

Solicitare de clarificari

Stimată autoritate contractantă,

I. Solicitare de clarificare privind nominalizarea publicațiilor, canalelor media și partenerilor media în cadrul ofertei

Având în vedere că, potrivit caietului de sarcini, prestatorul are obligația de a identifica, contacta, negocia și contracta publicațiile, canalele media, partenerii media, posturile TV/radio, rețelele de afișaj digital și alți colaboratori necesari implementării activităților, iar toate acestea sunt supuse aprobării prealabile a achizitorului, vă rugăm să clarificați următoarele:

1. Ofertantul are obligația de a nominaliza în oferta tehnică publicațiile, posturile TV, posturile radio, rețelele de afișaj digital și platformele media propuse?
2. În cazul în care acestea trebuie nominalizate, ofertantul trebuie să prezinte la momentul depunerii ofertei dovezi ferme de disponibilitate/ofertare/rezervare din partea respectivilor furnizori media?
3. În situația în care, după semnarea contractului, un canal/publicație/post radio/TV propus inițial nu mai este disponibil sau nu poate asigura difuzarea/publicarea în termenul solicitat, este permisă înlocuirea acestuia cu un canal echivalent ca relevanță, audiență, notorietate și profil editorial, cu aprobarea prealabilă a achizitorului?
4. Vă rugăm să precizați care sunt criteriile minime obiective avute în vedere pentru acceptarea unei publicații/canal media ca fiind „relevant”, „cu notorietate ridicată” sau „cu audiență internațională relevantă”: trafic lunar, audiență certificată, acoperire geografică, profil editorial, vechime, date BRAT/SATI/Audiență, rapoarte interne, media kit sau alte documente echivalente.

Această clarificare este necesară pentru fundamentarea realistă a ofertei tehnice și financiare, întrucât costurile de publicare, difuzare, media buying, afișaj digital, radio, TV și promovare online trebuie incluse integral în prețul oferat.

II. Solicitare de clarificare privind termenul de implementare și fezabilitatea calendarului contractual

Având în vedere prevederile Caietului de sarcini pentru achiziția de servicii de promovare în mass-media a cercetării, vă rugăm să clarificați modul de aplicare a termenelor menționate în documentație, respectiv:

- termenul de implementare a activităților de promovare indicat ca fiind **19.06.2026**;
- durata contractului, menționată ca fiind cuprinsă între data semnării contractului de către ambele părți și data de **30.06.2026**.

Solicitarea noastră este formulată în raport cu volumul minim de activități prevăzut în caietul de sarcini, care include, printre altele: elaborarea strategiei integrate, realizarea manualului de identitate vizuală și comunicare, minimum 5 campanii integrate de promovare media și publicitate digitală, minimum 1.000.000 afișări online, minimum 200.000 utilizatori unici atinși, minimum 300.000 expuneri estimate prin canale offline/broadcast/afișaj digital, campanie de afișaj digital în minimum 15 locații simultane timp de minimum 14 zile calendaristice consecutive, campanie radio regională timp de minimum 14 zile calendaristice consecutive, apariții TV/radio, interviuri și minimum 36 articole/materiale editoriale publicate în mass-media din România și din străinătate.

Totodată, caietul de sarcini prevede că niciun material, canal media, publicație, locație de afișaj digital sau formă de prezentare nu poate fi publicată, difuzată sau distribuită fără aprobarea prealabilă, explicită și în scris a achizitorului.

În acest context, vă rugăm să precizați:

1. Dacă data de **19.06.2026** reprezintă termenul final pentru implementarea efectivă a tuturor activităților prevăzute în caietul de sarcini sau doar un termen intermediar/orientativ pentru anumite activități.
2. Dacă data de **30.06.2026** reprezintă termenul final până la care pot fi realizate toate activitățile, inclusiv publicarea, difuzarea, derularea campaniilor, raportarea și recepția.
3. Dacă perioadele minime de **14 zile calendaristice consecutive** pentru campania de afișaj digital și pentru campania radio trebuie să fie integral derulate înainte de 19.06.2026 sau pot fi derulate până la 30.06.2026.
4. Dacă termenul de implementare va curge de la data semnării contractului de către ambele părți sau de la o altă dată stabilită de autoritatea contractantă.
5. Dacă termenele de aprobare ale achizitorului pentru materiale, publicații, canale media, machete, spoturi radio, apariții TV/radio și locații de afișaj digital vor suspenda sau prelungi corespunzător termenul de implementare, având în vedere că prestatorul nu poate publica/difuză/distribui niciun material fără aprobare prealabilă scrisă.
6. Dacă autoritatea contractantă are în vedere ajustarea termenului de implementare, astfel încât operatorii economici să poată formula oferte tehnice și financiare realiste, conforme și sustenabile, fără afectarea calității editoriale, a relevanței canalelor media și a îndeplinirii indicatorilor solicitați.

Considerăm că această clarificare este necesară pentru fundamentarea corectă a ofertei tehnice și financiare, în special în ceea ce privește planificarea resurselor, contractarea partenerilor media, rezervarea spațiilor de difuzare, realizarea conținutului editorial, transmiterea materialelor spre aprobare, implementare efectivă și raportare.

Va mulțumim și așteptăm răspunsul dvs,

Lacatusu Florina Carmen

Flarom Advertising

