu dimensiuni și semnificație europeană.

Prin derularea acestui Program se intenționează a fi obținute 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.

- 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 2017 a Festivalului Filmului European, ediția a XXI-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 pelicule, închiriere săli, închiriere aparatură de proiecție și echipamente tehnice, transport național de persoane, materiale promoționale și tehnice, transportul național al peliculelor în format DCP/Blu Ray/DVD, 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 pentru a participa la manifestările incluse în programul cultural;
- promovarea culturii românești ca element component al diversității culturale europene;
- promovarea cinematografilei românești în contextul cinematografilei europene;
- accesul publicului la producții cinematografice europene care, altfel, lipsesc din circuitul obișnuit al cinematografilelor.
- popularizarea altor proiecte ICR în domeniul cinematografilei
- generarea unor teme de discuții cu relevanță pentru contextual actual al Europei, pornind de la proiectii de film.

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 cineații în general;

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 2017 a Festivalului Filmului European, ediția a XXI-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 pelicule, închiriere săli, închiriere aparatură de proiecție și echipamente tehnice, transport național de persoane, materiale promoționale și tehnice, transportul național al peliculelor în format DCP sau Blue Ray/DVD, cazare invitați) care să asigure derularea în condiții optime a proiecțiilor și evenimentelor conexe.

În anul 2017 Institutul Cultural Român își propune organizarea Festivalului Filmului European în **5 orașe (București, Iași, Gura Humorului, Tîrgu Mureș, Timișoara).**

Perioade de desfășurare :

În **București** evenimentul va avea loc timp de **8 zile**, în perioada **4-11 mai 2017**.

Pentru organizarea edițiilor locale (4 orașe din țară), perioada propusă este de câte un week-end, în intervalul **4 – 28 mai 2016**, după cum urmează:

- **Iași: 12-14 mai 2017**
- **Gura Humorului: 19-21 mai 2017**
- **Tîrgu Mureș: 19-21 mai 2017**
- **Timișoara: 26-28 mai 2017**

Se solicită ofertanților să indice și să expliciteze:

- "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 XXI-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 (concepție și producție).

Minim 1 concept pentru un scurt metraj de 60-90 secunde (spotul de prezentare a Festivalului), care să reflecte mesajul Festivalului.

Scurt-metrajul va fi scris și regizat de un regizor român consacrat, care a câștigat în ultimii 4 (patru) ani calendaristici până la momentul lansării prezentei proceduri cel puțin un premiu important la un festival internațional de prestigiu.

Autoritatea contractantă dorește prin aceasta să realizeze un scurt-metraj cu valoare cinematografică, relevant pentru mesajul 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.

Produsele finalizate vor fi prezentate pe suport Blu Ray/DCP/DVD de către câștigătorul contractului.

Ofertantul va prezenta un acord scris explicit din partea regizorului de a realiza spotul de prezentare a Festivalului Filmului European, inclusiv acordul regizorului în ce privește bugetul oferat pentru realizarea scurt-metrajului. (formularul nr. 6). **Prin aceasta autoritatea contractantă dorește să se asigure de faptul că regizorul se implică în proiectul Festivalul Filmului European 2017 în deplină cunoștință de cauză privind scopul, beneficiarul produsului și bugetul pus la dispoziție.**

Facem precizarea că ofertanții care au semnat un acord de principiu cu același regizor nu vor fi respinși din cadrul procedurii.

Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a solicita modificări la conceptul filmului prezentat în ofertă.

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 cesa 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 produsul în forma definitivă. Cesiunea drepturilor va avea caracter exclusiv, pe perioadă nedeterminată.

2) 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.

3) 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 și va specifica separat costurile pentru creația machetelor de presă și bannerelor de internet, pentru producția spoturilor TV, spoturilor radio, machetelor de presă, bannerelor de internet și costurile pentru difuzare.

Ofertanții vor prezenta următoarele:

- pentru TV – denumirea posturilor, numărul de difuzări și perioadele în care vor avea loc difuzările.

- pentru radio – denumirea posturilor, numărul de difuzări și perioadele în care vor avea loc difuzările.

- pentru presa scrisă – denumirea publicațiilor din București și din țară, 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.

4) Supliment dedicat Festivalului Filmului European

Realizarea unui supliment dedicat Festivalului Filmului European cu distribuție gratuită în București și cele 4 orașe din țară unde se vor desfășura proiecțiile.

Oferta va include conceptul, detaliile tehnice (număr de pagini etc.), tirajul și planul de distribuție.

Oferta financiară va include documentarea, machetarea, concepția grafică și tipărirea. Prin texte se înțelege: fișa fiecărui film (sinopsis, fișa tehnică, fotografie), texte introductive, programul evenimentelor conexe (după caz).

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.

5) Afiș

Ofertantul va prezenta 2 propuneri de concept grafic doar pentru ediția din București, urmând ca declinările pentru cele 4 ediții locale 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, 1000 exemplare.

6) Invitații

Ofertantul va prezenta 2 propuneri de concept grafic doar pentru ediția din București urmând ca declinările pentru cele 4 ediții locale 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, 2200 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 (invitați): 350 – 400 persoane
- Evenimentul de deschidere din cadrul celor 4 ediții locale – public estimat (invitați): 1 500 persoane
- Evenimentul de închidere din București – public estimat (invitați): 200 persoane

7) 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 2100 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.

8) Flyer

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

Materialele vor avea următoarele specificații tehnice minime: culori 4+4, hârtie 300 g/m2, tiraj minim 30000 exemplare.

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) AFISAJ STRADAL –CASETE LUMINOASE

9) Casete Luminoase

Afișaj stradal pentru București în casete luminoase (citylight sau derulabile), minim 30, maxim 40 fețe, amplasare pe Bd. Magheru, zona Universitate, Bulevardul Tineretului, Stația de Metrou

Unirii, Stația de Metrou Universitate, Stația de Metrou Victoriei, Calea Bucureștilor (proximitatea aeroportului), zonele din proximitatea cinematografele în care vor avea loc proiecțiile și evenimentele conexe.

Ofertanții vor prezenta în ofertă numărul exact de fețe, dimensiunile, formulele tehnice și costurile, inclusiv producție, montaj, întreținere și demontaj. Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a solicita modificări.

D) 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, stick-uri USB (minim 8 GB) 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).

E) 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 1 aprilie 2017 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 1 aprilie 2017. 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, dar 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) Conferință de presă (București și Timișoara).

În conformitate cu strategia propusă vor fi organizate în România un număr de minim 1, maxim 3 conferințe de presă. 1 conferință de presă va fi dedicată ediției de la Timișoara, pentru a marca debutul seriei de proiecții care vor avea loc la Timișoara până în 2021, anul în care orașului Timișoara i-a fost desemnat titlul de “Capitală Europeană a Culturii” /“European Capital of Culture”.

Ofertanții vor prezenta în ofertă conceptul, activitățile și serviciile (pachet minim: comunicat presă, liste de presă, solicitarea confirmării de participare, mapă presă, USB cu materiale foto, personal întâmpinare, personalizare spațiu, catering, aparatură proiecție DVD, ecran etc.) pe care le presupune implementarea conceptului și efectele preconizate ale fiecărei acțiuni în parte, precum și costurile estimate ale tuturor acțiunilor preconizate. Ofertanții vor prezenta și o listă minimă de instituții media vizate.

Listele de presă pentru fiecare oraș vor fi aprobate de autoritatea contractantă, care își rezervă dreptul de a solicita modificări.

Conținutul comunicatelor de presă va fi aprobat de autoritatea contractantă.

Dintre variantele de concept prezentate autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a alege oricare dintre oferte și de a solicita modificări.

13) Organizare de dezbateri / evenimente conexe (București și Timișoara).

În conformitate cu strategia propusă, vor fi organizate, în București și Timișoara, o serie de evenimente conexe Festivalului Filmului European. Pe lângă selecția de filme, oferită de ambasadele și institutele culturale, se va constitui o secțiune specială de filme selectate tematic. Aceste filme vor constitui pretextul punerii în dezbatere a mai multor subiecte de actualitate. De asemenea, în contextul preluării președinției Consiliului Uniunii Europene în 2019 de către România, cât și al evenimentelor prilejuite de acordarea titlului de “Capitală Europeană a Culturii” orașului Timișoara, în 2021, se urmărește crearea unui spațiu de dialog structurat, cu scopul de a ridica nivelul de înțelegere cât și de implicare, în evoluția politicilor publice europene din domeniul audiovizualului. Așadar, vor fi organizate un număr de minim 4 dezbateri / evenimente conexe proiecțiilor de film în cadrul cărora, invitați cu expertiză în subiectele abordate, vor expune o serie de prezentări și vor iniția un dialog cu publicul participant.

Ofertanții vor prezenta în ofertă conceptul și activitățile pe care le presupun implementarea conceptului, precum și costurile estimate ale organizării. Ofertanții vor prezenta și o listă minimă de invitați vizați pentru susținerea activităților.

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

3.2.a Evaluare

14) 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 atât articolele și menționările din presa scrisă, cât și cele din publicațiile sau de pe portalurile on-line și va fi pus la dispoziția autorității contractante nu mai târziu de 20 iunie 2017.

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 locale, spațiile propuse vor fi localizate central.

15) În București proiecțiile vor avea loc în 2 cinematografe din rețeaua cinematografelor “EUROPA Cinemas” (Cinema “Elvire Popesco”, Cinema Muzeul Țăranului “Studioul Horia Bernea”, proiecții în aer liber în curtea Muzeului Țăranului Român), precum și la sediile unor institute culturale, membre ale clusterului EUNIC România, prevăzute cu spații adecvate proiecțiilor de film (Centrul Cultural Ceh, Institutul Italian de Cultură “Vito Grasso”) și Spațiul Public European (din cadrul Reprezentanței Comisiei Europene din România).

București:

- Sala “Elvire Popesco” a Institutului Francez (indoor, capacitate aprox. 185 locuri, proiecție de pe DCP/Blu-Ray/DVD, perioada maximă 8 zile, în intervalul 4-11 mai 2017.
- Cinema Muzeul Țăranului “Studioul Horia Bernea” (indoor, capacitate aprox. 350 locuri, outdoor, capacitate aprox. 250 locuri, proiecție de pe Blu-Ray/DVD, perioada maximă 8 zile, în intervalul 4-11 mai 2017, inclusiv evenimentul de deschidere și închidere.

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

16) În cadrul edițiilor din țară se va avea în vedere alegerea unor cinematografe înscrise în rețeaua “EUROPA Cinemas”. Acolo unde nu va fi posibil se va urmări ca spațiile propuse să fie localizate central.

Iași (12-14 mai 2017):

- Casa de Cultura a Municipiului Iasi “Mihai Ursachi” (indoor, capacitate aprox. 150 locuri, proiecție de pe Blu Ray/DVD).

Gura Humorului (19-21 mai 2017) :

- Cinema “Casa de Cultură Gura Humorului” (indoor, capacitate 160 locuri - proiecție arrangement Blu Ray/DCP).

Țirgu Mures (19-21 mai 2017):

- Cinemateca “Arta” (indoor, capacitate 192 locuri – Sala Arta, 98 locuri – Sala Flora, proiecție format Blu Ray/DVD).

Timisoara (26 -28 mai 2017):

- Grădina de vară “Capitol” (indoor, capacitate 700 locuri, proiecție format Blu Ray/DVD).
- Sala de evenimente “Ambasada” (indoor, capacitate 200 locuri, proiecție format Blu Ray/DVD).

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 6 orașe) vor fi adaptate pentru locațiile specificate.

17) Proiecționist profesionist care va manipula aparatura de proiecție DCP / DVD / BluRay.

18) Aparatură de sonorizare (amplificare și microfoane) și lumini care să asigure buna desfășurare a evenimentelor de deschidere (București și cele 6 orașe) și de închidere (București).

19) aparatură proiecție DVD și sonorizare.

20) traducerea listei de titluri pentru max. 50 filme din max. 20 limbi în limba română

21) Aranjare și verificare subtitluri filme.

22) introducerea subtitluri pe DVD pentru min. 25, max. 35 filme

23) proiecție subtitluri – soluții tehnice și personal – pentru proiecțiile de pe Blu Ray/DVD fără subtitluri incluse. Coordonarea personalului tehnic.

24) gestionare (DCP/ Blu Ray/DVD-uri) în București – preluare de la ambasade/centre culturale, transport la locațiile din București – pentru a asigura disponibilitatea peliculelor la săli în timp util pentru teste și pregătirea proiecției. Predarea peliculelor / DVD-urilor către ambasade după ultima proiecție. Gestionare DVD-uri în țară.

25) asigurarea de personal la evenimentele de deschidere (București și cele 4 ediții locale) și închidere (București) pentru întâmpinarea invitaților.

26) gestionarea relației cu sălile pentru buna desfășurare a tuturor evenimentelor.

27) prezența de personal permanent la toate proiecțiile (București și cele 4 ediții locale) și evenimentele conexe din cadrul Festivalului, care să asigure buna desfășurare a acestora.

28) 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.

29) servicii catering pentru evenimentele de deschidere și închidere în București.

30) servicii de interpretariat pentru evenimentele de deschidere și închidere și conferințe de presă (după caz).

31) 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.

32) transport rutier de persoane (min. 5, max. 10 persoane, pe traseul București, pentru fiecare locație din țară, inclusiv membri ai echipei de organizare asigurate de ofertant). Se va ține cont de eventuale deplasări anterioare perioadei de desfășurare a festivalului, pentru pregătiri.

33) cazare în cele 4 orașe din țară pentru max. 10 persoane în fiecare locație (inclusiv 4 membri ai echipei de organizare asigurate de ofertant) și București pentru max. 40 persoane, hoteluri de

3/4 *** . Se va ține cont de eventuale deplasări anterioare perioadei de desfășurare a Festivalului, pentru pregătiri.

34) Amenajare locații pentru gale, ateliere, dezbateri și conferințe de presă – sonorizare, lumini, aparatură proiecție video etc.

35) 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.

36) 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.

37) 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 1-37, 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. ultima decadă a lunii februarie 2017

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

ii. ultima decadă a lunii februarie-aprilie 2017

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

iii. mai - iunie 2017

- organizare conferințe de presă, acțiuni PR;
- derulare proiecțiilor de filme în București și cele 4 orașe incluse în circuitul Festivalului, precum și organizarea dezbaterilor și evenimentelor conexe în București și Timișoara.
- predarea raportului de evaluare și a dosarului de presă.

Director Direcția Relații Internaționale:
Ortansa Ghindea

Întocmit,
Anca Hrab
Expert
Direcția Relații Internaționale
Departamentul EUNIC