



**COMPANIA NATIONALA DE ADMINISTRARE A
INFRASTRUCTURII RUTIERE S.A.**

Bdul Dinicu Golescu 38, sector 1, București, Romania, 010873

Tel.: (+4 021) 264 32 00 Fax: (+4 021) 312.09.84

Email: office@andnet.ro, registraturacnair@andnet.ro

CUI 16054368; J2004000552406/13.03.2025;

Capital social 25.976.560 LEI

www.erovinieta.ro



CLARIFICARE 1

la solicitarile de clarificari formulate de operatorii economici la documentatia de atribuire avand ca obiect: „Proiect 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”.

Intrebare 1	Va rugam sa ne puneti la dispozitie caietul de sarcini si formulare in format editabil.
Raspuns 1	Autoritatea Contractantă a pus la dispoziția ofertanților informațiile deținute în prezent, în formatele în care acestea au fost disponibile. Formatul în care sunt puse la dispoziție documentațiile nu constituie un impediment în consultarea acestora, fiind un format consacrat pentru vizualizarea documentelor. Autoritatea Contractantă considera că documentele și informațiile puse la dispoziție sunt suficiente pentru elaborarea unor oferte corecte, complete și competitive, care să corespundă cerințelor și necesității Autorității Contractante.
Intrebare 2	Va rugam sa ne puneti la dispozitie caietul de sarcini in format editabil
Raspuns 2	A se vedea Raspunsul nr. 1 din prezenta Clarificare.
Intrebare 3	Avand in vedere mentiunea de la pagina 10 din CS cu privire la "Predarea materialelor se va face in baza proceselor verbale de predare - primire, semnat de catre reprezentantii Beneficiarului In termenul specificat in cadrul comenzii emise de Beneficiar". Tinand cont ca termenul de livrare a unui produs este esential in procesul de achizitie a acestuia si are un impact mare asupra costurilor de care toti operatorii trebuie sa tina cont, avand in vedere ca se solicita o cantitate mare de obiecte promotionale si pentru o dimensionare corecta a serviciului solicitat, va rugam sa ne clarificati care este termenul minim de livrare pe care putem sa il luam in considerare la realizarea si personalizarea materialelor publicitare.
Raspuns 3	Livrarea materialelor promoționale realizate pentru componenta Kit-urilor ce vor fi distribuite in scoli si in licee, la momentul desfasurarii workshop-urilor in cadrul celor 140 de unitati de invatamant, se va face etapizat. Contractantul cu aprobarea beneficiarului va avea la dispoziție o bază de date clară ce conține unitățile de învățământ implicate și calendarul desfășurării workshop-urilor. Toate machetele materialelor vor fi deja aprobate conform termenelor stabilite in caietul de sarcini pentru acest aspect, unitățile de învățământ, precum și datele evenimentelor vor

	fi deja stabilite, ceea ce înseamnă că Beneficiarul va fi pregătit din punct de vedere tehnic pentru lansarea comenzilor. În functie de calendarul desfășurării workshop-urilor Contractantul își va putea programa realizarea și personalizarea materialelor publicitare în vederea îndeplinirii obligațiilor contractuale. Autoritatea contractanta adauga urmatorul paragraf in Caietul de sarcini la Cap. 3.4.Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate - Activitatea 1- KIT-uri de educatie rutiera pentru campania de informare in școli: [...] “Realizarea propriu-zisă a materialelor se va face în baza comenzilor ferme transmise de Beneficiar, cu un termen de livrare de minimum 7 zile lucrătoare și maximum 15 zile lucrătoare de la data transmiterii fiecărei comenzi.” Autoritatea contractanta adauga urmatorul paragraf in Contractul de servicii la art. 11.5.: [...] - “Realizarea propriu-zisă a materialelor se va face în baza comenzilor ferme transmise de Beneficiar, cu un termen de livrare de minimum 7 zile lucrătoare și maximum 15 zile lucrătoare de la data transmiterii fiecărei comenzi.”
Intrebare 4	Va rugam sa confirmati intelegerea noastra cu privire la solicitarea din CS referitoare la Activitatea 3 - Materiale Video: pentru aceasta activitate se solicita 15 clipuri video (cate unul pentru fiecare judet in parte adica: 6 clipuri pe DN 1: Prahova, Brasov, Sibiu, Alba, Cluj, Bihor, 7 clipuri pe DN 2: Ialomita, Buzau, Vrancea, Bacau, Neamt, Iasi, Suceava si cate doua pentru Bucuresti - Ilfov (unul pe DN1 si unul pe DN2). De asemenea va rugam sa ne confirmati intelegerea noastra ca se solicita doua spoturi TV de maxim 40 de secunde si doua spoturi radio de maxim 30 de secunde.
Raspuns 4	Județele de desfășurare a activităților, sunt mentionate la cap.7.1. în cadrul Caietului de sarcini 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. Vor fi realizate 16 clipuri video câte un clip pentru fiecare județ, cu exceptia județului Ilfov care tranzitează DN 1 și DN 2, unde vor fi realizate 2 clipuri. Oferanții vor ține cont de Cantitatea aferentă Activității 3: Materiale Video care se regăsește în Anexa nr. 1 din formularul nr.7 – Centralizator din documentația de atribuire, respectiv 16 clip-uri video cumulate din 7 clipuri DN 1 + 9 clipuri DN 2. De asemenea, Autoritatea contractantă confirmă solicitarea a 2 spoturi video de maxim 40 de secunde (unul pentru DN 1 și unul pentru DN 2) și a 2 spoturi audio de maxim 30 de secunde (unul pentru DN 1 și unul pentru DN 2). Autoritatea contractanta modifica urmatorul paragraf in Caietul de sarcini la Cap. 3.4.Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate - Activitatea 3: Materiale Video - <u>Realizarea de clip-uri video promotionale (între 1 - 3 minute)</u> “[...] 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 recunoscutibilă în spațiul public diferiți pentru fiecare clip [...]”

	Se modifica dupa cum urmeaza: <i>“[...]</i> <i>Vor fi realizate 16 clipuri video, câte unul pentru fiecare județ cu excepția județului Ilfov care tranzitează DN 1 și DN 2, unde vor fi realizate 2 clipuri. Se vor selecta vectori de imagine cu influență puternică și recognoscibilă în spațiul public diferiți pentru fiecare clip</i> <i>[...]”</i>
Intrebare 5	Activitatea de difuzare media tv, radio si online presupune costuri foarte ridicate, astfel ca in lipsa unor indicatori clari dpdv cantitativ si calitativ pe zona de media, ofertantii nu pot intocmi un buget comparativ cu livrabile clare, eventual pot trata în mod arbitrar această activitate (de ex. decizia de a difuza o singura data pe tv/radio spoturile indeplineste minim cerinta din caietul de sarcini). În cazul în care activitatea de difuzare a spoturilor video si audio a fost prevăzută în proiect ca parte integrantă din acest contract, este eminamente necesar să definiți indicatori pe zona de media, cum ar fi: difuzari/ puncte audienta/ nr statii / acoperire/ target, perioada/durata de difuzare, etc.
Raspuns 5	Ofertanții vor prezenta, în cadrul ofertei, pentru activitatea de difuzare media (TV, radio, online), un media plan cu caracter generic ce are rolul de a demonstra capacitatea ofertantului de a susține vizibilitatea proiectului printr-un mix echilibrat între canalele media de comunicare. Media plan-ul va putea suferi modificari si va fi prezentat lunar. Întrucât documentația nu impune indicatori de performanță specifici (ex. GRP, TRP, rating, difuzări minime etc.), prezentul plan nu constituie un media buying plan, ci un instrument de orientare strategică privind selecția canalelor, perioadele de difuzare și tipurile de conținut propuse, adaptate obiectivelor campaniei, astfel încât să se asigure impactul și acoperirea necesară pentru îndeplinirea obiectivelor de comunicare din proiect.
Intrebare 6	Referitor la activitatea 4: Materiale de promovare out-door - panouri publicitare va rugam sa ne clarificati care sunt dimensiunile minim acceptate pentru panourile publicitare
Raspuns 6	Autoritatea contractanta adauga urmatorul paragraf in Caietul de sarcini la Cap. 3.4.Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate Activitatea 4: Materiale de promovare out-door – panouri publicitare <i>“[...]</i> <i>“Materiale de promovare out-door - panouri publicitare vor deține dimensiunile - L 3 m x l/h 2 m pentru a fi vizibile.”</i>
Intrebare 7	Referitor la activitatea 5: Conferinte de presa va rugam sa ne clarificati care sunt cele 16 judete ce tranziteaza DN 1 si DN2. Din intelegerea noastra sunt 15 judete dupa cum enumeram: Bucuresti, Ilfov, Prahova, Brasov, Sibiu, Alba, Cluj, Bihor, Ialomita, Buzau, Vrancea, Bacau, Neamt, Iasi, Suceava. De asemenea va rugam sa ne clarificati ce cuprind serviciile de catering solicitate pentru pauze si care sunt cantitatile aferente acestor servicii (apa, cafea, ceai, patiserie dulce si sarata, etc.)
Raspuns 7	Autoritatea contractanta adauga urmatorul paragraf in Caietul de sarcini la Cap. 3.4.Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate Activitatea 5 Conferințe presă: <i>“[...]</i> <i>“Serviciile de catering solicitate în cadrul conferințelor de presă vor fi calculate pentru aproximativ 150 – 200 persoane participante și vor conține apa plată și minerala, suc, cafea, ceai și produse de patiserie (dulce și sărată).”</i> A se vedea si Raspunsul nr. 4 din prezenta Clarificare.
Intrebare 8	Va rugam sa ne clarificati care este durata maxima a unui workshop. Este un eveniment

	de o zi? Cate ore maxim aproximati ca va dura un workshop?
Raspuns 8	Autoritatea contractanta adauga urmatorul paragraf in Caietul de sarcini la Cap. 3.4.Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate Activitatea 2 Workshop-uri pentru implementare în școli și licee: <i>[...]</i> “Workshop – ul educațional va fi adresat unui număr de maxim 100 de elevi și va avea o durată maximă de 3 ore, incluzând și timpul necesar pentru observații, formatorii de opinie adaptandu-se varstelor elevilor si gradului de interactivitate generat din partea acestora.”
Intrebare 9	Experienta detinuta de Managerul de proiect/ Managerul de creatie in cadrul unor campanii de informare/ educare adresate elevilor - va rugam sa ne precizati daca sunt acceptate pentru demonstrarea experientei si campanii de informare/ educare adresate studentilor, intre cele doua categorii de grup tinta existand numeroase similaritati.
Raspuns 9	Autoritatea contractanta isi mentine cerintele referitoare la demonstrarea experientei profesionale detinute de Managerul de proiect si Managerul de creatie, avand in vedere grupul țintă caruia se adreseaza campania, respectiv – elevi. Astfel, nu pot fi considerate echivalente campaniile adresate exclusiv studenților în sensul îndeplinirii cerinței minime prevăzute. Deși elevii și studenții fac parte din același segment general de vârstă (12–25 ani), aceștia se află în etape diferite de dezvoltare și au nevoi distincte de comunicare educațională, contexte instituționale diferite și niveluri diferite de autonomie și receptivitate la mesajele transmise prin intermediul campaniei.
Intrebare 10	"Pentru realizarea clip-urilor video Contractantul va organiza initial o preselecție printr-un clip de promovare cu rolul de indemnare a elevilor de a participa la un concurs cu tema comportamentului rutier responsabil pe baza cunoasterii si respectarii regulilor de circulatie pentru prevenire producerii accidentelor de circulatie". Va rugam sa confirmati intelegerea noastra privind clipul de promovare, care nu va fi realizat de catre Contractant, ci de catre fiecare elev participant la concurs.
Raspuns 10	Caiet de sarcini Activitatea 3: Materiale Video <i>[...]</i> “Pentru realizarea clip-urilor video <i>Contractantul</i> va organiza inițial o preselecție printr-un clip de promovare cu rolul de indemnare a elevilor de a participa la un concurs...” <i>[...]</i> Se modifica dupa cum urmeaza: <i>[...]</i> “Pentru realizarea clip-urilor video <i>Autoritatea Contractantă</i> va organiza inițial o preselecție printr-un clip de promovare cu rolul de indemnare a elevilor de a participa la un concurs...” <i>[...]</i> Autoritatea Contractantă va organiza initial o preselecție printr-un clip de promovare cu rolul de indemnare a elevilor de a participa la un concurs (care va fi specificat unde si cand va avea loc) cu tema comportamentului rutier responsabil pe baza cunoasterii si respectarii regulilor de circulatie pentru prevenire producerii accidentelor de circulatie. Elevii in urma vizionarii clipului, vor putea participa la concurs iar premiantii vor putea fi selectați ca protagonisti in clip-urile video realizat pe DN 1 si pe DN 2.

	Contractantul poate asista sau poate contribui cu observatii/idei dacă dorește, Autoritatea Contractantă.
Intrebare 11	Așa cum AC a prevăzut la nivelul documentatiei (Caiet Sarcini, pag 19, R15), există riscul foarte mare ca personalitățile publice să nu accepte să participe pro-bono în cadrul contractului, mai ales atunci când activitățile fac obiectul unui contract licitat public. Vă rugăm să ne comunicați dacă AC are o listă consultativă/orientativă cu personalitățile care pot fi contactate în vederea comunicării unui buget sau dacă există deja discuții cu aceștia sau confirmări de participare în cadrul proiectului.
Raspuns 11	Autoritatea contractanta nu are incheiate colaborari prealabile in acest sens si nu poate recomanda entitati terte care pot participa in cadrul proiectului. Ofertantii vor include în propunerea financiară la poziția 4. Materiale Video (inclusiv costurile de publicitate specificate în Caietul de Sarcini) orice costuri necesare astfel incat sa fie atins acest obiectiv.
Intrebare 12	Referitor la solicitarea de la pagina 21-22 din CS cu privire la Reportaje/emisiuni va rugam sa ne confirmati urmatoarea intelegere asupra contractului: 1. referitor la reportajele/emisiunile pe canalele media TV intelegem ca sunt 2 reportaje/emisiuni TV pentru fiecare canal TV cu difuzare media din minimul de 2 canale TV solicitate insemnand 2 emisiuni/canal TV x minim 2 posturi TV x 12 luni = minim 48 de reportaje TV; 2. referitor la reportajele pe canalele radio intelegem ca este 1 reportaj/luna x minim 3 posturi radio nationale x 12 luni= minim 36 reportaje; 3. referitor la articolul pe luna in presa scrisa intelegem ca este 1 articol/luna x minim 2 editoriale pe luna x 12 luni = minim 24 articole.
Raspuns 12	1. Autoritatea contractanta nu a solicitat un numar de canale media TV pe care sa fie difuzate cele doua reportaje. 2. Autoritatea contractanta nu a solicitat un numar de canale media radio pe care sa fie difuzate reportajele. 3. Autoritatea contractanta nu a solicitat un numar de editoriale din presa scrisa. Se vor respecta prevederile Caietului de sarcini pag. 21, 22 : <i>“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:</i> <i>- 2 reportaje/ emisiuni pe lună pe canalele media TV cu difuzare națională (de profil sau în cadrul unor reportaje/emisuni în care sunt teme de discuții ce vizează evenimentele rutiere)</i> <i>- 1 reportaj pe lună pe canalele media Radio cu difuzare națională</i> <i>- 1 articol pe lună în presa scrisă.”</i>
Intrebare 13	Avand in vedere numarul mare de clarificari si impactul pe care raspunsul la acestea il au asupra procesului de elaborare al ofertelor tehnice si financiare, va solicitam prelungirea termenului de depunere al ofertei astfel incat pe baza raspunsurilor AC sa putem intocmi o oferta tehnica coerenta si conforma cu solicitarile autoritatii contractante.
Raspuns 13	A se vedea Anuntul de schimbare la Anuntul de participare nr. CN1084448/11.08.2025.
Intrebare 14	Conferinte de presa cu rol de evenimente de promovare periodica Va rugam sa confirmati ca pt fiecare eveniment de acest tip: - se vor oferta sali cu capacitate de min 150 pers, in localitatile resedinte de judet - se va oferta 1 welcome coffee si 1 pranz pt min. 150 pers (bufet).

Raspuns 14	Fiecare conferință se va desfășura în săli cu capacitate de aproximativ 150 – 200 persoane în localitățile reședințe de județ. Serviciile de catering solicitate în cadrul conferințelor de presă vor conține apa plată și minerala, suc, cafea, ceai și produse de patiserie (dulce și sărată) pentru aproximativ 150 – 200 persoane. A se vedea Răspuns nr. 7 din prezenta Clarificare.
Intrebare 15	Cu privire la KIT-urile ce vor fi produse/distribuite, vă rugam sa specificati daca brosurile vor fi tipărite pe hârtie de gramaj min 150 gr/mp
Raspuns 15	Autoritatea contractanta adauga urmatorul paragraf in Caietul de sarcini la Cap. 3.4.Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate -Activitatea 1- KIT-uri de educatie rutiera pentru campania de informare in școli - Kit-ul ce va fi distribuit în școli (conținut / bucată): [...] “7. Brosurile vor fi tipărite pe hârtie cu gramaj min 150 gr/mp.” Autoritatea contractanta adauga urmatorul paragraf in Caietul de sarcini la Cap. 3.4.Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate -Activitatea 1- KIT-uri de educatie rutiera pentru campania de informare in școli - Kit-ul ce va fi distribuit în licee (conținut / bucată): [...] “8. Brosurile vor fi tipărite pe hârtie cu gramaj min 150 gr/mp.” Autoritatea contractanta adauga urmatorul paragraf in Caietul de sarcini la Cap. 3.4.Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate -Activitatea 1- KIT-uri de educatie rutiera pentru campania de informare in școli - Kit-ul de festivitate (conținut / bucată): [...] “8. Brosurile vor fi tipărite pe hârtie cu gramaj min 150 gr/mp.” Autoritatea contractanta adauga urmatorul paragraf in Caietul de sarcini la Cap. 3.4.Serviciile solicitate: activitățile ce vor fi realizate -Activitatea 1- KIT-uri de educatie rutiera pentru campania de informare in școli - Kit-ul pentru conferințe (conținut / bucată): [...] “5. Brosurile vor fi tipărite pe hârtie cu gramaj min 150 gr/mp.”
Intrebare 16	Cu privire la activitatea nr. 5 -va rugam sa clarificați dacă numărul maxim de 200 participanți este estimat cumulativ pentru toate cele 18 conferințe, pentru o configurare corectă a bugetului de catering/producție/organizare
Raspuns 16	Fiecare conferință se va desfășura în săli cu capacitate de aproximativ 150 – 200 persoane în localitățile reședințe de județ. Serviciile de catering solicitate în cadrul conferințelor de presă vor conține apa plată și minerala, suc, cafea, ceai și produse de patiserie (dulce și sărată) pentru aproximativ 150 – 200 persoane. A se vedea Răspuns nr. 7 din prezenta Clarificare.
Intrebare 17	In ceea ce priveste materialele de promovare outdoor – panouri publicitare, vă rugam sa clarificati dacă: Varianta 1: solicitați producția și amplasarea de panouri temporare de informare proiect (2/județ) conform prevederilor MIV PNRR, pg 23, dimensiuni 3m x h 2m, conform regulilor de vizibilitate a machetei și informațiilor conținute stabilite clar de MIV PNRR (fără a fi posibilă includerea de elemente/imagini creative), în locații bine stabilite de CNAIR,

	Beneficiar proiect, pentru care acesta are responsabilitatea obținerii autorizațiilor necesare. Sau Varianta 2: solicitați o activitate de promovare prin afișaj out-door (OOH) pe panouri de mari dimensiuni montate pe structuri de panotaj deja existente, pe traseul celor 16 județe-respectiv utilizând sisteme panotaj outdoor operate de societățile comerciale specializate, ce vor fi închiriate și decorate de Prestator în favoarea CNAIR cu machete vizuale creative, adecvate campaniei de conștientizare vizate? În cazul în care răspunsul dvs. este varianta 2, pentru o ofertare echilibrată de către operatorii economici interesați, vă rugăm să precizați în clar: • dimensiunea minimă a acestor panouri OOH închiriate • dacă vă doriți 32 de fețe sau 32 de panouri (64 fețe în total) • pe ce perioadă se dorește închirierea celor 32 panouri OOH
Raspuns 17	Autoritatea contractanta nu a solicitat panouri temporare de informare, conform prevederilor MIV PNRR si nici afișaj out-door (OOH) pe panouri de mari dimensiuni montate pe structuri de panotaj deja existente. Autoritatea contractanta va informa ca Materiale de promovare out-door - panourile publicitare se refera la panourile publicitare de urmatoarele dimensiuni: L 3 m x l/h 2 m, fiecare panou avand o singura fața. Prin amplasarea acestor panouri se doreste cresterea vizibilitatii proiectului si promovarea mesajelor cheie ale campaniei pentru informarea unui număr cat mai mare de participanți la trafic.
Intrebare 18	Înțelegem că difuzarea spoturilor pe posturile tv se va face strict în regim PR, nefiind impuse cerințe minime de audiență, nr de difuzări, GRP/TRP/PPP atinși, mix stații în funcție de rating, etc . Vă rugăm să confirmați același lucru și în cazul spoturilor radio și aparițiilor în presa scrisă, respectiv difuzare în regim PR, ceea ce ne conduce spre înțelegerea faptului că se va prezenta în ofertă o strategie de comunicare și planificare generică a aparițiilor în mass media, și nu un mediaplan în accepțiunea tehnică a noțiunii (planificare concretă pe stații, zile, paliere orare, indicatori metrici/KPI atinși, etc). Vă rugăm respectuos să confirmați această înțelegere.
Raspuns 18	Conform prevederilor din Caietul de sarcini, strategia de comunicare va cuprinde un media plan cu caracter generic ce are rolul de a demonstra capacitatea ofertantului de a susține vizibilitatea proiectului printr-un mix echilibrat între canalele media de comunicare. Media plan-ul va putea suferi modificari si va fi prezentat lunar. Întrucât documentația nu impune indicatori de performanță specifici (ex. GRP, TRP, rating, difuzări minime etc.), prezentul plan nu constituie un media buying plan, ci un instrument de orientare strategică privind selecția canalelor, perioadele de difuzare și tipurile de conținut propuse, adaptate obiectivelor campaniei.
Intrebare 19	Referitor la experiența solicitată pentru poziția de Manager de proiect, în Fișa de date a achiziției, punctul II.2.5 – Criterii de atribuire, se menționează că aceasta trebuie demonstrată în cadrul unor campanii de informare/educare adresate elevilor, care au integrat cel puțin publicitate radio-TV și/sau publicitate outdoor și/sau publicitate online. De asemenea, în Caietul de sarcini (pag. 20) se prevede că Managerul de proiect trebuie să fi participat la minimum două campanii de informare/educare adresate elevilor, care au integrat cel puțin publicitate radio-TV și/sau publicitate outdoor și/sau publicitate online. Solicitare: <u>Vă rugăm să confirmați că înțelegerea noastră este corectă și că fiecare campanie</u>

	<u>relevantă pentru demonstrarea experienței Managerului de proiect poate integra oricare două dintre mediile menționate (ex.: campanii care au inclus radio și online sau campanii care au inclus TV și online).</u>
Raspuns 19	Da, pentru demonstrarea experienței Managerului de proiect, fiecare campanie relevantă la care a participat în calitate de Manager de proiect, poate include oricare combinație de medii. Conform prevederilor din caietul de sarcini Experiența solicitată pentru Managerul de proiect pag. 20 trebuie să provină din <i>“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.”</i>
Intrebare 20	Referitor la experiența solicitată pentru poziția de Manager de creație, în Fișa de date a achiziției, punctul II.2.5 – Criterii de atribuire, se menționează că aceasta trebuie demonstrată în cadrul unor campanii de informare/educare adresate elevilor, care au integrat cel puțin publicitate radio-TV și/sau publicitate outdoor și/sau publicitate online. De asemenea, în Caietul de sarcini (pag. 20) se prevede că Managerul de creație trebuie să fi participat la minimum o campanie de informare/educare adresată elevilor, care a integrat cel puțin publicitate radio-TV și/sau publicitate outdoor și/sau publicitate online. Solicitare: <u>Vă rugăm să confirmați că înțelegerea noastră este corectă și că fiecare campanie relevantă pentru demonstrarea experienței Managerului de creație poate integra oricare două dintre mediile menționate (ex.: campanii care au inclus radio și online sau campanii care au inclus TV și online).</u>
Raspuns 20	Da, pentru demonstrarea experienței Managerului de creație, fiecare campanie relevantă poate include oricare combinație de medii, chiar și un singur tip (ex. doar radio-TV, doar online sau doar outdoor). Conform prevederilor din Caietul de sarcini Experiența solicitată pentru Managerul de proiect pag. 20 trebuie să provină din <i>“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.”</i>
Intrebare 21	Va rugam sa ne puneți la dispoziție Caietul de sarcini si Formulare in format editabil.
Raspuns 21	A se vedea Raspunsul nr. 1 din prezenta Clarificare.
Intrebare 22	În Formularul nr. 7 – Propunere financiară, Centralizator este menționat un număr total de 14.000 kit-uri pentru școli/liceu/conferințe. Totodată, în Caietul de sarcini, punctul 3.4 (pag. 8–10), sunt descrise distinct tipurile de kit-uri (pentru școli, pentru licee și pentru conferințe), fiecare având conținut diferit. Vă rugăm să clarificați: care este repartizarea exactă a celor 14.000 kit-uri între școli, licee și conferințe; dacă nu există o repartizare prestabilită, vă rugăm să confirmați că aceasta poate fi propusă de ofertant în cadrul ofertei
Raspuns 22	Autoritatea contractanta nu are o repartizare prestabilita a celor 14.000 kit-uri pentru școli, licee și conferințe, repartizarea realizandu-se in perioada de derulare a contractului.
Intrebare 23	În documentația de atribuire se menționează că durata contractului este de 12 luni de la semnarea acestuia, cu estimarea semnării în semestrul II al anului 2025. Totodată, OUG nr. 41/2025 din 19 august 2025 prevede că toate contractele finanțate prin PNRR trebuie finalizate cel târziu până la 31 august 2026. În acest context, vă rugăm să precizați: - dacă proiectul se va mai realiza având în vedere această limitare; - dacă durata contractuală de 12 luni va fi ajustată astfel încât implementarea să se finalizeze cel târziu la 31 august 2026; sau - dacă se va menține perioada strict de 12 luni de la semnarea contractului, chiar dacă aceasta ar depăși termenul-limită stabilit prin OUG nr. 41/2025.

Raspuns 23	Se va respecta Nota la Anexa 1 la Formularul nr. 7 FORMULARUL DE PROPUNERE FINANCIARA în care se menționează: <i>“Indiferent de numarul de luni de prestare a serviciilor de catre Echipa de proiect si de creatie, Autoritatea contractanta se obliga sa plateasca doar suma maxima din coloana 5 “Valoare” aferenta activitatii “Echipa de proiect și de creație/ luna (inclusiv activitățile de promovare pe canale media - reportaje/ emisiuni). In implementarea contractului aceasta suma nu se va majora/diminua indiferent de numarul de luni de prestare si nici in cazul in care durata contractului se prelungeste peste 12 luni sau activitatea de prestare se finalizeaza mai devreme de 12 luni”</i> Numarul de luni de prestare a serviciilor de catre Echipa de proiect si de creatie este orientativ, respectiv pentru compararea ofertelor si pentru efectuarea platilor lunare, ținându-se cont de termenul-limită stabilit prin OUG nr. 41/2025 care prevede că toate contractele finanțate prin PNRR trebuie finalizate cel târziu până la 31 august 2026.
Intrebare 24	Referitor la procedura de Licitatie Deschisă pentru atribuirea contractului de achiziție publică aferentă anunțului CN1084448, Având in vedere sect II.1.4 din fisa de date: Sistemul Electronic de Achizitii Publice II.1.4 Descrierea succinta a contractului sau a achizitiei/achizițiilor Obiectul prezentului Contract este Proiect 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”, în conformitate cu prevederile Caietului de sarcini si ale legislatiei in domeniu. In conformitate cu prevederile art. 160 alin. (1) din Legea nr. 98/2016 cu modificarile si completarile ulterioare, termenul limita pana la care orice operator economic interesat de participarea la procedura de achizitie publica are dreptul de a solicita clarificari sau informatii suplimentare in legatura cu documentatia de atribuire este cu 18 zile inainte de termenul limita de depunere a ofertelor. In conformitate cu prevederile art. 160 alin. (2) din Legea 98/2016 cu modificarile si completarile ulterioare, Autoritatea Contractanta stabileste un singur termen limita in care va raspunde tuturor solicitarilor de clarificare/ informatiilor suplimentare, dupa cum urmeaza: cu 11 zile inainte de termenul limita de depunere a ofertelor. Termenul de raspuns la clarificari a fost stabilit astfel incat operatorii economici sa aiba o perioada adecvata pentru analizarea documentatiei de atribuire si, ulterior, pentru elaborarea ofertelor prin prisma raspunsurilor oferite de Autoritatea Contractanta. Avand in vedere ca la data prezentei, cu mai putin de 11 zile inaintea termenului limită stabilit pentru 22.09.2025 nu ați publicat raspunsurile la solicitarile de clarificare adresate, Pentru asigurarea legalității procedurii, vă rugăm respectuos să publicați răspunsurile la solicitările de clarificare și să emiteți o erată prin care extindeți termenul de depunere a ofertelor pentru a asigura respectarea intervalului de 11 zile inaintea termenului limită de depunere stabilit prin art. 160 (1) din Legea 98/2016.
Raspuns 24	Avand in vedere faptul ca pe parcursul derulării procedurii de achiziție publică operatorii economici au adresat Autorității Contractante intrebari, care vizează aspecte tehnice privind Caietul de Sarcini, Fisa de date a achizitiei, autoritatea contractanta a prelungit termenul de depunere a ofertelor, astfel incat dupa publicarea raspunsurilor la solicitarile de clarificari formulate de operatorii economici si a clarificarii din oficiu, orice operator economic interesat să dispună de un timp rezonabil necesar pentru obținerea informațiilor complete și relevante pentru elaborarea ofertei. A se vedea Anuntul de schimbare la Anuntul de participare nr. CN1084448/11.08.2025.
Intrebare 25	La pagina 11 a Caietului de Sarcini se menționează: „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.” Dorim să clarificăm dacă, în propunerea tehnică, trebuie să includem această listă de sugestii pentru unitățile de învățământ sau dacă aceasta, va fi inclusă ulterior în raportul inițial al contractului.

Raspuns 25	Conform prevederilor din Caietul de sarcini pag. 11, “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.” Lista de 140 unități de învățământ nu va fi inclusă în propunerea tehnică ci ulterior, în derularea Campaniei, în raportul inițial al contractului unde contractantul va realiza baza de date cu sugestiile de unități de învățământ la care se vor organiza workshop-uri care va cuprinde numele unității, datele de contact, localitate, județ, astfel încât să fie atinse toate județele.
Intrebare 26	Pentru realizarea clipurilor video promoționale de 1–3 minute, este acceptat ca aceeași personalitate din mediul online să apară în mai multe clipuri? De exemplu, o persoană publică din domeniul sportiv să fie prezentă atât în spotul pentru București–Ilfov, cât și în cel pentru Brașov.
Raspuns 26	Conform prevederilor din Caietul de sarcini pag. 12 pentru realizarea clipurilor video promoționale de 1–3 minute “Se vor selecta vectori de imagine cu influență puternică și recognoscibilă în spațiul public diferiți pentru fiecare clip.” Același vector/vectori de imagine pot apărea în mai multe clip-uri dar vectorul principal va fi diferit pentru fiecare clip în parte.
Intrebare 27	La pagina 12 a Caietului de Sarcini se menționează: „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 [...] Câștigătorii desemnați de Contractant și Beneficiar vor fi invitați să participe la realizarea primului clip video [...] De asemenea vor fi premiați cu un kit de festivitate.” Dorim să întrebăm dacă Beneficiarul poate detalia și completa structura și programul concursului descris.
Raspuns 27	A se vedea Raspuns nr. 10 din prezenta Clarificare.
Intrebare 28	La pagina 14 a Caietului de Sarcini se menționează realizarea de spoturi video și radio (de câte 40, respectiv 30 de sec), iar la pagina 21 este prezentat un plan generic de strategie de comunicare pentru televiziune, radio și presă scrisă. Dorim să confirmăm dacă activitățile de promovare menționate se realizează prin difuzarea spoturilor anterior menționate în cadrul reportajelor/emisiunilor existente pe posturile tv/radio, sau dacă difuzarea acelor spoturi nu are nimic în comun cu realizarea de reportaje/emisiuni care e menționată la pagina 21, iar aceste două cerințe trebuie tratate total separat.
Raspuns 28	Conform prevederilor din Caietul de sarcini pag. 15, Spot-urile video și radio (de câte 40, respectiv 30 de sec) : <i>“[...]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.</i> <i>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.”</i> Difuzarea spot-urile video și radio (de câte 40, respectiv 30 de sec) nu are nimic în comun cu realizarea de reportaje/emisiuni care e menționată la pagina 21, aceste două cerințe trebuie tratate separat. Strategia de comunicare, Conform prevederilor din caietul de sarcini pag. 21, va cuprinde: <i>“[...]un plan media generic în vederea asigurării promovării proiectului, pentru fiecare canal de comunicare:</i>

	Televiziune – planul vizează televiziuni cu acoperire națională unde vor fi difuzate reportaje și emisiuni ținând cont de segmentul țintă de public vizat. 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/emisuni în care sunt teme de discuții ce vizează evenimentele rutiere). 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. 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: 1 reportaj pe lună pe canalele media Radio cu difuzare națională. Presa scrisă - planul vizează editoriale cu acoperire națională unde vor fi difuzate reportaje ținând cont de segmentul țintă de public vizat. 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: 1 articol pe lună în presa scrisă.”
Intrebare 29	La pagina 16 se menționează: „Pозиțiile 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.” Dorim să clarificăm dacă, în acest context, Beneficiarul este responsabil să asigure toate permisiunile necesare, iar noi, în calitatea de
Raspuns 29	Datorită erorii de redactare Autoritatea Contractantă nu a înțeles clar la ce întrebare se referă ofertantul. În cazul în care se face referire la responsabilitatea privind avizele de amplasare a Materialelor de promovare out-door – panouri publicitare, dorim să clarificăm faptul că orice aviz necesar cade în sarcina Autorității contractante.
Intrebare 30	În Fișa de date a achiziției se menționează că răspunsurile la solicitările de clarificări se vor publica cu 11 zile înainte de termenul de depunere. Având în vedere că termenul de depunere este stabilit pentru data de 22.09.2025, iar astăzi suntem în data de 15.09.2025, vă rugăm să ne confirmați dacă procedura de depunere se desfășoară conform calendarului inițial sau dacă au intervenit modificări în acest sens.
Raspuns 30	A se vedea Răspuns nr. 24 din prezenta Clarificare.
Intrebare 31	Vă rugăm să ne comunicați stadiul actual al licitației. Au fost transmise în SEAP, în termenul prevăzut în fișa de date, întrebări de clarificare, iar autoritatea contractantă trebuia să publice răspunsurile cu cel puțin 11 zile înainte de termenul de depunere. Am urmărit în SEAP derularea procedurii și am constatat că nu au fost publicate răspunsurile la clarificări și nici alte informații privind desfășurarea licitației. Având în vedere termenul de depunere afișat în SEAP, respectiv 22.09.2025, vă rugăm să ne oferiți detalii referitoare la situația procedurii.
Raspuns 31	A se vedea Anuntul de schimbare la Anuntul de participare nr. CN1084448/11.08.2025.

CLARIFICARE DIN OFICIU

1	Modelul de contract 14. Incepere, finalizare, intarzieri, incetare, suspendare 14.2. – „(1) Serviciile prestate in baza prezentului contract trebuie finalizate in termenul prevazut la art. 7.2. din prezentul contract” se modifica dupa cum urmeaza: 14.2. – „(1) Serviciile prestate in baza prezentului contract trebuie finalizate in termenul prevazut la art. 7 din prezentul contract”
----------	---