



7A/3646/06.08.2025

CAIET DE SARCINI

având ca obiect

PROIECTUL PILOT

**„CAMPANIE NAȚIONALĂ DE CREȘTERE A SIGURANȚEI RUTIERE PRIN
INFORMAREA ȘI EDUCAREA ELEVILOR DIN JUDEȚELE TRANZITATE DE DN 1 ȘI
DN 2 PE SECTOARELE AFLATE ÎN ADMINISTRAREA CNAIR”**

Cuprins

1. INTRODUCERE	3
1.2. ȚARA BENEFICIARĂ	3
1.2. AUTORITATEA CONTRACTANTĂ	3
2. CONTEXTUL REALIZĂRII ACESTEI ACHIZIȚII DE SERVICII	4
2.1. INFORMAȚII DESPRE AUTORITATEA CONTRACTANTĂ	4
2.2. INFORMAȚII DESPRE CONTEXTUL CARE A DETERMINAT ACHIZIȚIONAREA SERVICIILOR	4
2.3. INFORMAȚII DESPRE BENEFICIILE ANTICIPATE DE CĂTRE AUTORITATEA CONTRACTANTĂ	5
2.4. ALTE INIȚIATIVE/ PROIECTE/ PROGRAME ASOCIATE CU ACEASTĂ ACHIZIȚIE DE SERVICII	5
2.5. CADRUL GENERAL AL SECTORULUI ÎN CARE AUTORITATEA CONTRACTANTĂ ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITATEA	5
2.6. FACTORI INTERESAȚI ȘI ROLUL ACESTORA	6
3. DESCRIEREA SERVICIILOR SOLICITATE	6
3.1. DESCRIEREA SITUAȚIEI ACTUALE LA NIVELUL AUTORITĂȚII CONTRACTANTE	7
3.2. OBIECTIVUL GENERAL LA CARE CONTRIBUIE REALIZAREA SERVICIILOR	7
3.3. OBIECTIVUL SPECIFIC LA CARE CONTRIBUIE REALIZAREA SERVICIILOR	7
3.4. SERVICIILE SOLICITATE: ACTIVITĂȚILE CE VOR FI REALIZATE	8
3.5. REZULTATELE CARE TREBUIE OBTINUTE ÎN URMA PRESTĂRII SERVICIILOR	17
3.6. ATRIBUȚIILE ȘI RESPONSABILITĂȚILE PĂRȚILOR	18
4. RISCURI	18
5. ABORDARE ȘI METODOLOGIE ÎN CADRUL CONTRACTULUI	19
6. PLAN DE LUCRU PENTRU ACTIVITĂȚILE/SERVICIILE SOLICITATE	19
7. LOCUL ȘI DURATA DESFĂȘURĂRII ACTIVITĂȚILOR	19
7.1. LOCUL DESFĂȘURĂRII A ACTIVITĂȚILOR	19
7.2. DATA DE ÎNCEPUT ȘI DATA DE ÎNCHEIERE A PRESTĂRII SERVICIILOR SAU DURATA PRESTĂRII SERVICIILOR	19
8. RESURSELE NECESARE/ EXPERTIZA NECESARĂ PENTRU REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR ÎN CONTRACT ȘI OBTINEREA REZULTATELOR	19
8.1. NUMĂRUL DE EXPERȚI PE CATEGORIE DE EXPERTIZĂ NECESARĂ	19
8.2. NUMĂRUL DE ZILE/EXPERT PE CATEGORIE	20
8.3. PROFILUL EXPERTILOR PRINCIPALI	20
8.4. EXPERTI SECUNDARI (EXPERTI NON-CHEIE)	22
8.6. ALTE CERINȚE LEGATE DE PERSONALUL DIRECT IMPLICAT ÎN PRESTAREA SERVICIILOR	22
8.7. INFRASTRUCTURA CONTRACTANTULUI NECESARĂ PENTRU DESFĂȘURAREA ACTIVITĂȚILOR CONTRACTULUI	22
8.8. INFRASTRUCTURA ȘI RESURSELE DISPONIBILE LA NIVEL DE AUTORITATE CONTRACTANTĂ PENTRU ÎNDEPLINIREA CONTRACTULUI	22
9. CADRUL LEGAL CARE GUVERNEAZĂ RELAȚIA DINTRE AUTORITATEA CONTRACTANTĂ ȘI CONTRACTANT (INCLUSIV ÎN DOMENIILE MEDIULUI, SOCIAL ȘI AL RELAȚIILOR DE MUNCĂ)	22
10. MANAGEMENTUL/GESTIONAREA CONTRACTULUI ȘI ACTIVITĂȚI DE RAPORTARE ÎN CADRUL CONTRACTULUI	23
11. BUGETUL CONTRACTULUI ȘI EFECTUAREA PLĂȚILOR ÎN CADRUL CONTRACTULUI	23
12. METODOLOGIA DE EVALUARE A OFERTELOR PREZENTATE	24
13. INFORMAȚII SUPLIMENTARE/ADMINISTRATIVE	25
14. ANEXE	25
15. DREPTURI DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ	25

Definiții și termeni:

Kit – set de materiale de informare privind siguranța circulației

Kit școli/ licee/ conferințe – set cu materiale de lucru educaționale constând în broșuri, planșe de lucru, poster, broșuri, stick USB, pix, poster ce se vor distribui în școli, licee și la conferințe

Kit festivitate – set cu materiale informative (poster, broșură, stick, pix, vestă reflectorizantă, lanternă) ce vor fi distribuite la festivitatea de premiere la concursul de preselecție a elevilor care vor participa la realizarea clipurilor video precum și la premiarea (organizată în cadrul workshop-urilor) factorilor de decizie/ vectorilor de imagine/ elevi din cadrul școlilor și liceelor/etc.

Workshop – atelier de învățare, implementare informații privind siguranța circulației, folosind ca suport educațional materialele conținute în kit

Clip video - un scurtmetraj cu caracter artistic sau publicitar, turnat în sistem video cu personalități sau formatori de opinie ce pot forma opinii favorabile bunelor practici în materie de siguranța circulației

Spot – scurt anunț la radio/ TV privind siguranța circulației, ce vor fi distribuite în mediul online, pe canalele de televiziune și radio

Vector imagine – purtător, transmitător de mesaj. Persoană influentă din media ce este considerată relevantă pentru transmiterea mesajelor de impact în mediul online și offline

Vlogger – persoană care deține un vlog, care poate avea influență în mediul online (mai ales în rândul tinerilor care sunt mari consumatori de informații procurate din mediul online)

Vlog - este o formă de blog în care mediul multimedia este constituit de video. Video blogul este o formă de televiziune web. Înregistrările de vlog-uri combină video încorporat sau un link video cu textul de sprijin, imagini și alte metadate. Înscrierile pot fi făcute ca o singură unitate sau compuse din mai multe părți. Video blogging-ul este foarte popular pe YouTube

Youtuber – cunoscut și ca o personalitate YouTube sau creator de conținut pe YouTube, este un tip de celebritate pe internet și videograf care a câștigat popularitate din videoclipurile sale de pe site-ul de distribuire video pe YouTube.

Abonat la rețele din mediul online – persoană care urmărește, vizionează, citește conținutul media și care are posibilitatea de a primi notificări din partea respectivei personalități care creează conținut. De asemenea formează împreună cu alți abonați comunitatea canalului producător de conținut media (interacționează cu alți urmăritori, comentează, distribuie conținutul)

Like / Dislike – numărul de aprecieri sau deprecieri folosite în mediul online pentru conținutul distribuit (în acest caz privind conținutul materialelor video ce vor fi distribuite pe canalele mediului online)

Promovare out-door – promovare în mediul exterior prin realizarea de panouri publicitare ce vor fi amplasate pe DN -uri

Voice-over - este o tehnică de producție în care o voce - care nu face parte din narațiune este utilizată într-o producție radio, de televiziune, filmare, teatru sau alte prezentări. Voice-off-ul este citit dintr-un scenariu și poate fi rostit de cineva care apare în altă parte a producției sau de un talent vocal specializat.

Jingle - Ilustrație muzicală publicitară, melodie cu sonorități atragătoare, scurtă și ușor de reținut, difuzată ca parte integrantă a unui video-clip publicitar TV, unui film publicitar de cinema sau unui spot publicitar radio. Este ușor memorizabilă, transpune într-o formă muzicală numele mărcii, sloganul, o promisiune sau un beneficiu oferit de marca etc.

Zile – Reprezintă zilele calendaristice

1. INTRODUCERE

1.2. Țara beneficiară

Romania

1.2. Autoritatea contractantă

Compania Națională de Administrare a Infrastructurii Rutiere S.A.

2. CONTEXTUL REALIZĂRII ACESTEI ACHIZIȚII DE SERVICII

2.1. Informații despre Autoritatea Contractantă

„CNAIR SA – companie de ordin strategic, fiind parte activa în dezvoltarea economico-socială a țării, care participă la consolidarea unui sistem național de transport echilibrat și modern, adaptată cerințelor unui management performant.”

Direcțiile strategice care determină punerea în aplicare a acestei viziuni, respectiv atingerea obiectivelor CNAIR SA, sunt sintetizate în cadrul a patru capitole:

I. CNAIR - Administratorul infrastructurii rutiere.

II. Dezvoltarea infrastructurii rutiere.

III. Obiective generale:

- dezvoltarea unitară a rețelei de drumuri publice în concordanță cu cerințele economiei naționale, de apărare și de control;
- proiectarea, construirea, modernizarea și reabilitarea drumurilor de interes național;
- administrarea și întreținerea drumurilor de interes național, în scopul desfășurării traficului rutier în condiții de siguranță a circulației;
- stabilirea și încasarea obligațiilor utilizatorilor pentru folosirea rețelei de drumuri de interes național.

IV. Direcții strategice ale CNAIR SA pentru administrarea și dezvoltarea infrastructurii rutiere.

Deși România a aderat la Uniunea Europeană în 2007 și a preluat obiectivul de reducere cu 50% a numărului de victime ale accidentelor de circulație până în 2010, numărul acestora a scăzut, acest obiectiv nu a putut fi atins pe fondul creșterii constante a parcului auto și a mobilității acestuia, în condițiile unei infrastructuri rutiere a cărei dezvoltare nu se realizează în același ritm.

Astfel CNAIR SA și-a propus ca obiectiv al anului 2021 demararea cel puțin a unei campanii de siguranță rutieră privind sensibilizarea participanților la trafic în ceea ce privește respectarea regulilor de circulație, urmând să continue astfel de acțiuni și în următorii ani.

2.2. Informații despre contextul care a determinat achiziționarea serviciilor

Având în vedere că România se înscrie în zona riscului crescător al accidentelor rutiere, și că mai multe instituții ale statului, precum și alte organizații și companii private și-au asumat obiectivul de gestionare inteligentă a riscului rutier pentru asigurarea unui climat de siguranță în trafic, pornind de la determinarea precisă a costurilor sociale și economice la nivel național ca urmare a accidentelor rutiere grave și a celor soldate cu decese, a fost necesar ca CNAIR SA ca instituție care participă la consolidarea unui sistem național de transport echilibrat și modern, să fie parte implicată activ pentru atingerea acestui deziderat.

Conform ultimelor statistici realizat de Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității și Direcția Rutieră, 5 români mor zilnic în urma accidentelor rutiere. Principalele cauze fiind:

- Viteza neadaptată la condițiile de drum
- Traversarea nereglementară a pietonilor
- Neacordarea de prioritate pietonilor

Alte statistici relevante:

- Cele mai multe accidente au loc pe raza localităților urbane
- Accidentele produse în afara localităților au cel mai ridicat indice de mortalitate
- Principalele cauze ale accidentelor grave produse în afara localităților sunt pierderea atenției și neadaptarea la condițiile de drum

- Indicele de responsabilitate ce reflectă implicarea cu vinovăție la producerea unui accident rutier arată că participanții la trafic care manifestă cel mai puțin responsabil comportament sunt bicicliștii și motocicliștii
- Riscul de deces s-ar reduce la jumătate în cazul purtării centurii de siguranță

Realizarea unei campanii de siguranță rutieră este impusă de necesitatea conștientizării și educării tinerilor și în general tuturor participanților la trafic cu privire la cunoașterea și respectarea regulilor de circulație pentru prevenirea accidentelor rutiere soldate cu persoane decedate sau rănite. Această campanie este nevoie a se realiza în scopul gestionării inteligente a riscului rutier pentru asigurarea unui climat de siguranță în trafic.

În vederea informării și educării elevilor în special și a participanților la trafic în general, precum și cu scopul prevenirii accidentelor rutiere ce au cauză principală factorul uman și a obiectivului impus de Uniunea Europeană de reducere cu 50 % a numărului victimelor din accidentele rutiere, se impune realizarea unei campanii de siguranță rutieră pentru tineri și elevi, ceea ce este o acțiune educativă în rândul tinerei generații cât și a șoferilor în general, cu precădere pe DN 1, deoarece este unul dintre cele mai utilizate drumuri din România, cu o lungime totală de 672 km, acest drum național leagând Capitala de Europa Centrală, străbătând 7 județe și 25 de orașe și pe DN 2 E 85 care este unul dintre cele mai tranzitate drumuri din România pe care se produc numeroase accidente rutiere soldate cu victime și se prezintă numeroase probleme de fluiditate a traficului. Cu o lungime de 485 km, DN 2 leagă Capitala de frontiera cu Ucraina prin punctul vamal Siret, străbătând 8 județe.

2.3. Informații despre beneficiile anticipate de către Autoritatea Contractantă

Derularea unui program de educație rutieră la nivel național, care să cuprindă județele străbătute de DN 1 și DN 2, va conduce la educarea populației către această direcție și la reducerea considerabilă a numărului de accidente rutiere soldate cu persoane decedate.

Autoritatea Contractantă estimează următoarele beneficii, în urma implementării acestui Proiect Pilot:

- Creșterea nivelului de cunoștințe privind educația rutieră în rândul elevilor și liceenilor
- Creșterea gradului de implicare și conștientizare a părinților și a cadrelor didactice în aplicarea noțiunilor privind educația pentru siguranță rutieră
- Creșterea gradului de implicare a autorităților și instituțiilor publice în aplicarea noțiunilor privind educația pentru siguranță
- Creșterea gradului de implicare și conștientizare și a unor actori privați în astfel de inițiative

2.4. Alte inițiative/ proiecte/ programe asociate cu această achiziție de servicii

Nu este cazul

2.5. Cadrul general al sectorului în care autoritatea contractantă își desfășoară activitatea

Această inițiativă se încadrează în acest cadrul național relevant:

- **STRATEGIA NAȚIONALĂ PENTRU SIGURANȚĂ RUTIERĂ 2021 – 2030, aprobată prin HOTĂRÂRE de Guvern nr. 682 din 25.05.2022, care prezintă următoarele aspecte:**

“5.2. Utilizarea drumurilor în condiții de siguranță

Această direcție reunește două mari priorități, și anume: factorul uman și sistemele automate.

În ceea ce privește factorul uman, acțiunile cuprinse în prezenta strategie vizează educația rutieră desfășurată la nivelul unităților de învățământ și reconsiderarea condițiilor de acces la profesie și/sau ocupații, precum și de menținere în funcție - specifice entităților supuse autorizării din partea ministerului transporturilor și infrastructurii și respectiv a persoanelor care exercită ocupații cu responsabilități în domeniul siguranței rutiere.”

- **Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia și Programul prioritar pentru siguranță rutieră 2022 – 2024**

Obiective strategice:

„Derularea de campanii de conștientizare privind riscul rutier la nivel național

Modelarea comportamentului uman în trafic

Desfășurarea sistematică a acțiunilor preventiv-reactive, în sistem integrat, în baza analizei situației operative, din perspectiva factorilor de risc privind utilizarea drumurilor în siguranță, precum și pe raza județelor care prezintă un risc rutier crescut, cu sprijinul județelor limitrofe

Difuzare mesaje prin intermediul panourilor publicitare/infrastructurii lizibile amplasate pe autostrăzi și drumuri naționale

Creșterea nivelului de educație pentru siguranță rutieră în rândul preșcolarilor și elevilor din sistemul de învățământ preuniversitar”

2.6. Factori interesați și rolul acestora

Pe perioada desfășurării Contractului pentru serviciile de informare și educare principalii factori implicați sunt beneficiarii direcți ai proiectului și anume:

- Elevi și licenți
- Cadre didactice
- Părinți
- Șoferi
- Toate tipurile de participanți la trafic
- Administrațiile locale
- Autorități publice centrale și locale

De asemenea menționăm și alți factori interesați relevanți prin raportare la serviciile solicitate:

În vederea realizării activităților de workshop, a conferințelor și a materialelor video, va fi necesară colaborarea cu Inspectoratul General al poliției Române, cu Inspectoratul General Pentru Situații de Urgență, instituții impozante ce au rolul de a oferi educație în rândul tinerilor și care cu siguranță vor fi interesați să ajute și la educația rutieră a participanților la trafic, fie ei conducători auto, motocicliști sau pietoni.

Educația rutieră înseamnă formarea cetățeanului pentru respectarea normelor de circulație și adoptarea unui comportament civilizat în trafic, pentru prevenirea evenimentelor nedorite. Prezența acestor instituții va fi un argument în plus pentru desfășurarea cu succes a tuturor etapelor propuse.

Un alt segment de factori interesați și relevanți în desfășurarea proiectului, îl reprezintă vectorii de imagine, care au rolul de a fi formatori de opinie pozitivă și care alăturându-se ca figuri recunoscutibile în promovarea acțiunilor de siguranță rutieră, cu siguranță vor câștiga un plus de imagine. Având posibilitatea de a crea o campanie memorabilă, datorită calității remarcabile de a atrage atenția, persoanele publice și vectorii de imagine din mediul on-line și off-line vor avea rolul de a transmite și influența opiniile participanților la trafic.

3. DESCRIEREA SERVICIILOR SOLICITATE

Denumirea contractului:

Servicii de informare și educare în vederea implementării proiectului pilot „Campanie Națională de creștere a siguranței rutiere prin informarea și educarea elevilor din județele tranzitate de DN 1 și DN 2, pe sectoarele aflate în administrarea CNAIR” pentru creșterea siguranței rutiere pe drumurile din administrarea CNAIR.

Prezentul Caiet de sarcini conține indicații privind regulile de bază care trebuie respectate astfel încât potențialii ofertanți să elaboreze propunerea pentru desfășurarea programului național de educație pentru siguranța rutieră corespunzător cu necesitățile Autorității Contractante.

Cerințele impuse prin prezentul Caiet de Sarcini sunt considerate ca minimale. În acest sens orice ofertă de bază prezentată, care se abate de la prevederile Caietului de Sarcini, va fi luată în considerare, dar numai în măsura în care propunerea pentru Campania națională de creștere a siguranței rutiere presupune asigurarea unui nivel calitativ superior cerințelor minimale din Caietul de Sarcini.

Prezentul caiet de sarcini se referă la achiziția unor servicii de publicitate și informare pentru derularea unei campanii de siguranță rutieră în scopul conștientizării și respectării regulilor de circulație pentru a diminua numărul accidentelor rutiere.

Autoritatea Contractantă, respectiv C.N.A.I.R. S.A. va realiza o campanie de siguranță rutieră la nivel național, care se adresează cu precădere elevilor, prin care aceștia vor asimila cunoștințe privind siguranța rutieră cât și creșterea gradului de conștientizare și implicare a tuturor participanților la trafic.

Implementarea proiectului pilot se dorește să se realizeze în unitățile de învățământ din localitățile ce tranzitează DN 1 și DN 2, care sunt drumuri naționale importante cu valori mari de trafic și se poate considera un prim pas de referință în această direcție.

3.1. Descrierea situației actuale la nivelul Autorității Contractante

În prezent CNAIR SA este implicată activ în proiecte internaționale ce au rolul de a oferi sprijin și instruire cu privire la măsurile ce trebuie întreprinse pentru a atinge dezideratul Uniunii Europene de a micșora numărul accidentelor rutiere și a victimelor.

Studiile de caz prezentate din țările UE și la nivel internațional servesc drept o demonstrație practică a implementării strategiilor de siguranță rutieră cu scopul de a îmbunătăți nivelul de siguranță al utilizatorilor drumurilor și în special al copiilor.

Educația este considerată o parte esențială a abordării integrate a siguranței traficului. Deși este important să privim educația rutieră ca pe un proces de învățare pe tot parcursul vieții, acest raport se concentrează pe modul în care se oferă o astfel de educație în țările din Europa. În multe țări cu rezultate notabile în domeniul siguranței rutiere precum Suedia, Olanda, această sarcină de educare privind siguranța rutieră în rândul elevilor și tinerilor, este atribuită autorităților de transport și infrastructură rutieră.

CNAIR SA consideră imperios necesar ca pe lângă măsurile tehnice de îmbunătățire a siguranței rutiere adoptate, să acorde prioritate și educației privind siguranța traficului ajutând astfel la prevenirea accidentelor rutiere.

3.2. Obiectivul general la care contribuie realizarea serviciilor

Programul proiectului pilot își propune realizarea informării și educării elevilor în special și a participanților la trafic în general, cu scopul de a preveni accidente rutiere ce au cauză principală factorul uman și atingerea obiectivului impus de Uniunea Europeană de a reduce cu 50 % a numărului victimelor din accidente rutiere.

Obiectivul general al proiectului este acela de a dezvolta modele de bune practici în domeniul educației și are în vedere dezvoltarea unui sistem de instruire și informare în educația pentru siguranță rutieră.

3.3. Obiectivul specific la care contribuie realizarea serviciilor

Consolidarea activităților de educare și formare a participanților la trafic implicate în siguranța rutieră este o prioritate pentru Autoritatea Publică de Transport cu precădere pentru educația și formarea continuă, un accent deosebit punându-se pe formarea copiilor, tinerilor și a conducătorilor auto începători.

Considerăm că acest proiect pilot ce se va desfășura pe DN 1 și pe DN 2 aflate în administrarea CNAIR, va conduce la îmbunătățirea siguranței circulației și la diminuarea numărului de accidente soldate cu victime, mai ales că se vor folosi metode moderne, actualizate anului 2021, extrem de specifice consumului media. Țintele directe ale campaniei sunt tinerii de gimnaziu și de liceu, aceștia fiind mari consumatori de conținut online și utilizatori frecvenți ai DN, datorită vizitării stațiunilor montane și renumitelor obiective turistice din Moldova.

Se dorește atingerea următoarelor obiective specifice:

- Informarea elevilor (gimnaziu și liceu) asupra drepturilor și obligațiilor pe care le au ca participanți la traficul rutier pentru cunoașterea și aplicarea corectă a regulilor de circulație în vederea scăderii numărului de accidente rutiere;

- Educarea comportamentului în trafic a tuturor tipurilor de participanți la trafic;
- Identificarea riscurilor asociate traficului rutier și informarea participanților la trafic cu privire la riscurile la care se expun prin încălcarea regulilor de circulație atât în calitate de viitori șoferi cât și ca pietoni;

- Conștientizarea de către administrațiile locale și a participanților la trafic cu privire la rolul și importanța educației rutiere de la o vârstă timpurie;
- Fixarea unor cunoștințe elementare privind categoria vulnerabilă de utilizatori și anume pietonii;
- Creșterea gradului de implicare a autorităților competente și a altor organe cu impact major în promovarea practicilor din domeniul siguranței rutiere;
- Conștientizarea în rândul părinților și a cadrelor didactice a importanței cunoașterii regulilor de circulație de către cei tineri și consecințele nerespectării acestora;
- Educarea tinerilor privind conduita preventivă în trafic.

3.4. Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate

Serviciile pe care Contractantul le va realiza, vor fi în conformitate cu prezentul caiet de sarcini și cu respectarea legislației în vigoare.

Ofertantul va propune un concept al campaniei de promovare, un mesaj și un slogan pentru întregul proiect. Elementele definitorii ale conceptului campaniei (mesajul, sloganul, identitatea vizuală) se vor regăsi/adapta în/la toate materialele aferente campaniei. Prin urmare, la realizarea conceptului, se va ține seama de materialele prin intermediul cărora se operaționalizează campania de promovare. Pe baza acestui concept, se vor realiza toate materialele de promovare.

Conceptul creativ al campaniei de informare trebuie să fie original, accesibil și atractiv pentru publicul țintă și să conțină elemente de inovație. Se vor exclude concepte și slogane realizate pentru alte entități (publice sau private) sau asemănătoare unor campanii derulate anterior. Conceptul de comunicare va îndeplini următoarele criterii generale:

- impact general de comunicare.
- unicitate și memorabilitate;
- imaginile și elementele vizuale să fie corelate clar cu mesajele și textul și să se completeze reciproc;
- abordare emoțională, pozitivă, ton optimist;
- accesibilitate: mesajul și informațiile transmise să fie clare, simple și la obiect.

Autoritatea contractantă a avut în vedere resursa umană necesară iar cuantificarea financiară a acestora este inclusă în fiecare activitate în parte ce urmează a fi desfășurat.

Cerințe specifice privind desfășurarea activităților:

Activitatea 1- KIT-uri de educație rutieră pentru campania de informare în școli:

Contractantul va elabora seturi cu materiale de lucru educaționale intitulate KIT-uri, constând în broșuri, planșe de lucru pentru elevi, poster, broșuri pentru cadrele didactice și pentru elevi, stick USB și pix.

Aceste materiale vor fi realizate cu o grafică și limbaj accesibil pentru publicul țintă și vor conține explicații privind regulile de circulație rutieră și modul în care pot fi implementate pentru a ne proteja viața.

Materialele vor fi adaptate nivelului de vârstă, astfel la ciclul primar se vor realiza materiale distractive și adaptate metodelor non – formale. La nivel liceal, având în vedere rata mare a elevilor care vor obține permis de conducere, materialele informative vor fi de înțelegere a responsabilității ce urmează să și-o asume ca șoferi dar și ca simplii participanți la trafic.

Detalii tehnice de realizare materiale educative:

Kit-ul ce va fi distribuit în școli (conținut / bucată):

1. Broșură A5 pentru copii, având 24 pag + 4 pagini coperte, grafică asemănătoare unui pașaport de siguranță, policromie față/verso, prindere capsare, intitulată "Pașaport de siguranță". În această broșură vor fi prezentate regulile de bază pentru circulația rutieră ca pieton. La sfârșitul sesiunilor de workshop susținute în unitățile de învățământ, se vor primi ștampile de absolvire pe această broșură.

2. Planșe de lucru tematice A5, hârtie min. 150 g/mp, policromie. Aceste planșe vor cuprinde exerciții interactive cu tema siguranței rutiere și vor fi executate în număr de 5 bucăți cu tematică diferită.
3. Poster cu unul din vectorii de promovare – A3 – policromie, hârtie min. 150g/mp, plastifiere mată.
4. Broșură A5 pentru cadrele didactice / părinți , având 16 pagini + 4 pagini coperte, policromie, față verso. Această broșură va conține recomandări pedagogice atât pentru cadrele didactice, cât și pentru părinți (fiind cei care pot influența direct și constant comportamentul participanților la trafic), privind educația rutieră cu metode de jocuri și reguli pentru responsabilizare și implicare pentru o viață în siguranță.
5. Stick de minim 8 GB tip card bancar, cu 2 fețe, inscripționat full color, pe o față cu logo-ul campaniei, pe cealaltă față cu denumirea și semnele distincte ale Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere. Acesta va conține un powerpoint cu lecții / instrucțiuni clare privind regulile de siguranță rutieră.
6. Pix personalizat și inscripționat cu denumirea și logo-ul campaniei și cu sigla Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere.

Kit-ul ce va fi distribuit în licee (conținut / bucată):

1. Broșură A5 pentru liceeni, având 24 pag + 4 pagini coperte, grafică asemănătoare unui pașaport de siguranță, policromie față/verso, prindere capsare, intitulată "Pașaport de siguranță". În această broșură vor fi prezentate regulile de bază pentru circulația rutieră ca pieton. La sfârșitul sesiunilor de workshop susținute în unitățile de învățământ, se vor primi ștampile de absolvire a etapei respective de siguranță pe această broșură.
2. Planșe de lucru tematice A5, hârtie min. 150 g/mp, policromie. Aceste planșe vor cuprinde exerciții interactive cu tema siguranței rutiere.
3. Poster cu unul din vectorii de promovare – A3 – policromie, hârtie min. 150g/mp, plastifiere mată.
4. Broșură A5 pentru cadrele didactice / părinți, având 16 pagini + 4 pagini coperte, policromie, față verso. Această broșură va conține recomandări pedagogice atât pentru cadrele didactice, cât și pentru părinți (fiind cei care pot influența direct și constant comportamentul participanților la trafic), privind educația rutieră cu metode de jocuri și reguli pentru responsabilizare și implicare pentru o viață în siguranță.
5. Stick de minim 8 GB tip card bancar, 2 fețe, inscripționat color, pe o față cu logo-ul campaniei, pe cealaltă față cu denumirea și semnele distincte ale Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere. Acesta va conține un powerpoint cu lecții / instrucțiuni clare privind regulile de siguranță rutieră.
6. Pix personalizat și inscripționat cu denumirea și logo-ul campaniei și cu sigla Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere.
7. Broșură A5 pentru liceeni, având 12 pagini + 4 pagini coperte, policromie, față verso. Această broșură va conține recomandări pentru tinerii șoferi, principalele cauze generatoare de accidente, recomandări rutiere pentru tinerii participanți la trafic și câteva noțiuni de prim ajutor.

Kit-ul de festivitate (conținut / bucată):

1. Poster cu unul din vectorii de promovare – A3 – policromie, hârtie min. 150g/mp, plastifiere mată.
2. Broșură A5 având 12 pagini + 4 pagini coperte, policromie, față verso. Această broșură va conține recomandări pentru tinerii șoferi, principalele cauze generatoare de accidente, recomandări rutiere pentru tinerii participanți la trafic și câteva noțiuni de prim ajutor.
3. Stick de minim 8 GB tip card bancar, 2 fețe, inscripționat color, pe o față cu logo-ul campaniei, pe cealaltă față cu denumirea și semnele distincte ale Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere. Acesta va conține un powerpoint cu lecții / instrucțiuni clare privind regulile de siguranță rutieră.
4. Pix personalizat și inscripționat cu denumirea și logo-ul campaniei și cu sigla Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere.

5. Vestă reflectorizantă;
6. Lanternă frontală
7. Alte obiecte promoționale reflectorizante referitoare la siguranța rutieră

Kit-ul pentru conferințe (conținut / bucată):

1. Agendă personalizată cu denumirea și logo-ul campaniei și cu sigla Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere.
2. Stick de minim 8 GB tip card bancar, 2 fețe, inscripționat color, pe o față cu logo-ul campaniei, pe cealaltă față cu denumirea și semnele distincte ale Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere. Acesta va conține un powerpoint cu prezentarea campaniei și a obiectivelor acesteia.
3. Pix personalizat și inscripționat cu denumirea și logo-ul campaniei și cu sigla Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere.
4. Broșură A5, minim 12 pagini + 4 pagini coperte, polichromie, față verso. Această broșură va conține contextul și necesitatea demarării proiectului, obiectivele principale ale proiectului privind educația rutieră pentru responsabilizare și implicare pentru o viață în siguranță și câteva noțiuni de prim ajutor.

Contractantul are următoarele obligații:

- Conceperea/ realizarea materialelor educaționale (KIT-urile prezentate pe larg mai sus)
- Toate materialele promoționale utilizate în cadrul kit-urilor trebuie să conțină în mod obligatoriu sigla Beneficiarului, precum și mențiunea privind sursa de finanțare: „Proiect finanțat prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR)”.
- Transmiterea machetei materialelor către Beneficiar pentru a obține acordul acestuia pentru tipărire – **În termen de maxim 21 zile de la data semnării Contractului. Acordul beneficiarului va fi transmis în termen de 7 zile.**
- Transmiterea powerpoint-ului cu lecții / instrucțiuni clare privind regulile de siguranță rutieră pentru a obține acordul Beneficiarului pentru încărcarea pe stick-uri – **În termen de maxim 21 zile de la data semnării Contractului. Acordul beneficiarului va fi transmis în termen de 7 zile.**
- Realizarea efectivă a tuturor materialelor ce vor constitui setul educational după ce se primește bunul de tipar din partea Beneficiarului – **În termenul specificat în cadrul comenzii emise de Beneficiar.**
- Predarea materialelor se va face în baza proceselor verbale de predare – primire, semnat de către reprezentanții Beneficiarului – **În termenul specificat în cadrul comenzii emise de Beneficiar.**
- Distribuirea materialelor în unitățile școlare ce vor fi selectate cu aprobarea Beneficiarului și cu sprijinul unităților de învățământ, în zilele desfășurării workshop-urilor în acestea.
- Distribuirea în unitățile școlare se va face prin grija Contractantului în prezența unui reprezentant din partea Beneficiarului iar produsele (marfa) recepționate anterior vor fi puse la dispoziție de către Beneficiar pentru distribuire.

Cantitatea aferentă KIT-urilor se regăsește în Anexa nr. 1 din formularul nr.7 – Centralizator din documentația de atribuire.

Activitatea 2: Workshop-uri pentru implementare în școli și licee

Pentru organizarea workshop-urilor în cadrul instituțiilor școlare selectate, se va stabili un calendar de desfășurare al activităților, se vor stabili fluxurile de comunicare pe toate palierele parteneriale. Pentru îndeplinirea acestei acțiuni, va exista o întâlnire de start între Beneficiar și Contractant.

Vor exista sesiuni de implementare și conștientizare realizate în mod interactiv cu elevii claselor gimnaziale și ai claselor liceale. Toate materialele distribuite în școli se vor folosi ca suport educațional și vor fi discutate în scopul atingerii obiectivelor propuse.

Pe raza DN 1 există aproximativ 200 de școli și 160 de licee. Pe raza DN 2 există aproximativ 175 de școli și 87 de licee. Din lista totală a școlilor și liceelor se va selecta de către Autoritatea Contractantă, la propunerea Contractantului, un număr de 140 unități de învățământ astfel încât să fie atinse toate județele. Vor exista câte 1 sesiune de workshop la școli, pentru elevii claselor I – VIII cu accent pe elevii claselor a III a și a IV a și câte 1 sesiune de workshop la licee, coordonate de traineri instruiți din partea Contractantului, împreună cu cadrele didactice din fiecare instituție de învățământ și cu persoane specializate din partea beneficiarului.

Contractantul va realiza o bază de date cu unitățile de învățământ la care se vor organiza workshop-uri care va cuprinde numele unității, datele de contact, localitate, județ și numărul aproximativ de persoane participante. Se va transmite spre aprobare către Beneficiar.

Contractantul va trimite informare despre desfășurarea workshop-urilor și va primi confirmare din partea fiecărei unități de învățământ.

Agenda propriu-zisă a workshop-ului desfășurat la școală și la liceu se va stabili de către Beneficiar și Contractant.

Toate materialele promoționale utilizate în cadrul workshop-urilor trebuie să conțină în mod obligatoriu sigla Beneficiarului, precum și mențiunea privind sursa de finanțare: „Proiect finanțat prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR)”.

Organizarea și desfășurarea workshop-ului – se va realiza în termenele impuse în cadrul comenzilor emise de către Beneficiar.

Înregistrarea prezenței participanților se va face, după caz - funcție de posibilitate, într-o listă de prezență (confirmată de reprezentanții unităților de învățământ și/sau reprezentanții beneficiarului prezenți) realizată pe durata workshop-ului.

La finalul workshop-ului se va întocmi de către Contractant un proces verbal care va conține informații detaliate despre programul workshop-ului, și părțile participante (nr. invitați/participanți) iar acest document va fi semnat de către Beneficiar.

Procesul verbal de realizare a workshop-ului se consideră document justificativ pentru factura emisă la plată.

Contractantul va asigura transportul materialelor educative către fiecare unitate de învățământ unde se vor desfășura workshop-uri.

Contractantul va avea în vedere stabilirea locației efective de desfășurare a workshop-urilor, respectiv sală de clasă sau sală de evenimente.

Recomandăm crearea unor colaborări cu persoane specializate din cadrul instituțiilor publice: Primării, Poliție și ISU.

Contractantul va asigura pentru efectuarea workshop-urilor, cel puțin 2 persoane pentru fiecare workshop dintre care cel puțin 1 persoană va fi trainer cu studii de actor (absolvent de teatru și artele spectacolului) și/sau studii pedagogice și/sau psiholog.

Contractantul va asigura pentru întregul proiect, cel puțin 2 persoane care vor avea studii de actor (absolvent de teatru și artele spectacolului) și/sau studii pedagogice și/sau psiholog., deoarece vor fi efectuate și câte 2 workshop-uri simultan în locații diferite.

Contractantul va înregistra video, va realiza fotografii pe durata desfășurării fiecărui workshop.

Cantitatea aferentă workshop-urilor se regăsește în Anexa nr. 1 din formularul nr.7 – Centralizator din documentația de atribuire.

Activitatea 3: Materiale Video

În cadrul acestei activități se vor realiza 2 tipuri de materiale video și spot-uri audio:

- clip-uri video promoționale (1-3 minute);

- spot-uri video (maxim 40 secunde);
- Spot-uri audio (maxim 30 secunde).

Aceste două tipuri de materiale video sunt cunoscute identic din punct de vedere financiar deoarece diferențele de durată dintre acestea și de conținut se compensează prin costurile ce se aplică vectorului de imagine și prin modul de mediatizare al acestora.

❖ **Realizarea de clip-uri video promotionale (între 1 - 3 minute)** cu personalități sau formatori de opinie, actualii vloggeri cu o mare influență în mediul on-line în rândul tinerilor ce pot avea un real succes în modelarea comportamentală și pot forma opinii favorabile bunelor practici în materie de siguranța circulației. Acestea vor fi conectate între ele, fiind gândite ca o poveste în mai multe părți, fiecare parte reprezentând un clip video. Se va avea în vedere ca fiecare clip să aibă și caracter și înțeles de sine stătător.

Se dorește realizarea unor clip-uri cu mesaj vizual puternic care să trezească atenția asupra necesității respectării regulilor de circulație, conținutul acestora fiind necesar a avea un real potențial viral.

Verificarea valențelor educative ale clip-urilor distribuite în mediul online pe rețelele de socializare vor conduce la o percepție realistă a publicului asupra temelor prezentate.

Vor fi realizate 16 clipuri video, câte unul pentru fiecare județ ce tranzitează DN 1 și DN 2 (București și Ilfov vor avea câte 2 clipuri). Se vor selecta vectori de imagine cu influență puternică și recognoscibilă în spațiul public diferiți pentru fiecare clip.

Fiecare clip video va trata unul din factorii majori care conduc la producerea accidentelor rutiere în general dar cu precădere în rândul copiilor și tinerilor.

Personajele din clip-urile video vor fi personalități publice din domeniul artei, sportului și persoane cunoscute din mediul online (care se bucură de faimă dobândită prin intermediul uneltelor on-line).

Regizorul și responsabilii din echipa de producție vor decide în consultare și cu acordul Autorității Contractante, persoanele care vor interpreta roluri și vor face figurație.

Pentru realizarea clip-urilor video Contractantul va organiza inițial o preselecție printr-un clip de promovare cu rolul de îndemnare a elevilor de a participa la un concurs cu tema comportamentului rutier responsabil pe baza cunoașterii și respectării regulilor de circulație pentru prevenirea producerii accidentelor de circulație.

În urma analizei acestor proiecte de siguranță rutieră, copii vor fi premiați astfel:

- Câștigătorii desemnați de Contractant și Beneficiar, vor fi invitați să participe la realizarea primului clip video pe DN 1 și pe DN 2, pe raza București – Ilfov.
- De asemenea vor fi premiați cu un kit de festivitate.

Prezentare propuneri de scenarii pentru fiecare clip video pentru județele de pe DN 1:

1. București – Ilfov – factor declanșator accidente – traversarea neregulamentară

Se propune simularea unui accident cu ajutorul unui simulator de impact de la o locație specializată care efectuează cursuri de conducere defensivă.

Se va demonstra fizic ce înseamnă frânarea pentru evitarea unui accident.

O persoană publică din mediul sportiv se propune ca vector de imagine al clip-ului.

2. Prahova – factor declanșator accidente – viteza

Blocaj în trafic într-o localitate cu probleme de siguranță rutieră care va fi stabilită cu Beneficiarul.

Informări despre accidente ce se petrec în general în acest județ datorită vitezei

Vlogger celebru se propune ca vector de imagine al clip-ului.

Se propune vizită pe circuitul de curse moto din județ pentru implementarea unor noțiuni tehnice și practice.

3. Brașov – relația pietoni versus mașini

Se propune organizarea de activități sportive la un centru de tenis și la un centru de rugby cu copii prin care vor conștientiza impactul dintre o mașină și un pieton atunci când se produce un accident rutier.

O persoană publică din mediul sportiv se propune ca vector de imagine al clip-ului.

4. **Sibiu** – Se propune ca reprezentanții drumurilor să organizeze o vizită la Centrul de Monitorizare propriu de la Săliște unde se va putea observa rolul sistemelor inteligente de transport în siguranța rutieră datorită informațiilor furnizate respectiv:

- informarea participanților la trafic în timp real asupra condițiilor meteorologice (prin senzorii montați în asfalt)
- a condițiilor de trafic (punctele în care traficul este aglomerat)
- precum și furnizarea de informații către administratorul drumului, în urma cărora se pot lua decizii asupra sectorului de drum afectat, dar și asupra îmbunătățirii fluidizării traficului și a circulației pe un sector de drum.

O persoană publică din mediul artistic se propune ca vector de imagine al clip-ului.

5. **Alba** – conștientizarea aspectelor referitoare la categoria drumurilor și modul în care trebuie să se circule pe acestea.

Se propune realizarea unui clip cu o persoană din mediul artistic ca vector de imagine, ținând cont de specificul istoric al zonei în zona pietonală din centrul orașului, lângă cetatea Alba Iulia Carolina, unde se vor face prezentări interactive despre istoricul drumurilor din România pentru conștientizarea importanței exploatării drumurilor naționale.

6. **Cluj** – însușirea regulilor de circulație

Se propune un concurs pentru 5 copii din județ, la care trebuie să răspundă la mai multe întrebări privind încălcările regulilor de circulație.

Un youtubber celebru se propune ca vector de imagine al clip-ului.

Se propune implicarea unei mașini de poliție aflată în misiune și explicații către copii.

7. **Bihor** - conștientizarea siguranței pentru utilizatorii vulnerabili din trafic – bicicliști

Se propune realizarea de trasee către câteva puncte de interes din județul Bihor, pe DN 1, cu tineri deținători de conturi tik-tok cunoscute alături de un youtuber pasionat de biciclete și motociclete, precum și realizarea de instructaje privind protecția necesară bicicliștilor și a modului regulamentar de circulație în trafic.

Un youtubber celebru se propune ca vector de imagine al clip-ului.

Prezentare propuneri de scenarii pentru fiecare clip video pentru județele de pe DN 2:

1. **București – Ilfov** – factor declanșator alcool și droguri
2. **Ialomița** – factor declanșator folosirea elementelor de siguranță pasivă
3. **Buzău** – instruirea și conștientizarea aspectelor referitoare la modul de utilizare a sectoarelor de drum cu profil transversal 2+1 (benzi de circulație) ce a fost implementat de CNAIR prin proiectul “Reglementarea circulației rutiere în soluție 2+1 (benzi de circulație) pe DN 2 pe sectorul cuprins între km 30+605 – km 40+240”.
4. **Vrancea** – factor declanșator- utilizarea telefonului în timpul condusului vehiculului
5. **Bacău** – însușirea regulilor de conducere defensive
6. **Neamț** – însușirea regulilor de conducere pe timpul nopții
7. **Iași**- conștientizarea siguranței pentru utilizatorii vulnerabili din trafic – motocicliști
8. **Suceava** – factor declanșator- depășirea neregulamentară

Aceste tematici ale clip-urilor video vor fi dezvoltate de către Contractant, putând expune și alte scenarii iar Beneficiarul va decide variantele finale ce se pretează cel mai bine pentru fiecare județ în parte atât pentru clip-urile video pentru județele de pe DN 1 cât și pe cele de pe DN 2.

Pentru fiecare clip video pot fi schimbați vectorii de imagine propuși prin Caietul de Sarcini din punct de vedere al activității acestora (Exemplu: pentru un anumit clip video dacă se pretează mai bine o personalitate din mediul artistic față de propunerea din Caietul de Sarcini, se poate propune acest lucru de către Contractant iar în urma primirii acordului Beneficiarului, se poate face modificarea)

Contractantul

va asigura toate serviciile necesare realizării clip-urilor video, în toate etapele de producție:

- a) Contractantul trimite spre aprobare scenariul initial pentru aprobare de către Beneficiar.
- b) Pre-producție sau planificarea proiectului video: Contractantul trebuie să documenteze și să redacteze conținutul informativ, să realizeze scenariului și să găsească locul de filmare, să asigure castingul, organizarea și planificarea activității de filmare etc.
- c) Producție sau filmarea propriu-zisă în prezența tuturor specialiștilor (regizor, producător, operator, inginer de sunet etc.).
- d) Post-producție – etapa de editare și montaj a filmărilor video, de adăugare a muzicii, graficii, efectelor speciale, animațiilor etc., în conformitate cu formatul agreat cu Autoritatea Contractantă.
- e) Aprobare finală din partea Beneficiarului pentru difuzarea acestora pe site-ul Contractantului și Beneficiarului și pe rețelele de socializare ale acestora.

Clipul video va fi predat Beneficiarului în termenul impus în comanda emisă de acesta. Comenzile vor avea ca termen de realizare un interval cuprins între minim 45 zile și maxim 60 zile.

Contractantul va crea parteneriate cu persoanele publice cu care se vor realiza clip-urile în vederea implicării acestora în proiect.

Pentru selecția vloggeri-lor, youtube-erilor/ persoanelor influente din mediul on-line, Contractantul va ține cont de numărul de abonați și de vizionări lunare. Pentru ca aceștia să fie considerați relevanți, trebuie să se țină cont de următoarele:

- un minim de 30.000 de abonați ;
- tematica compatibilă, conținut dedicat publicului țintă, care nu promovează atitudini ilegale, antisociale, vulgare, discriminatorii ;
- grad mare de credibilitate în rândul abonaților (Nr. aprecierilor (like-uri) va fi cel puțin dublu față de numărul antipatiilor (dislike-urilor) clipurilor)

Clip-urile video vor fi difuzate pe site-urile Beneficiarului și al Contractantului precum și pe paginile proprii din rețelele de socializare.

❖ **Realizarea de spot-uri video de maxim 40 secunde și spot-uri audio (radio) de maxim 30 secunde** cu personalități sau formatori de opinie, actualii vloggeri cu o mare influență în mediul on-line în rândul tinerilor ce pot avea un real succes în modelarea comportamentală și pot forma opinii favorabile bunelor practici în materie de siguranța circulației.

Contractantul va asigura toate serviciile necesare realizării spot-urilor video TV și a spot-urilor audio Radio, în toate etapele de producție:

- a) Contractantul trimite spre aprobare scenariul initial pentru aprobare de către Beneficiar.
- b) Pre-producție sau planificarea proiectului video: Contractantul trebuie să documenteze și să redacteze conținutul informativ, să realizeze scenariului și să găsească locul de filmare, să asigure castingul, organizarea și planificarea activității de filmare etc.
- c) Producție sau filmarea propriu-zisă în prezența tuturor specialiștilor (regizor, producător, operator, inginer de sunet etc.).
- d) Post-producție – etapa de editare și montaj a filmărilor video, de adăugare a muzicii, graficii, efectelor speciale, animațiilor etc., în conformitate cu formatul agreat cu Autoritatea Contractantă.

e) Aprobare finală din partea Beneficiarului pentru difuzarea acestora în mediul TV și Radio.

Spot-ul video / audio va fi predat Beneficiarului în termenul impus în comanda emisă de acesta. Comenzile vor avea ca termen de realizare un interval cuprins între minim 45 zile și maxim 60 zile.

Contractantul va crea parteneriate cu persoanele publice cu care se vor realiza spot-urile video în vederea implicării acestora în proiect.

Pentru selecția vloggeri-lor, youtube-erilor/ persoanelor influente din mediul on-line, Contractantul va ține cont de numărul de abonați și de vizionări lunare. Pentru ca aceștia să fie considerați relevanți, trebuie să se țină cont de următoarele:

- un minim de 30.000 de abonați ;
- tematica compatibilă, conținut dedicat publicului țintă, care nu promovează atitudini ilegale, antisociale, vulgare, discriminatorii ;
- grad mare de credibilitate în rândul abonaților (Nr. aprecierilor (like-uri) va fi cel puțin dublu față de nr. antipatiilor (dislike-urilor) clipurilor)

Contractantul va asigura voice-over și jingle/muzică compusă special pentru campanie, care să sprijine conținutul spoturilor, să-l facă memorabil și să marcheze elementele cheie.

Spot-urile vor avea un format pretabil difuzării și promovării online pe rețelele de socializare, pe site-urile cu formate video (ex. Youtube) și pe site-urile oficiale al Contractantului și al CNAIR SA.

Spot-urile vor fi difuzate de către Contractant în mediul on-line cât și pe canalele de televiziune. Spot-urile audio se vor difuza pe canalele radio.

Toate materialele promoționale utilizate în cadrul clip-urilor video, spot-urilor video promoționale trebuie să conțină în mod obligatoriu sigla Beneficiarului, precum și mențiunea privind sursa de finanțare: „Proiect finanțat prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR)”.

Plata materialelor video și spot-uri audio (serviciilor) se va efectua pe baza unui proces verbal cantitativ care va conține informații detaliate despre durată, tematică, scenarii, persoanele publice angrenate în realizarea acestuia, etc, precum și modul de ducere la îndeplinire a cerințelor Caietului de Sarcini privind materialele video și spot-uri audio

Cantitatea aferentă clipurilor video și spot-urilor video și audio se regăsește în Anexa nr. 1 din formularul nr.7 – Centralizator din documentația de atribuire.

Activitatea 4: Materiale de promovare out-door – panouri publicitare

Realizarea de panouri publicitare ce vor fi amplasate pe DN 1 și pe DN 2 în fiecare județ tranzitat de acesta, prin care se dorește creșterea vizibilității proiectului. Se vor realiza panouri publicitare pe fiecare județ (câte 2 pe fiecare județ, intercalate ca distanță) ce vor avea rolul de a informa toți participanții la trafic și de a promova proiectul pilot în desfășurare.

Mesajele ce vor fi afișate pe panourile publicitare vor avea strânsă legătură cu mesajele transmise în clipurile video și în spot-urile video și se vor raporta la implementarea unui îndemn clar, ușor de înțeles și atractiv publicului larg. Conceptul poate îmbina elemente grafice, mesaje scrise și fotografii.

Contractantul va realiza macheta grafică corespunzătoare pe care o va înainta Beneficiarului spre avizare – **În termen de maxim 21 zile de la data semnării Contractului. Acordul beneficiarului va fi transmis în termen de 7 zile.**

Panourile vor fi produse de calitate, vizibile, rezistente și corespunzătoare tipului de spațiu folosit pentru expunere.

Avizarea amplasamentului panourilor cade în sarcina beneficiarului după primirea machetei de la Contractant și aprobarea acesteia.

Panoul publicitar trebuie să conțină obligatoriu denumirea și semnele distincte ale CNAIR și ale Contractantului, numele proiectului și va ține cont de următoarele aspecte:

- suportul acestor panouri va fi de tip metalic, iar stâlpii de susținere vor fi montați într-o fundație de beton și vor fi astfel proiectați încât să susțină greutatea panourilor, chiar și în cazul unor condiții meteo nefavorabile (de ex. furtună) sau în caz de accidente rutiere.
- distanța față de sol va fi de cel puțin 2 m pentru a se asigura o vizibilitate bună informațiilor afișate.
- **Toate materiale de promovare out-door – panouri publicitare trebuie să conțină în mod obligatoriu sigla Beneficiarului, precum și mențiunea privind sursa de finanțare: „Proiect finanțat prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR)”.**

Pozițiile panourilor publicitare vor fi decise de Beneficiar și locațiile vor fi alese astfel încât să se asigure o vizibilitate bună a informațiilor afișate, cu respectarea măsurilor de siguranță rutieră și a limitelor de proprietate.

Contractantul va emite câte un raport de monitorizare lunar, conform perioadei de afișare propuse, ilustrat cu fotografii ale panourilor expuse cu precizarea locațiilor acestora.

În situația deteriorării sau obturării vizuale a reclamelor în perioada de afișare, acestea vor fi schimbate pe cheltuiala Contractantului cu alte reclame care să îndeplinească condițiile solicitate în Caietul de Sarcini.

Montaj/demontaj: operațiunile de montaj/demontaj se vor realiza de către contractant cu respectarea legislației în vigoare.

Realizarea și montarea materialelor de promovare out-door – panouri publicitare va fi efectuată conform comenzilor emise de Beneficiar.

Plata **Materialelor de promovare out-door – panouri publicitare** se va face după montarea acestora prin grija Contractantului în baza avizelor de însoțire a mărfii, a NIR-urilor și a unui proces verbal de amplasare, semnat de către reprezentanții Beneficiarului.

Cantitatea aferentă panourilor publicitare se regăsește în Anexa nr. 1 din formularul nr.7 – Centralizator din documentația de atribuire.

Activitatea 5: Conferințe presă

Contractantul va organiza conferințe de presă (cu rol de evenimente de promovare periodică) după cum urmează:

- o conferință de presă la lansarea campaniei de informare în care se va deschide proiectul pilot;
- conferințe de presă organizate în cele 16 județe ce tranzitează DN 1 și DN 2;
- o conferință de presă la finalizarea proiectului pilot;

Cantitatea aferentă conferințelor se regăsește în Anexa nr. 1 din formularul nr.7 – Centralizator din documentația de atribuire.

Contractantul va avea în vedere la alegerea locațiilor ca acestea să fie organizate în cadrul unor incinte specifice desfășurării unor astfel de evenimente, dotate corespunzător (din punct de vedere al dotării multimedia, catering necesare pentru pauze) care vor permite asigurarea tuturor formelor și practicilor ceremoniale care se aplică la festivități oficiale.

Locațiile și calendarul conferințelor de presă vor fi stabilite de comun acord cu Autoritatea Contractantă.

Toate materialele promoționale utilizate în cadrul conferințelor trebuie să conțină în mod obligatoriu sigla Beneficiarului, precum și mențiunea privind sursa de finanțare: „Proiect finanțat prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR)”.

Organizarea și desfășurarea conferințelor de presă – Se va realiza în termenele impuse în cadrul comenzilor emise de către Beneficiar.

Semnălizarea spațiului de desfășurare a evenimentului se va face de către Contractant cu roll-upuri, acesta realizând design-ul și producerea acestora în funcție de locația și amplasamentul de desfășurare a evenimentului. De asemenea se vor asigura badge-uri (ecusoane) personalizate pentru toate persoanele participante la eveniment.

Contractantul va pune la dispoziție un ecran pentru videoproiector și un flipchart pentru realizarea unei comunicări ușoare și eficiente în timpul conferinței. Aceste dispozitive vor fi achiziționate de Contractant și vor fi predate către Beneficiar la terminarea campaniei, în stare perfectă de funcționare.

La conferințele de presă vor participa reprezentanți ai Autorității Contractante, media off-line și online, radio, TV, precum și cât mai mulți reprezentanți ai autorităților publice centrale și locale.

Se va avea în vedere că nr. de persoane participante va fi cuprins între 150 – 200 persoane.

Pentru conferințele de presă se va realiza un kit pentru conferințe care va fi înmănat participanților.

Contractantul va asigura logistica necesară și va fi responsabil pentru moderarea conferinței de presă care va fi efectuată cu ajutorul unui moderator cu experiență în această activitate.

Contractantul va publica un comunicat de presa care să anunțe lansarea campaniei precum și de organizarea de evenimente periodice de promovare a proiectului. Această activitate constă în:

- Realizarea unei strategii de promovare și informare, cu accent pe informarea grupului țintă
- Stabilirea indicatorilor de vizibilitate
- Distribuirea de materiale de promovare
- Mesajele de informare ale campaniei vor fi transmise către publicul larg și prin intermediul partenerilor Media: Radio / TV.

Contractantul va pune la dispoziția Autorității Contractante materialele foto/ video/ audio realizate în cadrul fiecărei conferințe.

Înregistrarea prezenței participanților se va face într-o listă de prezență (confirmată de reprezentanții beneficiarului prezenți) realizată pe durata Conferințelor de presă.

La finalul fiecărei Conferințe de presă se va întocmi de către Contractant un proces verbal care va conține informații detaliate despre durată, tematică, nr. participanți, etc. iar acest document va fi semnat de către Beneficiar.

Procesul verbal de realizare a Conferinței de presă se consideră document justificativ pentru factura emisă la plată.

Activitatea 6: Echipa de proiect și de creație/ luna (inclusiv activitățile de promovare pe canale media - reportaje/ emisiuni)

Contractantul va demonstra Autorității Contractante că dispune de resursa umană necesară realizării activităților menționate în prezentul Caiet de Sarcini, detaliată la capitolul 8.3 din prezentul Caiet de Sarcini.

Contractantul va pune la dispoziția Autorității Contractante un Raport lunar de activitate privind activitățile (serviciile) prestate pentru ducerea la îndeplinire a activităților menționate în prezentul Caiet de Sarcini, respectiv comanda emisă.

Raportul lunar de activitate privind activitățile (serviciile) prestate se consideră document justificativ pentru factura emisă la plată.

3.5. Rezultatele care trebuie obținute în urma prestării serviciilor

Implementarea Proiectului în conformitate cu prevederile prezentului Caiet de sarcini trebuie să conducă cel puțin la atingerea următoarelor rezultate finale măsurabile:

1. un concept creativ de comunicare al campaniei de informare și educare;
2. elaborarea și distribuirea de kit-uri de educație rutieră către toate unitățile de învățământ unde se vor organiza workshop-uri;
3. organizarea unui număr de workshop-uri în școlile și liceele din județele ce tranzitează DN 1 și DN 2;
4. realizarea și difuzarea de clip-uri video, fiecare având o durată între 1- 3 minute de secunde cu personalități sau formatori de opinie;
5. realizarea și difuzarea de spoturi video, fiecare având o durată de 40 de secunde;
6. realizarea panourilor publicitare ce vor fi amplasate câte 2 în fiecare județ ce tranzitează DN 1 și DN 2, pentru informarea tuturor participanților la trafic și pentru creșterea vizibilității proiectului;

7. organizarea de conferințe de presă în vederea promovării proiectului pe întreaga durată a campaniei;
8. realizarea de reportaje și emisiuni în vederea creșterii vizibilității proiectului și atingerii obiectivelor propuse;

3.6. Atribuțiile și responsabilitățile părților

Obligațiile și responsabilitățile Contractantului

Contractantul are următoarele obligații:

- Asigurarea planificării resurselor în raport cu graficul estimat pentru derularea contractului și îndeplinirea prevederilor prezentului Caiet de Sarcini;
- Îndeplinirea obligațiilor sale, cu respectarea celor mai bune practici în domeniu, a prevederilor contractuale și legale relevante, precum și cu deplină înțelegere a complexității legate de derularea cu succes a contractului, prin realizarea obiectivelor stabilite, a activităților și rezultatelor la parametrii calitativi solicitați;
- Asigurarea valabilității tuturor autorizațiilor și certificatelor necesare pentru prestarea serviciilor;
- Prezentarea rezultatelor în formatele ce respectă cerințele Autorității Contractante
- Colaborarea cu personalul Autorității Contractante alocat pentru serviciile desfășurate.
- Asigurarea personalului calificat corespunzător pentru a duce la bun sfârșit sarcinile cerute în documentația de atribuire. Contractantul va desemna un responsabil care va fi persoana de contact a Beneficiarului.
- Asigurarea valabilității tuturor autorizațiilor și certificatelor (atât pentru organizația sa, cât și pentru personalul/echipamentul propus pentru realizarea serviciilor), care sunt necesare (conform legislației în vigoare) pentru prestarea serviciilor;

Obligațiile și responsabilitățile beneficiarului

Beneficiarul este responsabil pentru:

- Punerea la dispoziția Contractantului a tuturor informațiilor disponibile pentru obținerea rezultatelor așteptate;
- Desemnarea echipei implicate și responsabile cu interacțiunea și suportul oferit Contractantului;

4. Riscuri

Ipoteze care stau la baza contractului:

- îndeplinirea angajamentelor asumate de Contractant: nu se prevăd schimbări ale cadrului instituțional și legal care să afecteze major implementarea și desfășurarea în bune condiții a Contractului;
- conținutul serviciilor solicitate este descris în mod explicit în Caietul de Sarcini;
- corelația dintre resursele necesare și rezultatele așteptate este realistă;
- începerea serviciilor se va realiza în perioada ce urmează a fi stabilită;
- toate informațiile relevante și disponibile la nivelul Autorității Contractante pentru realizarea serviciilor vor fi puse la dispoziția Contractantului;
- utilizarea experienței și a bunelor practici din proiectele anterioare în organizarea și desfășurarea de campanii publicitare;

Riscuri și măsuri de gestionare a lor:

În pregătirea ofertei, ofertanții trebuie să aibă în vedere riscurile și ipotezele descrise. În acest sens, la întocmirea ofertei, ofertantul trebuie să ia în considerare măsurile de gestionare, resursele necesare (de timp, financiare și de orice altă natură), pentru implementarea strategiilor de risc pe care le poate identifica.

Posibile riscuri:

R1: În cazul unei campanii insuficient de creative, pentru care agentul economic nu îndeplinește gradul de flexibilitate solicitat de autoritatea contractantă, riscul care va fi luat în considerare este impactul foarte scăzut al campaniei, în ansamblu.

R2: Datele și informațiile necesare desfășurării serviciilor comunicate de către Autoritatea Contractantă nu ar fi suficiente, din punct de vedere al ofertantului, pentru îndeplinirea cerințelor solicitate prin Caietul de Sarcini;

R3: Adăugarea de solicitări noi, în funcție de progresul activităților, ce ar putea produce riscul de întârzieri la calendarul de desfășurare al activităților stabilite în contractul subsecvent.

R4: Având în vedere situația actuală epidemiologică și faptul că nu se cunosc circumstanțele ce vor fi impuse de autorități la nivel național și cum vor influența acestea derularea concretă a contractelor subsecvente din cadrul Contractului, riscul care poate fi luat în calcul este imposibilitatea desfășurării workshop-urilor și conferințelor deoarece implică întâlniri fizice cu un număr mare de persoane.

R5: Ținând cont de faptul că persoanele cu influență ce vor participa la realizarea clip-urilor video, se doresc a fi implicate pro-bono, se poate crea riscul ca acestea din diverse considerente să nu dorească sau să nu poată participa, creându-se astfel dificultăți de transmitere a mesajelor media din punct de vedere al impactului.

5. Abordare și metodologie în cadrul Contractului

Contractantul are libertatea de alegere în ceea ce privește abordarea și metodologia.

Achiziția tuturor activităților (produse/servicii) / (Kit-uri, Workshop-uri, Clip-uri Video, Panouri outdoor, Conferințe), se va face ținând cont de alocările bugetare și de restricțiile impuse de autorități, în baza comenzilor emise de Autoritatea Contractantă.

6. Plan de lucru pentru activitățile/serviciile solicitate

Perioada de execuție a Contractului este de 12 luni de la data intrării în vigoare a acestuia, respectiv la data semnării acestuia de către ambele părți.

Contractantul va atașa planificarea activităților pentru fiecare contract subsecvent. Planificarea va conține informații relevante pentru realizarea într-o succesiune logică și cronologică a activităților și subactivităților, estimarea duratelor și resurselor, cu identificarea relațiilor dintre activități, a momentelor relevante și identificarea constrângerilor proiectului.

7. Locul și durata desfășurării activităților

7.1. Locul desfășurării a activităților

Romania, pe raza județelor traversate de DN 1, respectiv: Ilfov, Prahova, Brașov, Sibiu, Alba, Cluj și Bihor și pe raza județelor traversate de DN 2, respectiv: București, Ilfov, Ialomița, Buzău, Vrancea, Bacău, Neamț, Iași și Suceava.

7.2. Data de început și data de încheiere a prestării serviciilor sau durata prestării serviciilor

Data de început: la semnarea Contractului. Durata Contractului: 1 an

8. Resursele necesare/ expertiza necesară pentru realizarea activităților în Contract și obținerea rezultatelor

Pentru realizarea activităților menționate în prezentul Caiet de Sarcini sunt necesare resurse umane, resurse financiare, resurse informaționale și de timp, ce vor fi puse la dispoziția Beneficiarului așa cum au fost menționate în capitolele anterioare.

8.1. Numărul de experți pe categorie de expertiză necesară

Nu este cazul

8.2. Numărul de zile/expert pe categorie

Nu este cazul

8.3. Profilul experților principali

Contractantul va demonstra că deține pentru ducerea la îndeplinire a Contractului o echipă formată din :

Condițiile minime pe care trebuie să le îndeplinească echipa contractantului:

Manager de proiect

Responsabilități:

Asigură managementul proiectului.

Coordonează relația cu Beneficiarul.

Este responsabil cu livrabilele și calitatea rezultatelor în urma implementării contractelor.

Este responsabil de planificarea strategică și implementarea strategiei de creație a campaniei de comunicare.

Monitorizează etapele necesare atingerii obiectivelor campaniei de comunicare.

Participă la realizarea și implementarea planurilor media.

Gestionează relația cu operatorii media și monitorizează toate activitățile media.

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat ca manager de proiect la realizarea a cel puțin două campanii de informare / educare adresate elevilor care au integrat cel puțin publicitate radio-TV și/sau publicitate outdoor și/sau publicitate online.

Manager de creație

Responsabilități:

Este responsabil de conceptul creativ al campaniei de comunicare.

Monitorizează aplicarea conceptului creativ în toate materialele campaniei.

Coordonează echipa de creație a campaniei de comunicare.

Oferă soluții pentru gestionarea eventualelor situații de criză apărute în timpul campaniei de informare și educare, determinate de procesul de creație și de materialele create.

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat ca manager de creație la realizarea a cel puțin o campanie de informare / educare adresate elevilor care au integrat cel puțin publicitate radio-TV și/sau publicitate outdoor și/sau publicitate online.

Responsabil producție media

Responsabilități:

Este responsabil de conceperea, redactarea și punerea în operă a scenariilor pentru materialele video cuprinse în activitățile campaniei.

Organizează și coordonează echipa de producție.

Oferă soluții pentru buna gestionare tehnică a proiectului.

Programează producțiile video.

Asigurarea bunei desfășurări a emisiilor din punct de vedere editorial și tehnic conform formatului .

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat ca responsabil producție media la realizarea a cel puțin 2 clipuri / videoclipuri care au integrat cel puțin publicitate radio-TV.

Responsabil de planificarea media

Responsabilități:

Realizează planificarea media a campaniei integrate de comunicare, conform obiectivelor campaniei;

Colaborează cu difuzorii media pentru respectarea planificării media a campaniei de informare;

Gestionează activitățile de media buying;

Realizează rapoartele de difuzare ale materialelor campaniei de comunicare.

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat ca responsabil de planificarea media la realizarea a cel puțin două campanii care au integrat cel puțin publicitate radio-TV și/sau publicitate outdoor și/sau publicitate online.

Specialist scriitor de conținut media (content writer)

Responsabilități:

Generează și verifică cuvinte cheie ce ar putea reprezenta termeni de căutare în motoarele de căutare.

Redactează articole pornind de la cuvintele cheie sau să scrie articole despre conținutul campaniei.

Identifică probleme și să găsească soluții la eventuale probleme ale vizitatorilor sau clienților.

Creează și editează conținutul pentru a informa vizitatorul, pentru a vinde serviciile menționate.

Produce conținut interesant pentru vizitatori ce îi va face să rămână mai mult timp pe un site, sau să îl distribuie mai departe.

Creează conținut optimizat pentru motoarele de căutare, care să ajute Contractantul în campania de informare.

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat ca specialist contentwriter, redactor, corector, DTP-ist la realizarea a cel puțin 2 campanii/ proiecte care au integrat cel puțin publicitate radio-TV și/sau publicitate outdoor și/sau publicitate online.

Echipa de proiect va asigura și activitățile de promovare pe canale media Reportaje/ Emisiuni

Reportaje/ Emisiuni

Strategia de comunicare va cuprinde un plan media generic în vederea asigurării promovării proiectului, pentru fiecare canal de comunicare:

Televiziune – planul vizează televiziuni cu acoperire națională unde vor fi difuzate reportaje și emisiuni ținând cont de segmentul țintă de public vizat.

Radio – planul vizează cel puțin trei posturi de radio cu acoperire națională unde vor fi difuzate reportaje și emisiuni ținând cont de segmentul țintă de public vizat.

Presa scrisă - planul vizează editoriale cu acoperire națională unde vor fi difuzate reportaje ținând cont de segmentul țintă de public vizat.

Pe parcursul derulării proiectului Contractantul va asigura promovarea tuturor activităților menționate prin difuzarea acestor evenimente în vederea creșterii vizibilității proiectului și atingerii obiectivelor propuse. Contractantul va fi responsabil cu asigurarea participării în cadrul reportajelor și emisiunilor cu difuzare națională și tematică de siguranță rutieră / infrastructură rutieră, după cum urmează:

- 2 reportaje/ emisiuni pe lună pe canalele media TV cu difuzare națională (de profil sau în cadrul unor reportaje/emisiuni în care sunt teme de discuții ce vizează evenimentele rutiere)
- 1 reportaj pe lună pe canalele media Radio cu difuzare națională
- 1 articol pe lună în presa scrisă

Contractantul va prezenta o propunere de media plan în cadrul ofertei tehnice, împreună cu media planul TV, radio și presă scrisă. Media plan-ul va putea suferi modificări și va fi prezentat lunar.

Strategia de comunicare este parte obligatorie de îndeplinit de către Contractant iar renumerarea acestei activități este inclusă în oferta financiară la activitatea „ *IV. Echipa de proiect și de creație/ luna (inclusiv activitățile de promovare pe canale media - reportaje/ emisiuni)* ”.

Echipa de proiect va fi platita lunar functie de perioada contractului subsecvent si implicit perioada de implementare a proiectului în baza unei facturi de prestări servicii.

8.4. Experți secundari (experți non-cheie)

Contractantul va asigura minim 2 persoane care vor fi traineri în cadrul workshop-urilor, care vor avea studii de actor (absolvent de teatru și artele spectacolului) și/sau studii pedagogice și/sau psiholog.

Contractantul va asigura întregul personalul necesar pentru buna desfășurare a activităților echipei sale.

8.5. Personalul administrativ și personalul suport/backstopping pentru activitatea experților principali în cadrul Contractului

Contractantul va asigura personalul necesar pentru desfășurarea activităților echipei sale.

8.6. Alte cerințe legate de personalul direct implicat în prestarea serviciilor

Contractantul trebuie să se asigure că personalul care își desfășoară activitatea în cadrul Contractului, dispune de sprijinul material și de infrastructura necesară pentru a permite acestuia să se concentreze asupra realizării activităților din cadrul Contractului.

În vederea demonstrării îndeplinirii cerințelor minime solicitate prin Caietul de sarcini, Prestatorul va include în oferta, pentru categoriile de personal menționate la pct. A, numele și prenumele experților cheie, copii ale documentelor care atestă studiile și CV-urile din care să rezulte experiența profesională solicitată.

Ofertantii vor avea în vedere că pentru experții non - cheie trebuie descris, în Propunerea tehnică, momentul în care acesta va interveni în implementarea viitorului contract și modul în care ofertantul și-a asigurat accesul la serviciile acestuia.

8.7. Infrastructura Contractantului necesară pentru desfășurarea activităților Contractului

Contractantul trebuie să se asigure că personalul care își desfășoară activitatea în cadrul Contractului, dispune de sprijinul material și de infrastructura necesară pentru a permite acestuia să se concentreze asupra realizării activităților din cadrul Contractului.

8.8. Infrastructura și resursele disponibile la nivel de Autoritate Contractantă pentru îndeplinirea Contractului

Autoritatea Contractantă va pune la dispoziția Contractantului spațiile necesare pentru întâlnirile de lucru cu Contractantul și echipa de proiect pentru stabilirea direcțiilor de implementare a Contractului.

9. Cadrul legal care guvernează relația dintre Autoritatea Contractantă și Contractant (inclusiv în domeniile mediului, social și al relațiilor de muncă)

Contractantul are obligația de a respecta în executarea Contractului, obligațiile aplicabile în domeniul mediului, social și al muncii instituite prin dreptul Uniunii, prin dreptul național, prin acorduri colective sau prin dispozițiile internaționale de drept în domeniul mediului, social și al muncii enumerate în anexa X la Directiva 2014/24, respectiv:

- a. Convenția nr. 87 a OIM privind libertatea de asociere și protecția dreptului de organizare;
- b. Convenția nr. 98 a OIM privind dreptul de organizare și negociere colectivă;
- c. Convenția nr. 29 a OIM privind munca forțată;
- d. Convenția nr. 105 a OIM privind abolirea muncii forțate;

- e. Convenția nr. 138 a OIM privind vârsta minimă de încadrare în muncă;
- f. Convenția nr. 111 a OIM privind discriminarea (ocuparea forței de muncă și profesie);

Contractantul trebuie să respecte toate prevederile legale, aplicabile la nivel național, dar și regulamentele aplicabile la nivelul Uniunii Europene.

Pe perioada realizării tuturor activităților din cadrul Contractului, Contractantul este responsabil pentru implementarea celor mai bune practici, în conformitate cu legislația și regulamentele existente la nivel național și la nivelul Uniunii Europene.

Contractantul va fi ținut deplin responsabil pentru subcontractanții săi în prestarea serviciilor prevăzute în Caietul de Sarcini, urmând să răspundă față de Autoritatea Contractantă, pentru orice nerespectare sau omisiune a respectării oricăror prevederi legale și normative aplicabile.

Autoritatea Contractantă nu va fi ținută responsabilă pentru nerespectarea sau omisiunea respectării de către Contractant sau de către subcontractanții acestuia a oricărei prevederi legale sau a oricărui act normativ aplicabil, pentru prestarea serviciilor și pentru rezultatele generate de prestarea serviciilor.

În cazul în care intervin schimbări legislative, Contractantul are obligația de a informa Autoritatea Contractantă cu privire la consecințele asupra activităților care fac obiectul Contractului și de a-și adapta activitatea în funcție de decizia Autorității Contractante în legătură cu schimbările legislative.

10. Managementul/ Gestionarea Contractului și activități de raportare în cadrul Contractului

Comunicarea între părți va fi efectuată prin intermediul fax-ului, e-mailului și al întâlnirilor.

Organizarea întâlnirilor de lucru, de monitorizare a progresului activităților și de analiză a rezultatelor intermediare, corespunzătoare fiecărei etape din Contract/pachet de activități sau activitate din contract, după caz;

Coordonarea resurselor și activităților de către fiecare parte contractantă separat și împreună;

10.1. Gestionarea relației dintre Contractant și Autoritatea Contractantă

Comunicarea între părți va fi efectuată prin intermediul fax-ului, e-mailului și al întâlnirilor.

10.2. Rapoartele/documentele solicitate de la Contractant

Contractantul va furniza trei rapoarte:

1. Raport inițial, aferent pregătirii campaniei va include o prezentare a modului de ducere la îndeplinire a prevederilor Caietului de Sarcini, în cel mult 15 zile lucrătoare de la momentul semnării Contractului.
2. Raportul final va include aspecte privind implementarea întregului contract, cu evidențierea livrabilelor și activităților reziduale care întregesc obiectul Contractului în cel mult 10 zile lucrătoare de la momentul finalizării Contractului.

Limba de redactare a contractului, a rapoartelor și a tuturor comunicărilor scrise va fi limba română.

10.3. Finalizarea serviciilor în cadrul Contractului

Autoritatea Contractantă va considera serviciile din cadrul Contractului finalizate în momentul în care toate cerințele cuprinse în Caietul de Sarcini au fost îndeplinite.

10.4. Monitorizarea realizării activităților și a rezultatelor pe perioada derulării Contractului

Pentru măsurarea progresului activităților din Contract prin raportare la acesta se utilizează informațiile din Caietului de Sarcini și clauzele contractuale privind modalitatea de plată. Se va constata conformitatea prin acceptarea rezultatelor/documentelor, pe baza criteriilor predefinite, incluse în Contract și a deviațiilor pozitive sau negative de la cerințele incluse în Contract.

11. Bugetul Contractului și efectuarea plăților în cadrul Contractului

Bugetul va include absolut toate cheltuielile ocazionate de producerea tuturor materialelor campaniei de comunicare, solicitate prin acest caiet de sarcini.

Costurile pentru pregătirea și depunerea ofertelor nu sunt rambursabile. Toate aceste costuri vor fi suportate de Contractant.

Plata produselor și serviciilor se va face în baza facturii emise de către Contractant care va fi depusă la sediul Autorității contractante - C.N.A.I.R. - Central pentru care va fi efectuată plată în termen de 60 zile de la data depunerii la sediul C.N.A.I.R. - Central.

Modalitatea de plată se va face în baza următoarelor documente justificative care vor fi depuse odată cu factura, după cum urmează:

Nr. crt.	Activitate (produse/servicii)	Documente justificative pentru plată
1a	KIT-uri (școli / licee / conferințe)	Factura / Proces verbal de predare – primire
1b	KIT de festivitate	Factura / Proces verbal de predare – primire
2	Materiale de promovare out-door – panouri publicitare	Factura / Aviz de însoțire a mărfii / NIR / Proces verbal de amplasare
3	Workshop-uri	Factura / Procesul verbal de realizare a workshop-ului
4	Materiale Video	Factura/ Proces verbal care va conține informații detaliate despre durată, tematică, scenarii, persoanele publice angrenate în realizarea acestuia, etc, precum și modul de ducere la îndeplinire a cerințelor Caietului de Sarcini privind materialele video și spot-uri audio
5	Conferințe de presă	Factura / Procesul verbal de realizare a Conferinței de presă
6	Echipa de proiect și de creație/ luna (inclusiv activitățile de promovare pe canale media - reportaje/ emisiuni)	Factura privind prestarea serviciilor / Raport lunar de activitate privind activitățile (serviciile) prestate

12. Metodologia de evaluare a Ofertelor prezentate

Oferta trebuie prezentată în următoarea structură:

- Metodologia pentru realizarea serviciilor

În această secțiune ofertantul trebuie să prezinte modul în care înțelege obiectivele și sarcinile stabilite în caietul de sarcini; modul de realizare al activităților în scopul obținerii rezultatelor așteptate și prezentarea soluției propriu-zise pentru îndeplinirea obiectivelor stabilite prin caietul de sarcini.

- Planul de lucru pentru realizarea serviciilor

În această secțiune ofertantul trebuie să prezinte denumirea și durata activităților din cadrul contractului conform cu abordarea și metodologia propusă.

- Personalul utilizat pentru realizarea serviciilor

În această secțiune trebuie prezentată structura echipei propuse și modul de abordare a activităților corespunzătoare îndeplinirii cerințelor din prezentul caiet de sarcini.

Criteriul de atribuire este: oferta cea mai avantajoasă din punct de vedere economic - criteriul de atribuire „cel mai bun raport calitate-preț”.

Evaluarea ofertelor se va face în baza propunerii financiare depuse și a experienței experților cheie.

13. Informații suplimentare/administrative

Nu este aplicabil

14. Anexe

Nu este aplicabil

15. DREPTURI DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ

Orice rezultate sau drepturi legate de acestea, inclusiv drepturi de autor și/sau orice drepturi de proprietate intelectuală obținute în urma prestării serviciilor ce fac obiectul prezentului Caiet de Sarcini, vor fi proprietatea Autorității Contractante, care le poate utiliza, publica sau transfera după cum consideră necesar, fără nici o limitare iar utilizarea acestora de către terți se va face doar cu acordul CNAIR.

Toate materialele vor fi personalizate cu inscripționarea denumirii și semnelor distincte ale Companiei Naționale de Administrare a Infrastructurii Rutiere.

Pentru ca publicul să identifice ușor materialele care fac parte din campanie, pe toată durata desfășurării ei, aceasta trebuie să fie personalizată prin alegerea unui titlu și a unui logo, care să marcheze de fiecare dată materialele care fac parte din campanie. Contractantul va propune logo-ul și sloganul campaniei, urmând ca Beneficiarul să își exprime acordul asupra acestora.

Contractantul are obligația de a solicita viză bun de tipar pentru materialele elaborate și numai după obținerea acordului din partea CNAIR SA, va proceda la realizarea finală a acestora.

Toate activitățile se vor efectua sub coordonarea și doar cu aprobarea beneficiarului, iar Contractantul are libertatea de a propune schimbarea formatului materialelor educative, a clipurilor video, a produselor de promovare out-door.

Director D.I.S.C.D.P.

DIRECTOR, ing. Cristian ANDREI

Director Adjunct Siguranța Circulației și ITS

Dr. ing. Flavius PAVAL

Serviciul Siguranța Traficului

Ing. Cătălin TATU

Serviciul Siguranța Traficului

Denyssa PELIN