



Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 6: Educație și competențe

Cod apel: POCU/829/6/13/Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non-universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare/ cercetare/ inovare la un potențial loc de muncă, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform

Proiect: SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ, SMIS 141037

Beneficiar: EASTERN MARKETING INSIGHTS SRL

Parteneri: ASOCIAȚIA IUBIRE ȘI ÎNCREDERE

ASOCIATIA IUBIRE SI INCREDERE

Președinte

Daniela Doroșincă



Documentația de atribuire a contractului de Servicii organizare campanie de informare GT

Cod CPV - 79341400-0 - **Servicii de campanii de publicitate**

în cadrul proiectului SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ – cod proiect 141037

Etapa I: Organizarea și derularea programe de învățare prin experiență practică, furnizarea de servicii de consiliere și orientare profesională

Subactivitate

I.1 Organizarea unei campanii de informare a publicului cu privire la activitățile aferente etapei I

Nr. POCU 141037/ 09/21.01.2021



Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 6: Educație și competențe

Cod apel: POCU/829/6/13/Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non-universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare/ cercetare/ inovare la un potențial loc de muncă, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform

Proiect: SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ, SMIS 141037

Beneficiar: EASTERN MARKETING INSIGHTS SRL

Parteneri: ASOCIAȚIA IUBIRE ȘI ÎNCREDERE

ASOCIATIA IUBIRE SI INCREDERE

Nr. 09/21.01.2021

Președinte

Daniela Doroșincă

Cerere de ofertă privind achiziția de **Servicii organizare campanie de informare GT**

Cod CPV - 79341400-0 - **Servicii de campanii de publicitate**

în cadrul proiectului SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ – cod proiect141037

Etapa I: Organizarea și derularea programe de învățare prin experiență practică, furnizarea de servicii de consiliere și orientare profesională

Subactivitate

I.1 Organizarea unei campanii de informare a publicului cu privire la activitățile aferente etapei I

Asociația *Iubire și Încredere*, partener în cadrul proiectului SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ – cod proiect141037 vă invită să transmiteți o propunere tehnico – financiară pentru furnizarea de **Servicii organizare campanie de informare GT**, Cod CPV - 79341400-0 - **Servicii de campanii de publicitate** în cadrul proiectului mai sus menționat conform specificațiilor din caietul de sarcini atașat!

Termen de răspuns: 31.01.2022 (inclusiv), ora 16:00, la adresa: Str.Armeană nr.2A Iași, în plic închis cu mențiunea A NU SE DESCHIDE ÎNAINTE DE DATA DE 31.01.2022, ORA 16.00.

Coordonator Partener AII

Ferghete Sabin Marian



Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 6: Educație și competențe

Cod apel: POCU/829/6/13/Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non-universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare/ cercetare/ inovare la un potențial loc de muncă, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform

Proiect: SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ, SMIS 141037

Beneficiar: EASTERN MARKETING INSIGHTS SRL

Parteneri: ASOCIAȚIA IUBIRE ȘI ÎNCREDERE

ASOCIATIA IUBIRE SI INCREDERE

Președinte

Daniela Doroșincă

Caiet de sarcini privind achiziția directă de:

Servicii organizare campanie de informare GT

Cod CPV - 79341400-0 - Servicii de campanii de publicitate

în cadrul proiectului SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ – 141037

Etapa I: Organizarea și derularea programe de învățare prin experiență practică, furnizarea de servicii de consiliere și orientare profesională

Subactivitate

I.1 Organizarea unei campanii de informare a publicului cu privire la activitățile aferente etapei I



1. Informații generale

Scopul acestei activități este de a spori gradul de informare al publicului, potențial membru al grupului țintă, la oportunitățile oferite de prezentul proiect prin activitățile sale specifice – program de formare antreprenorială, metodologia de selecție a grupului țintă și, ulterior a planurilor de afacere sprijinite.

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 6: Educație și competențe

Cod apel: POCU/829/6/13/Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non-universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare/ cercetare/ inovare la un potențial loc de muncă, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform

Proiect: SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ, SMIS 141037

Beneficiar: EASTERN MARKETING INSIGHTS SRL

Parteneri: ASOCIAȚIA IUBIRE ȘI ÎNCREDERE

Obiectivul general al proiectului: Facilitarea inserției pe piața muncii a absolvenților de învățământ terțiar în corelare cu nevoile pieței muncii prin susținerea înființării a 22 de întreprinderi cu profil non-agricol în Regiunea Nord-Est. Proiectul va contribui la realizarea obiectivelor programului și al apelului printr-o serie de măsuri integrate de formare a competențelor antreprenoriale, organizare a stagiilor de practică, organizarea și derularea de întreprinderi simulate, concurs de planuri de afacere, furnizarea serviciilor personalizate de consiliere/ consultanță/ mentorat ulterior finalizării procesului de selecție a planurilor de afaceri, organizarea de evenimente de susținere a antreprenoriatului, decontarea sumelor aferente planurilor de afacere, monitorizarea funcționării și dezvoltării afacerilor finanțate în perioada de implementare a planurilor de afaceri, precum și în perioada de sustenabilitate a acestora.

Obiectele specifice ale proiectului:

1. OS 1. Dezvoltarea competențelor antreprenoriale a 341 de persoane din grupul țintă prin furnizarea de cursuri de formare antreprenorială în scopul de a genera un număr cât mai mare de afaceri la nivelul Regiunii Nord-Est;



2. OS 2. Sprijinirea membrilor GT în vederea identificării sectorului economic cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniilor de specializare inteligentă conform SNCDI; Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

3.OS 3. Familiarizarea a 25 de membri ai grupului țintă cu activitățile specifice ale unei firme reale prin organizarea și derularea a 25 de întreprinderi simulate;

4. OS 4. Selectarea a 22 de planuri de afaceri spre finanțare și a 3 planuri de pe lista de rezervă, în ordinea descrescătoare a punctajelor obținute;

5. OS 5. Formarea competențelor practice în domeniul antreprenoriatului pentru 25 de membri ai grupului țintă prin derularea de stagii de practică;

6. OS 6. Furnizarea serviciilor personalizate de consiliere/ consultanță/ mentorat ulterior finalizării procesului de selecție a planurilor de afaceri către un număr de 25 de membri ai grupului țintă;

7. OS 7. Facilitarea și sprijinirea demarării, dezvoltării și funcționării afacerilor înființate de către membrii grupului țintă prin acordarea a 22 de ajutoare de minimis pentru cele mai bune planuri de afaceri din Regiunea Nord-Est, precum și prin monitorizarea funcționării și dezvoltării afacerilor finanțate;

8. OS 8. Asigurarea sustenabilității în ultimele șase luni ale proiectului prin monitorizarea afacerilor finanțate, dezvoltarea de mecanisme de susținere și promovare a acestora și integrarea rezultatelor și a experienței acumulate în cadrul proiectului în politicile și strategiile solicitantului și partenerului, precum și a mediului de afaceri din Regiunea de Nord-Est.

Grupul țintă al proiectului: 341 persoane din categoriile: - 336 de studenți studenți (ISCED 5-7) (pentru ca o persoană din categoria de grup țintă eligibil studenți să fie eligibil – trebuie să demonstreze la data intrării în operațiune (prima zi de curs de formare profesională în competențe antreprenoriale) că este înmatriculat cel puțin în anul 2 de studii de licență, din care cel puțin 35 din mediul rural; - 5 doctoranzi în ciclul de studii universitare de doctorat (studenți doctoranzi).

Indicatori prestabiliți de realizare:

Nr. Crt.	Denumire indicator	Unitate măsură	Valoare țintă
1	Persoane (cursanți, studenți) care beneficiază de sprijin pentru tranziția de la școală la viața activă	Nr.	341.00



UNIUNEA EUROPEANĂ



2	Persoane (cursanți, studenți) care beneficiază de sprijin pentru tranziția de la școală la viața activă, din care: - Din mediul rural	Nr.	35.00
3	Persoane (cursanți, studenți) care beneficiază de sprijin pentru tranziția de la școală la viața activă, din care: - SEN	Nr.	0.00
4	Persoane (cursanți, studenți) care beneficiază de sprijin pentru tranziția de la școală la viața activă, din care: - Roma	Nr.	0.00

Necesitatea acestei activități este argumentată de datele furnizate de Barometrul antreprenoriatului românesc 2019.

Acesta subliniază faptul că printre dificultățile inițierii și derulării unei afaceri în România se numără: accesul la finanțare, 64% dintre respondenți considerând a fi dificil și foarte dificil accesul la finanțare; formarea antreprenorială, 86% dintre antreprenorii de start-up și 61% dintre antreprenorii maturi considerând că educația primită de tinerii români în școală/ universitatea nu îi pregătește pe aceștia pentru a deveni antreprenori. În acest sens, este necesară organizarea și derularea unei activități de informare cu privire la programul de formare antreprenorială, precum și cu privire la metodologia de selecție a grupului țintă și, ulterior, a planurilor de afaceri ce vor fi sprijinite în cadrul proiectului, contribuind astfel la diminuarea problemelor cu care se confruntă persoanele interesate de inițierea și derularea unei afaceri.

PROCEDURA ACHIZIȚIEI PUBLICE:

Procedura selectată: **ACHIZITIE DIRECTĂ**

Legislația aplicată:

- Ordinul Ministerului Fondurilor Europene nr. 1284 / 08.08.2016, privind aplicarea Procedurii competitive aplicabile solicitanților / beneficiarilor privați pentru atribuirea contractelor de servicii, servicii sau lucrări finanțate din fonduri europene, cu modificările și completările ulterioare.

- Legea Nr. 98/2016 din 19 mai 2016 privind achizițiile publice

- Hotărârea Guvernului nr. 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice

Valoarea estimată a contractului: 37,815.13 lei fara TVA

Valoare TOTALA estimată 45000,00 lei (cu TVA Inclus)



Durata contractului: de la data semnării, dar nu mai târziu de 20.06.2022.

2. Descrierea activității:

În vederea informării publicului cu privire la oportunitățile oferite în cadrul proiectului vor fi parcurse o serie de acțiuni menite să asigure derularea optimă a acțiunilor aferente campaniei de informare în mediul offline și online.

În cadrul acțiunilor ce se vor desfășura în cadrul acestei subactivități, vor fi atinse următoarele obiective:

- Selectarea mediilor și canalelor care au puterea de a recepta și distribui mesajele campaniei către grupul țintă a campaniei;
- Transmiterea temelor campaniei (programul de formare antreprenorială, metodologia de selecție a grupului țintă și, ulterior a planurilor de afacere sprijinite) pe canale de promovare online;
- Informarea publicului cu privire la aceste teme și la elementele specifice ale proiectului prin întâlniri față în față, online sau mixte;
- Întreprinderea de acțiuni și implementarea de instrumente de promovare online.

În ceea ce privește organizarea campaniei de informare în mediu offline vor fi parcurse o serie de acțiuni menite să asigure derularea optimă a acestei activități, conform cerințelor prezentei documentații de atribuire.

Personalul implicat în această activitate va selecta informațiile necesare a fi incluse în materialele informative – programul de formare antreprenorială (informații generale despre curs, numărul de ore, modalitatea de furnizare a cursului, condiții de acces a cursanților etc.), metodologia de selecție a grupului țintă (criteriile de selecție, calendarul de desfășurare a activității, documente necesare pentru depunerea dosarului etc.), metodologia de selecție a planurilor de afacere ce vor fi sprijinite în cadrul proiectului.

Ca urmare a contextului pandemic, o mare parte a acestei campanii va fi organizată în mediul online, dat fiind faptul că potențialii beneficiari ai proiectului nostru sunt tineri, studenți, conectați cu rețelele sociale și obișnuiți cu activitatea didactică în mediul online, dat fiind faptul că majoritatea universităților își țin sau și-au ținut astfel cursurile din cauza restricțiilor.

De menționat este faptul că mijloacele de informare vizate de organizarea campaniei de promovare sunt:



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020

Nr. Crt.	Cerință tehnică	Descriere	Livrabile așteptate
1.	Promovare tradițională: prin interacțiuni față în față, online sau mixte și prin distribuirea de materiale suport informative către potențialii beneficiari;	<p>Vor fi organizate minim 5 de întâlniri cu potențialii beneficiari – Întâlnirile vor fi organizate atât în fizic - dacă situația pandemică o va permite cât și online sau mixte – atunci când achizitorul va considera a fi necesar - în care vor fi prezentate detaliile proiectului, metodologia de implementare și oportunitățile de care studenții au posibilitatea de a beneficia</p> <p>Prestatorul va realiza următoarele materiale de promovare:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Flyer informativ format 1/3*A4, față – verso, color2. Afiș prezentare proiect format A3, full color;3. Pliant de prezentare detaliată a proiectului și a ofertei în domeniul antreprenoriatului de care studenții din regiunea de dezvoltare N – E pot beneficia prin înscrierea în grupul țintă al proiectului.4. Mapă de prezentare cu elementele de identitate și însemnele proiectului, format A4, full color, carton lucios, 1 big și buzunar. <p>Prestatorul va pune la dispoziția implementării campaniei numărul de mape de prezentare cuprinzând toate materialele menționate mai sus pentru a fi diseminate în cadrul sesiunilor de informare organizate în cadrul proiectului, care vor fi necesare pentru întâlnirile ce vor fi organizate în format fizic, în funcție de toate .</p> <p>De asemenea, prestatorul va pune la dispoziția achizitorului materiale similare celor de mai sus, dar disponibile în format electronic, pentru a fi distribuite participanților la sesiunile de informare care vor fi organizate on-line.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Dovada organizării întâlnirii – fotografii din cadrul evenimentului/print screen întâlnire online;- Listă de prezență – semnată de către participanții la întâlnire sau extras din platforma electronică care a susținut întâlnirea online;- Dovada transmiterii materialelor informative cu privire la scopul, obiectivele și beneficiile proiectului - mapă de prezentare sau documentație în format electronic.
2.	Roll-up prezentare proiect - 1 buc	Va fi realizat un roll-up de prezentare al proiectului cu însemnele acestuia, ale partenerilor și ale finanțatorului.	<ul style="list-style-type: none">- Realizare roll-up proiect.

		<p>Achizitorul va pune la dispoziția prestatorului informația necesară pentru realizarea acestui material, iar prestatorul va realiza producția grafică a acestuia respectând cerințele prezentei documentații de atribuire și ale Manualului de Identitate Vizuală POCU și îl va transmite spre avizare achizitorului, iar abia după transmiterea bunului de tipar, se va realiza producția materialului.</p>	
2.	<p>Promovare de tip Google Adwords sau echivalent – text, imagine, video - bazată pe lista de cuvinte cheie aprobată în prealabil de Beneficiar;</p>	<p>Va fi organizată o campanie de tip Google Adwords sau echivalent – text, imagine, video - bazată pe lista de cuvinte cheie aprobată în prealabil de Beneficiar;</p> <p>Scopul acestei campanii este acela de a populariza pagina web dedicată proiectului și a facilita accesul persoanelor interesate la informațiile privitoare la metodologia de selecție a grupului țintă, scopul și obiectivele proiectului, precum și la beneficiile pe care le pot obține studenții care aleg să facă parte din grupul țintă al proiectului.</p> <p>Astfel, va fi optimizat pentru motoarele de căutare ale GOOGLE pagina proiectului de pe website-ul achizitorului www.iubiresiincredere.ro utilizând o listă de cuvinte cheie care va fi înaintată spre aprobare achizitorului, în prealabil. Lista va cuprinde cuvinte cheie relevante pentru scopul campaniei și în acord cu interesele și obiceiurile de căutare ale persoanelor din targetul vizat pentru selecția grupului țintă, respectiv persoane cu vârsta cuprinsă între 18 și 65 de ani, cu domiciliul într-unul dintre județele regiunii de dezvoltare Nord – Est, care frecventează cursuri universitare de licență, masterat sau doctorat.</p> <p>În elaborarea metodologiei de optimizare SEO a website-ului proiectului, ofertantul va urmări crearea de conversii optimizate – să transforme vizitatorul pe pagina proiectului în beneficiar înscris în grupul țintă al proiectului, iar în acest sens va urmări principiile care stau la baza unei astfel de strategii precum: USP, introducerea de imagini/video-uri care să prezinte subiecte de interes, evidențierea beneficiilor ofertei</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborarea unui plan de promovare online ce va include alocarea de resurse, obiective și mod de implementare; - Implementarea planului de promovare online – întreprinderea acțiunilor presupuse de instrumentele de promovare online identificate în planul de promovare; - Elaborarea unui plan de măsurare a impactului generat; - Furnizarea unui raport asupra măsurilor implementate în cadrul campaniei și a impactului generat de acestea. Se vor insera în acest raport și informații furnizate de platforma Google Analytics

		<p>proiectului pentru potențialii beneficiari, dovezi sociale și indiciatori de încredere, urmărirea obiectivului de conversie – call to action: înscriere în grupul țintă al proiectului.</p> <p>Prestatorul va implementa o campanie de tip Google Display în cadrul căreia va promova o serie de bannere online cu link către pagina web a proiectului și va urmări generarea de trafic pe pagina web a proiectului.</p> <p>Ofertantul va urmări în permanență modul de interacțiune al utilizatorilor website-ului, pentru a putea identifica de urgență dacă și care sunt motivele pentru care un utilizator părăsește pagina înainte de a descărca metodologia de selecție și formularele anexe în vederea înscrierii în GT și va interveni de urgență în optimizarea elementelor care contribuie la rata de abandon a utilizatorilor.</p> <p>De asemenea, în sarcina prestatorului va intra optimizarea website - ului cu rețelele sociale prin intermediul unuia TOOL pentru conectarea pe rețelele de socializare al vizitatorilor de pe site și transmiterea de mesaje de reamintire.</p>	<p>cu privire la traficul generat pe website-ul proiectului, modul de acțiune al utilizatorilor în interiorul site-ului, timp petrecut pe site și care sunt paginile accesate, download documente de înscriere etc.</p>
<p>- Promovare pe site-uri cu impact în zona educațională;</p>		<p>Prestatorul va publica un număr de 10 de bannere online cu link direct către pagina web a proiectului, pe site-uri cu impact în zona educațională, care vor rămâne active o perioadă de minim 30 de zile de la momentul publicării.</p> <p>La momentul transmiterii ofertei, ofertantul va furniza spre aprobarea comisiei de evaluare a prezentei proceduri de achiziții o listă cu minim 20 de website-uri pe care intenționează publicarea bannerului online.</p> <p>Prestatorul va realiza producția bannerului online, respectând manualul de identitate vizuală al</p>	<p>- Dovada publicării a 10 bannere și a perioadei în care acestea au fost active pe site-urile respective;</p>



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

		operatorului de program și va transmite achizitorului spre avizare materialul, înainte de a fi publicat.	
	- promovare în mediile de socializare online cu impact în rândurile persoanelor care respectă condițiile de eligibilitate a membrilor grupului țintă aferent prezentului apel de proiecte – imagine, video (Facebook, Instagram, Youtube sau echivalent).	<p>Va fi realizată o campanie de promovare utilizând rețelele sociale care va cuprinde:</p> <ul style="list-style-type: none">- Minim 20 de postări sponsorizate pe paginile de Facebook și Instagram ale achizitorului dedicate proiectului, cu audiența targetată conform referințelor publicului țintă vizat și urmărind obținerea unui număr minim de 5000 de vizualizări/postare.- Pe Canalul de Youtube al achizitorului vor fi postate minim 10 video-uri prezentând testimoniale ale unor antreprenori beneficiari de ajutor de minimis în cadrul unor proiecte cu finanțare europeană, precum și informații despre beneficiile de care pot avea parte studenții ca urmare a înscrierii în cadrul proiectului. Achizitorul va asigura montajul video al filmărilor transmise de către antreprenori, publicarea acestora pe canalul de YouTube și promovarea acestora către populația targetată de interes pentru scopul campaniei. Prestatorul va avea în vedere atingerea unui minim de 5000 de vizualizări per video postat.- De asemenea, va fi înființat un canal de Tik Tok dedicat audienței targetate unde vor fi publicate informații despre proiect precum și video-urile sau extrase relevante din fiecare dintre acestea. Prestatorul va realiza montajul materialelor video și publicarea acestora, precum și promovarea lor către audiența țintă a proiectului, urmărind atingerea unui minim de 5000 de vizualizări per clip.	

Ofertantul va transmite o propunere tehnică care va cuprinde toate elementele prezentei documentații de atribuire descrise în detaliu cu accent pe modul de îndeplinire al cerințelor, rezultate estimate și mod de gestionare și obținere a rezultatelor vizate, sub forma unei metodologii de implementare a contractului de servicii ținând cont de următoarele aspecte:



- promovare tradițională: prin interacțiuni față în față, online sau mixte și distribuirea de materiale suport informative;

- toate materialele realizate în cadrul prezentei campanii vor respecta condițiile prevăzute de Manual de Identitate Vizuala pentru Instrumente Structurale 2014-2020. În vederea realizării informării publicului vor fi parcurse următoarele activități:

- Elaborarea unui plan de promovare online ce va include alocarea de resurse; - Implementarea planului de promovare – întreprinderea acțiunilor presupuse de instrumentele de promovare identificate în planul de promovare;

- Realizarea unui canal de youtube in care vor fi publicate toate materialele video ce reies din activitățile campaniei de informare;

- Monitorizarea campaniei și optimizarea rezultatelor. Acordarea șansei de participare la campania de informare a publicului se va realiza respectându-se principiul egalității de șanse și non-discriminării și vor fi adaptate în funcție de nevoile și specificul activității.

Tema orizontală la care contribuie această activitate face referire la principiul egalității de șanse și non-discriminării, fiind adresată tuturor persoanelor din categoriile de grup țintă specificate în metodologia de selecție a acestuia.

Pentru desfășurarea acestei activități este nevoie de achiziționarea următoarelor:

- Servicii organizare campanie de informare GT – necesare pentru asigurarea logistică a campaniei de informare a publicului privind oportunitățile oferite (materiale suport informative; infrastructura necesară prezentării informațiilor etc)

3. CRITERII DE ATRIBUIRE: PRETUL CEL MAI SCAZUT.

4. CRITERII DE CALIFICARE SI SELECTIE:

4.1 Ofertantul trebuie să completeze Declarația pe propria răspundere privind neîncadrarea în situațiile de conflict de interese, conform Ordonanței de urgență a Guvernului României nr. 66/2011 (Formularul 1 atașat prezentei documentații).

Persoanele cu funcție de decizie, din cadrul Asociației Iubire si Incredere sunt:

1. Dorosinca Daniela – Presedinte

2. Ciobanu Andreea – Vice - președinte



3. Dorosinca Rodica – Membru

4. Mihăilă Diana – Reprezentant Legal

Comisia de evaluare oferte:

Presedinte: Ferghete Sabin Marian

Membru comisie: Dabija Mariana

Membru comisie: Mihăilă Diana

4.2 Capacitatea de exercitare a activității profesionale se dovedește de ofertantul selectat în urma evaluării prin Certificat constatator emis de ORC/Autorizație de funcționare/Extras din RAF/Act constitutiv/orice alt document care demonstrează posibilitatea prestării serviciului.

5. DATA, ORA ȘI LOCUL DEPUNERII OFERTELOR:

Până pe 31.01.2022 (inclusiv), ora 16:00, la adresa: Str.Armeana nr.2A Iași, în plic închis cu mențiunea A NU SE DESCHIDE ÎNAINTE DE DATA DE 31.01.2022, ORA 16.00.

Fiecare ofertant va depune un plic care conține:

- Oferta tehnica
- Oferta financiara
- Declaratie (formular 1)
- Documente care atesta capacitatea de a presta serviciile care fac obiectul

Pe plic se va mentiona „Dosar achizitie -**Servicii organizare campanie de informare GT** în cadrul proiectului SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ – cod proiect 141037

Candidatul/Ofertantul nu are dreptul, în cadrul aceleiași proceduri :

- a) să participe la două sau mai multe asocieri de operatori economici;
- b) să depună candidatura/oferta individuală și la o altă candidatură/ ofertă comună;



c) să depună ofertă individuală și să fie nominalizat ca subcontractant în cadrul unei alte oferte.

6. Modul de întocmire al propunerii tehnice și financiare:

Modul de întocmire al propunerii tehnice

Pentru prezentarea propunerii tehnice, ofertanții trebuie să răspundă punctual la toate cerințele de mai sus, să detalieze și să argumenteze în propunerea tehnică modalitatea în care sunt îndeplinite aceste cerințe.

Propunerea tehnică trebuie să cuprindă în totalitate cerințele solicitate și să ofere în detaliu precizări și argumente cu privire la modul de îndeplinire al acestora, astfel încât comisia de evaluare să aibă posibilitatea evaluării corespunzătoare.

În cazul în care propunerea tehnică nu acoperă în totalitate cerințele solicitate, nu oferă informații complete, nu oferă informații argumentate sau nu îndeplinește cerințele solicitate, comisia de evaluare are dreptul să declare oferta ca fiind necorespunzătoare.

Completarea necorespunzătoare a formularelor-tip, omiterea vreunei informații solicitate în documentația de achiziție sau prezentarea unei oferte inferioare din punct de vedere al specificațiilor tehnice menționate în caietul de sarcini, reprezintă riscuri asumate de către ofertant care pot avea drept urmare respingerea ofertei.

Modul de întocmire al propunerii financiare

Operatorul economic participant în cadrul prezentei proceduri va întocmi și va transmite în cadrul documentației de ofertă o propunere financiară – document distinct - în cadrul căreia va menționa prețul oferit pentru serviciile care fac obiectul prezentei proceduri de achiziție, ținând cont de absolut toate serviciile solicitate prin documentația de atribuire, felul acestora, specificul și rezultatele așteptate, precum și de toate serviciile adiacente necesare pentru atingerea obiectivelor contractului de servicii, precum personal implicat, copywriting pentru materialele realizate în cadrul campaniei, grafică publicitară, spațiu publicitar, etc.

De asemenea, în cadrul propunerii financiare ofertantul va menționa perioada de valabilitate a ofertei transmise, care va fi de cel puțin 90 de zile de la data transmiterii ofertei.

7. Plata serviciilor:



Achizitorul se obligă să plătească prețul serviciilor către prestator în termen de 30 zile calendaristice de la data încheierii procesului verbal de recepție și înregistrării facturii la achizitor, numai dacă sunt bani în contul proiectului.

Plata se va realiza prin ordin de plată sau orice alt instrument bancar.

8. Cerințe privind cadrul general de livrare și recepție:

Serviciile care fac obiectul prezentei proceduri vor fi prestatate în baza metodologiei de implementare și a graficului de prestare agreed de ambele părți la prima întâlnire care va fi organizată după semnarea contractului de servicii.

Recepția cantitativă și calitativă se va efectua de către o comisie de recepție constituită din reprezentanți ai achizitorului, în prezența reprezentantului furnizorului și se va finaliza prin semnarea unui proces verbal de recepție cantitativă și calitativă, în acord cu cerințele prezentei documentații de atribuire.

Intocmit,

Coordonator partener AII

Ferghete Sabin Marian



Formular nr. 1

Operator Economic

.....
(denumirea/numele)

DECLARAȚIE

privind neîncadrarea în situațiile de conflict de interese, conform Ordonanței de urgență a
Guvernului României nr. 66/2011

Subsemnatul, în calitate de ofertant/candidat/concurent la procedura de achiziție pentru atribuirea contractului ce are ca obiect prestarea de **Servicii organizare campanie de informare GT** în cadrul proiectului SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ – 141037, la data de, organizată de, declar pe proprie răspundere că..... și angajații săi nu se află în situația de conflict de interese, așa cum este acesta definit la art. 14 și 15 din Ordonanța de urgență a Guvernului României nr. 66/2011 privind prevenirea, constatarea și sancționarea neregulilor apărute în obținerea și utilizarea fondurilor europene și/sau a fondurilor publice naționale aferente acestora.

Subsemnatul declar că informațiile prestate sunt complete și corecte în fiecare detaliu și înțeleg că achizitorul are dreptul de a solicita, în scopul verificării și confirmării declarațiilor, orice documente doveditoare de care dispun.

Înțeleg că în cazul în care această declarație nu este conformă cu realitatea sunt pasibil de încălcarea prevederilor legislației penale privind falsul în declarații.

Data completării:

Operator economic
.....
(semnătura autorizată)



Formular nr. 2

CONTRACT DE SERVICII

nr..... data

În temeiul Ordinului Ministerului Fondurilor Europene nr. 1284/2016 privind aprobarea Procedurii competitive aplicabile solicitanților/beneficiarilor privați pentru atribuirea contractelor de furnizare, servicii sau lucrări finanțate din fondurile europene.

Părți contractante:

ASOCIATIA "IUBIRE SI INCREDERE" cu sediul in Iasi, Str. COSTACHE NEGRI nr. 62, BL.C2, SC.C, AP.1, judetul Iasi, cod postal 700070, România, telefon: 0730166991, Cod fiscal 18739031, cont RO83BRDE240SV66481132400 deschis la BRD –GSG Agentia Anastasie Panu, reprezentată prin doamna Daniela Doroșincă , având funcția de Presedinte în calitate de Achizitor, pe de o parte

și

....., cu sediul social....., înregistrată la Oficiul Registrului Comertului sub nr., C.U.I.:, cont – deschis la, reprezentată prinavând funcția de, în calitate de **Prestator**, pe de altă parte

Art. 1. Definiții și interpretare

1.1 - În prezentul contract următorii termeni vor fi interpretați astfel:

Contract - actul juridic care reprezintă acordul de voință al celor două părți, încheiat între părți, una în calitate de „achizitor” și cealaltă în calitate de „prestator” și toate Anexele sale;

achizitor și prestator - părțile contractante, așa cum sunt acestea numite în prezentul contract;



Pretul contractului - pretul platibil Prestatorului de catre achizitor, in baza contractului pentru indeplinirea integrala si corespunzatoare a tuturor obligatiilor asumate prin contract;

Act additional - document ce modifica prezentul contract de servicii;

Oferta - documentatia care cuprinde propunerea tehnica si propunerea financiara;

Propunerea tehnica - document al ofertei, elaborat pe baza cerintelor din caietul de sarcini, stabilite de autoritatea contractanta;

Propunerea financiara - document al ofertei prin care se furnizeaza informatiile cerute prin documentatia de atribuire cu privire la pret, tarif, alte conditii financiare si comerciale;

Caiet de sarcini - document, reprezentand anexa a prezentului contract de servicii, intocmit de catre achizitor, care include definirea conditiilor, specificatiilor tehnice si, totodata, indicatiile privind regulile de baza care trebuie respectate in elaborarea propunerii tehnice de servicii;

Documentatie de atribuire - documentatie ce cuprinde toate informatiile legate de obiectul contractului de achizitie publica si de procedura de atribuire a acestuia, inclusiv caietul de sarcini;

Durata contractului - intervalul de timp in care prezentul contract opereaza valabil intre părți, potrivit legii, ofertei si documentatiei de atribuire, de la data intrarii sale in vigoare și pana la epuizarea conventionala sau legala a oricarui efect pe care il produce, inclusiv perioada de garantie si eventualele pretentii fondate pe clauzele sale;

Rezilierea contractului - se intelege desfiintarea pe viitor a contractului de servicii, fara ca aceasta sa aduca atingere livrărilor succesive care au fost facute anterior rezilierii;

Standarde/conditii tehnice de calitate - standardele, reglementarile tehnice sau altele asemenea, prevazute in caietul de sarcini si in propunerea tehnica;

Forța majora și cazul fortuit - conform art. 1351 Cod Civil, dacă legea nu prevede altfel sau părțile nu convin contrariul, răspunderea este înlăturată atunci când prejudiciul este cauzat de forță majoră sau de caz fortuit. Forța majoră este orice eveniment extern, imprevizibil, absolut invincibil și inevitabil. Cazul fortuit este un eveniment care nu poate fi prevăzut și nici împiedicat de către cel care ar fi fost chemat să răspundă dacă evenimentul nu s-ar fi produs. Dacă, potrivit legii, debitorul este exonerat de răspundere contractuală pentru un caz fortuit, el este, de asemenea, exonerat și în caz de forță majoră. Sunt considerate asemenea evenimente: razboaie, revolutii, incendii, inundatii sau orice alte catastrofe naturale, restrictii aparute ca urmare a unei carantine, embargou, enumerarea nefiind exhaustiva, ci enuntiativa. Nu este considerat forta majora un eveniment asemenea celor de mai sus care, fara a crea o imposibilitate de executare, face extrem de costisitoare executarea obligatiilor uneia din parti;



Zi - zi calendaristică; An - 365 de zile.

(se adaugă orice alți termeni pe care părțile înțeleg să îi definească pentru contract)

1.2 - În prezentul contract, cu excepția unei prevederi contrare, cuvintele la forma singular vor include forma de plural și vice versa, acolo unde acest lucru este permis de context.

1.3 - Termenul “zi” sau “zile” sau orice referire la zile reprezintă zile calendaristice dacă nu se specifică în mod diferit.

Clauze obligatorii

Art. 2. Obiectul și prețul Contractului

2.1. - Obiectul Contractului îl constituie prestarea de **Servicii organizare campanie de informare GT**

2.2. - Achizitorul se obligă să plătească Prestatorului prețul convenit pentru îndeplinirea contractului de servicii în cadrul proiectului SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ – 141037

2.3. - Prețul convenit pentru îndeplinirea contractului, este de lei fără TVA, la care se adaugă T.V.A. în valoare de

Prețul total..... lei cu TVA inclus.

Art. 3. Durata Contractului

3.1. Prezentul Contract este valabil de la data semnării lui de către ambele părți, până la data de maxim 20.06.2022.

3.2. Părțile contractante pot să hotărască de comun acord, prelungirea contractului prin act adițional, în conformitate cu prevederile Ordinului Ministerului Fondurilor Europene nr. 1284/2016 privind aprobarea Procedurii competitive aplicabile solicitanților/beneficiarilor privați pentru atribuirea contractelor de furnizare, servicii sau lucrări finanțate din fondurile europene, a Legii nr. 98/2016 privind achizițiile publice, cu modificările și completările ulterioare, a Hotărârii nr. 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordul-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice.

Art. 4. Documentele contractului



4.1. - Documentele contractului sunt:

a) oferta tehnico-financiară;

4.2. - În cazul oricărei contradicții între documentele de mai sus, prevederile lor vor prevala în conformitate cu succesiunea de mai sus.

Art. 5 Obligațiile principale ale Prestatorului

5.1 – Prestatorul se obligă să livreze serviciile care face obiectul prezentului contract în condițiile precizate și asumate în oferta tehnico-financiară nr., ce face parte integrantă din prezentul contract.

5.2- Prestatorul se obligă să presteze serviciile prezentate în ofertă, în maxim 5 zile lucratoare de la data primirii comenzii.

5.3 - Prestatorul se obligă să furnizeze soluții pentru serviciul care urmează să fie oferit în perioadele/la datele propuse și agreate, prezentate în oferta tehnică, anexa la contract.

5.4 – Prestatorul se obligă să despăgubească achizitorul împotriva oricărui:

i) reclamații și acțiuni în justiție și/sau

ii) daune-interese, costuri, taxe și cheltuieli de orice natură, aferente, cu excepția situației în care o astfel de încălcare rezultă din respectarea cererii de ofertă întocmit de către achizitor.

Art. 6. Obligațiile principale ale Achizitorului

6.1. Achizitorul se obligă să plătească prețul serviciilor către prestator în termen de 30 zile calendaristice de la data încheierii procesului verbal de recepție și înregistrării facturii la achizitor, numai dacă sunt bani în contul proiectului.

6.2. Plata se va realiza prin ordin de plată sau orice alt instrument bancar.

Art. 7. Sancțiuni pentru neîndeplinirea culpabilă a obligațiilor

7.1 - În cazul în care, din vina sa exclusivă, Prestatorul nu reușește să-și îndeplinească obligațiile asumate, atunci achizitorul are dreptul de a calcula, ca penalități, o sumă echivalentă cu o cota procentuală de 0,1% pe zi din valoarea produsului livrat.



7.2 - În cazul în care Achizitorul nu își onorează obligațiile în termenul contractual, atunci acestuia îi revine obligația de a plăti, ca penalitate, o sumă echivalentă cu o cotă procentuală de 0,1% pe zi din valoarea facturii neonorate.

7.3 - În cazul nerespectării obligațiilor asumate prin prezentul contract de către una dintre părți, în mod culpabil, contractul se consideră desființat de drept fără a mai fi necesară punerea în întârziere și fără nicio altă formalitate prealabilă.

7.4 - Achizitorul își rezervă dreptul de a denunța unilateral contractul, printr-o notificare scrisă adresată Prestatorului, fără nici o compensație, dacă acesta din urmă dă faliment, cu condiția ca această denunțare să nu prejudicieze sau să afecteze dreptul la acțiune sau despăgubire pentru Prestator. În acest caz, Prestatorul are dreptul de a pretinde numai plata corespunzătoare pentru partea din contract îndeplinită până la data denunțării unilaterale a contractului.

Clauze specifice

Art. 8. Recepție

8.1 Beneficiarul are dreptul de a verifica modul de realizare al serviciilor prestate pentru a stabili conformitatea lui cu prevederile din oferta Prestatorului și din cererea de ofertă.

8.2 Verificarile vor fi efectuate în conformitate cu prevederile din prezentul contract.

8.3 Recepția produselor livrate se efectuează la predarea acestuia, pe bază de proces-verbal de recepție, semnat de reprezentanții mandatați ai părților, proces-verbal în care se va consemna îndeplinirea tuturor obligațiilor asumate de prestator prin contract și prin cererea de ofertă.

Art. 9. Ajustarea prețului contractului

9.1 - Prețul este echivalentul prestării serviciului.

9.2 - Valoarea contractului nu se ajustează.

Art.10. Întârzieri în îndeplinirea contractului

10.1 – Prestatorul are obligația de a îndeplini contractul în perioada convenită la art.3 din prezentul contract.

10.2 - Orice întârziere în îndeplinirea contractului dă dreptul Achizitorului de a solicita penalități Prestatorului, potrivit dispozițiilor punctului 7.1 din contract.



11. Modificări ale contractului

11.1. Derularea și finalizarea contractului/ trebuie să se încadreze în perioada de implementare a contractului de finanțare, în limitele bugetare stabilite pentru proiectul SMART INNOVATE! – Studenți Motivați în Afaceri Responsabile și Tehnologizate Inovativ – 141037

Modificarea contractului/contractelor de achiziții încheiate de Achizitor este permisă cu respectarea următoarelor condiții:

- a. Parcurgerea procedurilor specifice în ceea ce privește transferurile bugetare.
- b. Modificările contractului/comenzii pot fi făcute doar în perioada de execuție a contractului;
- c. Scopul actului adițional trebuie să fie strâns legat de obiectul contractului inițial;
- d. Prin actul adițional nu se pot face modificări care determină modificări ale descrierii serviciilor respective;
- e. Orice modificare care prelungește durata de execuție a contractului trebuie făcută astfel încât implementarea și plățile finale să poată fi realizate înaintea expirării contractului de finanțare încheiat cu Autoritatea Contractanta.

11.2. Modificarea prezentului contract se face numai prin act adițional încheiat între părțile contractante.

Art. 12. Forța majoră

12.1 - Forța majoră este constatată de o autoritate competentă.

12.2 - Forța majoră exonerează părțile contractante de îndeplinirea obligațiilor asumate prin prezentul contract, pe toată perioada în care aceasta acționează.

12.3 - Îndeplinirea contractului va fi suspendată în perioada de acțiune a forței majore, dar fără a prejudicia drepturile ce li se cuveneau părților până la apariția acesteia.

12.4 - (1) Partea contractantă care invocă forța majoră are obligația de a notifica celeilalte părți, în termen de cinci zile de la apariția cazului de forță majoră, producerea acesteia, prezentând în acest sens și avizul eliberat de autoritatea competentă în acest domeniu, precum și de a lua orice măsuri care îi stau la dispoziție în vederea limitării consecințelor .



2) Partea va trebui de asemenea să comunice celeilalte părți încetarea situației de forță majoră în termen de cinci zile de la această încetare.

(3) În cazul în care nu respectă obligația de a notifica conform condițiilor și în termenele anterior menționate, începerea și terminarea forței majore, partea ca invocă forța majoră va suporta toate daunele cauzate celeilalte părți.

12.5 - Dacă forța majoră acționează sau se estimează că va acționa o perioadă mai mare de 3 luni, fiecare parte va avea dreptul să notifice celeilalte părți încetarea de drept a prezentului contract, fără ca vreuna din părți să poată pretinde celeilalte daune-interese.

13. Încetarea contractului

Prezentul contract încetează în următoarele situații:

- a) la termen și odată cu îndeplinirea tuturor obligațiilor asumate de părțile contractante;
- b) prin acordul părților, consemnat în scris printr-un act adițional;
- c) prin reziliere, în cazul în care una din părți nu își execută sau își execută necorespunzător obligațiile contractuale. Rezilierea va opera de plin drept, fără nici o altă formalitate, fără a fi necesară punerea în întârziere și fără intervenția instanței judecătorești;

Art. 14. Soluționarea litigiilor

14.1 - Achizitorul și Prestatorul vor depune toate eforturile pentru a rezolva pe cale amiabilă, prin tratative directe, orice neînțelegere sau dispută care se poate ivi între ei în cadrul sau în legătură cu îndeplinirea contractului.

14.2 - Dacă, după 30 de zile de la începerea acestor tratative, achizitorul și Prestatorul nu reușesc să rezolve în mod amiabil o divergență contractuală, fiecare poate solicita ca disputa să se soluționeze de către instanțele judecătorești din România.

Art. 15. Limba care guvernează contractul

Limba care guvernează contractul este limba română.

Art. 16. Locul încheierii contractului

Contractul va fi încheiat la sediul din Str.Armeana nr.2 A,Iasi.

Art. 17. Comunicări



15.1 - (1) Orice comunicare între părți, referitoare la îndeplinirea prezentului contract, trebuie să fie transmisă în scris.

(2) Orice document scris trebuie înregistrat atât în momentul transmiterii, cât și în momentul primirii.

17.2 - Comunicările între părți se pot face și prin fax sau e-mail, cu condiția confirmării în scris a primirii comunicării.

Art. 18. Legea aplicabilă contractului

Contractul va fi interpretat conform legilor din România

Părțile au înțeles să încheie aziprezentul contract în 2 (două) exemplare originale, dintre care unul pentru Achizitor și unul pentru Prestator, cele două exemplare ale formularului de contract fiind semnate și ștampilate de Prestator și Achizitor pe fiecare pagină.

ACHIZITOR,

Prestator,

Asociația Iubire și Încredere

Reprezentant legal,

Daniela Doroșincă