



COMISIA EUROPEANĂ

DIRECȚIA GENERALĂ SĂNĂTATE ȘI CONSUMATORI

Direcția B

Unitatea B6 – Strategia pentru protecția consumatorilor, reprezentare și relații internaționale

## **SPECIFICAȚII ANEXATE LA CEREREA DE OFERTE**

**Cerere de oferte generală nr. SANCO/2008/B6/23 privind „Campania de informare cu privire la drepturile consumatorilor și promovarea organismelor de protecție a consumatorilor în Bulgaria și România”**

1.	TITLUL CONTRACTULUI .....	2
2.	SCOPUL ȘI CONTEXTUL CONTRACTULUI .....	2
3.	OBIECTUL ȘI VOLUMUL CONTRACTULUI.....	3
4.	VARIANTE.....	10
5.	PARTICIPAREA LA PROCEDURA DE LICITAȚIE.....	11
6.	RAPOARTELE ȘI DOCUMENTELE CARE TREBUIE SĂ FIE PREZENTATE.....	11
7.	VIZITE LA UNITĂȚI SAU RAPOARTE.....	12
8.	MODALITĂȚI DE PLATĂ .....	13
9.	CONTRACTUL STANDARD ȘI CONDIȚIILE GENERALE .....	15
10.	NICIO OBLIGAȚIE DE ATRIBUIRE A CONTRACTULUI .....	15
11.	SANCTIUNI ADMINISTRATIVE ȘI FINANCIARE.....	15
12.	CERINȚE PRIVIND OFERTA.....	16
	COMPONENTA ADMINISTRATIVĂ .....	16
13.	CRITERIILE DE EXCLUDERE.....	16
14.	CRITERIILE DE SELECȚIE .....	18
15.	OFERTELE DIN PARTEA CONSORȚIILOR DE SOCIETĂȚI SAU A GRUPURILOR DE PRESTATORI DE SERVICII, CONTRACTANȚI SAU FURNIZORI .....	21
16.	COMPONENTA TEHNICĂ .....	21
17.	CRITERIILE DE ATRIBUIRE .....	22
	COMPONENTA FINANCIARĂ.....	25
18.	PREȚURI ȘI GARANȚII .....	25
	ANEXE.....	26

## 1. Titlul contractului

SANCO/2008/B6/23 – Campania de informare cu privire la drepturile consumatorilor și promovarea organismelor de protecție a consumatorilor în Bulgaria și România.

Anunț de participare: OJ S 144 - 26/07/2008

Oferta este împărțită în 5 loturi:

- Lotul 1: Bulgaria: elaborarea și punerea în aplicare a unei strategii de comunicare, inclusiv cercetarea calitativă a pieței, campanii publicitare și acțiuni de relații publice;
- Lotul 2: Bulgaria: servicii de consiliere pentru elaborarea unei strategii de comunicare, precum și elaborarea și distribuția a 12 fișe informative privind drepturile consumatorilor
- Lotul 3: România: elaborarea și punerea în aplicare a unei strategii de comunicare, inclusiv cercetarea calitativă a pieței, campanii publicitare și acțiuni de relații publice
- Lotul 4: România: servicii de consiliere pentru elaborarea unei strategii de comunicare și distribuția a 12 fișe informative privind drepturile consumatorilor;
- Lotul 5: asistență tehnică și controlul calității celorlalte 4 loturi. În special, asistență pentru contractanții și Comisia Europeană cu privire la elaborarea mesajelor de promovare, a materialelor privind drepturile consumatorilor și strategia finală de comunicare pentru Bulgaria și România. Controlul calității, în special corectarea și verificarea din punct de vedere juridic și al acurateții lingvistice a materialelor și a mesajelor de promovare.

Lotul 5 nu poate fi atribuit aceluiași contractant precum lotul 1, 2, 3 sau 4.

Trebuie să se prezinte o ofertă distinctă pentru fiecare lot.

Se va semna un contract distinct pentru fiecare lot.

## 2. Scopul și contextul contractului

**Strategia UE pentru politica de protecție a consumatorilor 2007-2013**<sup>1</sup> prevede acțiuni legate de informarea consumatorilor ca parte a programului său prioritar „Consumatori mai bine informați și educați”. Strategia globală de informare a UE vine să complementeze în sprijinul eforturilor de informare ale statelor membre. Principalele instrumente pe care Comisia Europeană le folosește pentru informarea cetățenilor și a părților implicate

---

<sup>1</sup> A se vedea: [http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons\\_policy/doc/cps\\_0713\\_ro.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/doc/cps_0713_ro.pdf)

interesate în privința politicii de protecție a consumatorilor sunt un site de internet<sup>2</sup>, buletinul informativ „Consumer Voice”<sup>3</sup> și campaniile de informare.

Decizia 1926/2006/CE a Parlamentului European și a Consiliului<sup>4</sup> constituie cadrul financiar pentru acțiunile întreprinse în sprijinul politicii de protecție a consumatorilor 2007-2013. Decizia subliniază necesitatea acțiunilor de informare privind drepturile consumatorilor din statele membre care au aderat la Uniunea Europeană la 1 mai 2004 sau după această dată [cf. anexa 1, acțiunea 10 (3)].

Consumatorii din noile state membre au dobândit acum drepturi rezultate în urma transpunerii legislației UE. Conform autorităților competente și asociațiilor consumatorilor, nivelul de conștientizare a drepturilor consumatorilor în noile state membre este în general foarte scăzut. În numeroase domenii, noțiunea de drepturi ale consumatorilor este nouă. Lipsesc cunoștințele privind drepturile specifice, precum și capacitatea afirmării drepturilor consumatorilor.

Prin urmare, în aplicarea Deciziei 1926/2006/CE, Comisia acordă prioritate campaniilor de informare din noile state membre. Campaniile de informare au fost lansate în Polonia în mai 2005, în Republica Cehă, Slovacia și Slovenia în mai 2006, iar în Cipru, Malta și Ungaria în mai 2007, în cadrul programului anterior privind protecția consumatorilor. În perioada cadrului financiar 2007-2013, Comisia a lansat campanii naționale de informare în Estonia, Letonia și Lituania. Programul de lucru anual pentru 2008 include un buget limitat pentru campaniile de informare din noile state membre. Comisia Europeană intenționează să folosească acest buget pentru a întreprinde o campanie de informare privind drepturile consumatorilor în Bulgaria și România.

Impactul campaniilor va fi măsurat prin studii și evaluări efectuate în cadrul unui contract (unor contracte) distinct(e).

### 3. Obiectul și volumul contractului

Obiectul global al contractului este:

- o mai bună ameliorarea conștientizării și cunoașterii a drepturilor consumatorilor și dezvoltarea cunoștințelor privind drepturile specifice ale consumatorilor care derivă din legislația UE
- promovarea asociației/asociațiilor de consumatori ca sursă viabilă și fiabilă de informare și consiliere în exprimarea acestor drepturi
- o mai bună vizibilitate a asociațiilor de consumatori naționale independente reprezentative în vederea lărgirii numărului de membri ai acestora

---

<sup>2</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/index\\_ro.htm](http://ec.europa.eu/consumers/index_ro.htm)

<sup>3</sup> [http://ec.europa.eu/dgs/health\\_consumer/dyna/consumervoice/consumervoice.cfm](http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/dyna/consumervoice/consumervoice.cfm) it is in ENGLISH

<sup>4</sup> A se vedea <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32006D1926:RO:HTML>

Principalul grup țintă constă în consumatori cu vârsta cuprinsă între 21 și 45 de ani. Se presupune că acest grup de vârstă se angajează în tranzacții financiare semnificative de la producător la consumator. De asemenea, se presupune că acesta este grupul de vârstă cel mai sensibil la ideea exprimării drepturilor și capabil să genereze adoptarea unui comportament mai ferm al consumatorilor. Grupul țintă se presupune a fi și cel mai receptiv la mesajele lansate de Uniunea Europeană.

Aceste presupuneri urmează să fie verificate printr-o cercetare pe grup tematic, inclusă în loturile 1 și 3 ale prezentei oferte. Cercetarea pe grup tematic ar trebui să servească, de asemenea, la definirea mai clară a grupului țintă din punct de vedere socio-economic și educațional, după necesități, și la identificarea celor mai urgente necesități de informare și a celor mai adecvate teme specifice pentru elaborarea mesajelor.

Mesajul general care trebuie să fie transmis este acela că UE oferă avantaje cetățenilor și că, prin cunoașterea drepturilor sale la nivel comunitar, consumatorul poate obține avantaje concrete. Elementele cheie ale acestui mesaj sunt:

- cunoașterea faptului că, în calitate de consumator în Uniunea Europeană, ai drepturi
- cunoașterea drepturilor tale (specifice) astfel încât să le poți folosi
- centrele europene pentru consumatori și organizațiile consumatorilor te pot ajuta să îți exprimi drepturile

Mesajele specifice ar trebui să demonstreze acest lucru arătând care sunt avantajele concrete pentru un consumator care își cunoaște drepturile într-o tranzacție specifică. Aceste drepturi/tranzacții specifice ar trebui selectate pe baza cercetării pe grup tematic (inclusă în loturile 1 și 3 ale prezentei oferte) și pe baza orientărilor furnizate de experții în domeniul drepturilor și consilierii consumatorilor (incluse în loturile 2 și 4 ale prezentei oferte). Mesajele trebuie să fie identificabile pentru public ca provenind de la Uniunea Europeană.

Pentru obținerea unui impact maxim, campania ar trebui să se sprijine cât mai mult posibil pe strategia și acțiunile de informare ale organismelor guvernamentale naționale.

### **3.1 Cerințele operaționale, obiectivele, sarcinile specifice și calendarul pentru lotul 1 Bulgaria sunt:**

Obiective:

Elaborarea și punerea în aplicare a unei strategii de comunicare în Bulgaria care:

- va face cunoscute drepturile consumatorilor în grupul țintă (21–45 de ani)
- va informa grupul țintă cu privire la drepturile specifice ale consumatorilor care derivă din legislația UE privind protecția consumatorilor
- va stimula grupul țintă să obțină informații și recomandări suplimentare în special din partea centrelor europene pentru consumatori și a asociației (asociațiilor) de consumatori
- va stimula grupul țintă să se alăture unei organizații de consumatori.

Sarcini:

- efectuarea unei cercetări pe grup tematic selectat din grupul țintă, minimum 4 grupuri tematice a câte 8-10 persoane
- în colaborare cu contractantul pentru loturile 2 și 5, elaborarea unei strategii de comunicare finalizate și a identității vizuale a tuturor activităților de promovare
- asigurarea elaborării creative, a producerii și testării prealabile a cel puțin 3 mesaje de publicitate TV diferite (30-40 de secunde)
- elaborarea și execuția unui plan media național utilizând cea mai rentabilă combinație media pentru a ajunge la grupul țintă. Planul media ar trebui executat în două sau trei acțiuni într-o perioadă de aproximativ 6–9 luni care să atingă, fiecare, cel puțin 65% din grupul țintă prin mesaje de publicitate TV, cu un GRP total de cel puțin 2 000 la grupul țintă.
- în măsura în care este posibil, realizarea unor spoturi publicitare complementare sau suplimentare în alte media și difuzarea suplimentară gratuită a mesajelor la televiziunile publice (dovedită prin scrisori de intenție ale posturilor de televiziune publice respective)
- organizarea unui program mass-media și de relații publice complementar
- crearea și dezvoltarea unor materiale pentru sprijinirea publicității și/sau pentru relațiile publice și cu mass-media
- conform stilului grafic al campaniei și pe baza conținutului furnizat de contractantul lotului 2, elaborarea stilului vizual al fișelor informative

**Valoarea indicativă estimată: 350 000 - 500 000 EUR**

Calendarul preliminar și orientativ pentru lotul 1 este:

Ianuarie 2009	Start Lansarea
Februarie / martie 2009	Efectuarea Studiului și primul raport intermediar
Iunie 2009	Finalizarea strategiei de comunicare și al doilea raport intermediar
Septembrie 2009	Începerea executării
Noiembrie 2010	Raportul final

**NB!** Un calendar definitiv exact urmează să fie convenit, înaintea semnării contractelor, între Comisie și contractanții cărora le vor fi atribuite loturile 1 și 2.

Contractanții cărora le vor fi atribuite loturile 1 și 2 vor coopera strâns între ei (și cu contractantul lotului 5) în privința pregătirii strategiei de comunicare și a tuturor materialelor și mesajelor de promovare.

**3.2 Cerințele operaționale, obiectivele, sarcinile specifice și calendarul pentru lotul 2 Bulgaria sunt:**

#### Obiective:

- furnizarea de consultanță și expertiză privind principalele preocupări și drepturi ale consumatorilor în Bulgaria pentru contractantul lotului 1 al prezentei oferte ca o contribuție la elaborarea și punerea în aplicare a strategiei de comunicare
- susținerea relațiilor publice și cu mass-media pentru campania din Bulgaria
- întărirea poziției asociațiilor independente de consumatori și motivarea consumatorilor să devină membri ai acestor asociații

#### Sarcini:

- furnizarea de consultanță și expertiză pentru identificarea principalelor preocupări ale grupului țintă în Bulgaria
- furnizarea de expertiză juridică privind drepturile consumatorilor în Bulgaria și modul în care trebuie să se garanteze obțină respectarea drepturilor
- furnizarea de expertiză juridică privind punerea în aplicare a legislației UE privind protecția consumatorilor în Bulgaria
- furnizarea de experiență și expertiză în domeniul comunicării privind aspecte legate de drepturile consumatorilor
- elaborarea conținutului pentru cel puțin 12 fișe informative centrate pe principalele probleme actuale ale consumatorilor și/sau pe drepturile care derivă din legislația UE (în cooperare cu contractantul lotului 5) și colaborarea cu contractantul lotului 3 în privința stilului grafic al fișelor informative
- crearea a cel puțin 12 fișe informative tipărite, cel puțin 8 000 de fiecare (formatul: cel puțin două pagini DIN A4) și publicarea acestora în format electronic
- distribuția fișelor informative, în formă tipărită și în format electronic, prin rețele adecvate și fiabile
- urmărirea solicitărilor de informații prin rețele adecvate și fiabile
- actualizarea fișelor informative în anul n + 1 și difuzarea lor conform cererii
- furnizarea de expertiză privind funcționarea și potențialul asociațiilor independente de consumatori în Bulgaria

#### **Valoarea indicativă estimată: 25 000 - 45 000 EUR**

Calendarul preliminar provizoriu pentru lotul 2 este:

Ianuarie 2009	Start Lansare
Martie / aprilie 2009	Primul raport intermediar, constând în orientări privind strategia de comunicare, programul pentru fișele informative
Mai 2009	Al doilea raport intermediar, constând în fișele de text finalizate pentru fișele informative privind drepturile

	consumatorilor și un plan detaliat de distribuție pentru fișele informative
Septembrie 2009	Începerea executării
Iunie 2010	Al treilea raport intermediar, textul actualizat al fișelor informative
Noiembrie 2010	Raportul final

**NB!** Un calendar definitiv exact urmează să fie convenit, înaintea semnării contractului, între Comisie și contractanții cărora le vor fi atribuite loturile 1 și 2.

Contractanții cărora le vor fi atribuite loturile 1 și 2 vor coopera strâns între ei (și cu contractantul lotului 5) în privința pregătirii strategiei de comunicare și a tuturor materialelor și mesajelor de promovare.

### **3.3 Cerințele operaționale, obiectivele, sarcinile specifice și calendarul pentru lotul 3 România sunt:**

Obiective:

Elaborarea și punerea în aplicare a unei strategii de comunicare în România care:

- va face cunoscute drepturile consumatorilor în rândul grupului țintă (21–45 de ani)
- va informa grupul țintă cu privire la drepturile specifice ale consumatorilor care derivă din legislația UE privind protecția consumatorilor
- va stimula grupul țintă să obțină informații și recomandări suplimentare în special din partea centrelor europene pentru consumatori și a asociației (asociațiilor) de consumatori
- va stimula grupul țintă să se alăture unei organizații de consumatori.

Sarcini:

- efectuarea unei cercetări pe grup tematic selectat din grupul țintă, minimum 4 grupuri tematice a câte 8-10 persoane
- în colaborare cu contractantul pentru loturile 4 și 5, elaborarea unei strategii de comunicare finalizate și a identității vizuale a tuturor activităților de promovare
- asigurarea *elaborării creative, a producerii și testării* prealabile a cel puțin 3 mesaje de publicitate TV diferite (30-40 de secunde)
- elaborarea și execuția unui plan media național utilizând cea mai rentabilă combinație media pentru a ajunge la grupul țintă. Planul media ar trebui executat în două sau trei acțiuni într-o perioadă de aproximativ 6–9 luni, care să atingă, fiecare, cel puțin 65% din grupul țintă prin mesaje de publicitate TV, cu un GRP total de cel puțin 2000 la grupul țintă
- în măsura în care este posibil, realizarea unor spoturi publicitare complementare sau suplimentare în alte media și difuzarea suplimentară gratuită a mesajelor la televiziunile publice (dovedită prin scrisori de intenție ale posturilor de televiziune publice respective)

- organizarea unui program mass-media și de relații publice complementar
- crearea și dezvoltarea unor materiale pentru sprijinirea publicității și/sau pentru relațiile publice și cu mass-media
- conform stilului grafic al campaniei și pe baza conținutului furnizat de contractantul lotului 4, elaborarea stilului vizual al fișelor informative.

**Valoarea indicativă estimată: 650 000 - 850 000 EUR**

Calendarul preliminar și orientativ pentru lotul 3 este:

Ianuarie 2009	Start Lansare
Februarie / martie 2009	Efectuarea Studiului și primul raport intermediar
Iunie 2009	Finalizarea strategiei de comunicare și al doilea raport intermediar
Septembrie 2009	Începerea executării
Noiembrie 2010	Raportul final

**NB!** Un calendar definitiv exact urmează să fie convenit, înaintea semnării contractelor, între Comisie și contractanții cărora le vor fi atribuite loturile 3 și 4.

Contractanții cărora le vor fi atribuite loturile 3 și 4 vor coopera strâns între ei (și cu contractantul lotului 5) în privința pregătirii strategiei de comunicare și a tuturor materialelor și mesajelor de promovare.

**3.4 Cerințele operaționale, obiectivele, sarcinile specifice și calendarul pentru lotul 4 România sunt:**

Obiective:

- furnizarea de consultanță și expertiză privind principalele preocupări și drepturi ale consumatorilor în România pentru contractantul lotului 3 al prezentei oferte ca o contribuție la elaborarea și punerea în aplicare a strategiei de comunicare
- sprijinirea relațiilor publice și cu mass-media pentru campania din România
- întărirea poziției asociațiilor independente de consumatori și motivarea consumatorilor să devină membri ai acestor asociații

Sarcini:

- furnizarea de consultanță și expertiză pentru identificarea principalelor preocupări ale grupului țintă în România
- furnizarea de expertiză juridică privind drepturile consumatorilor în România și modul în care trebuie să se obțină respectarea drepturilor

- furnizarea de expertiză juridică privind punerea în aplicare a legislației UE privind protecția consumatorilor în România
- furnizarea de experiență și expertiză în domeniul comunicării privind aspecte legate de drepturile consumatorilor
- elaborarea conținutului pentru cel puțin 12 fișe informative centrate pe principalele probleme actuale ale consumatorilor și/sau pe drepturile care derivă din legislația UE (în cooperare cu contractantul lotului 5) și colaborarea cu contractantul lotului 3 în privința stilului grafic al fișelor informative
- crearea a cel puțin 12 fișe informative tipărite, cel puțin 15 000 de fiecare (formatul: cel puțin două pagini DIN A4) și publicarea acestora în format electronic
- distribuția fișelor informative, în formă tipărită și în format electronic, prin rețele adecvate și fiabile
- urmărirea solicitărilor de informații prin rețele adecvate și fiabile
- actualizarea fișelor informative în anul n + 1 și difuzarea lor conform cererii
- furnizarea de expertiză privind funcționarea și potențialul asociațiilor independente de consumatori în România

**Valoarea indicativă estimată: 40.000 - 60.000 EUR**

Calendarul preliminar provizoriu pentru lotul 4 este:

Ianuarie 2009	Start Lansarea
Martie / aprilie 2009	Primul raport intermediar, constând în orientări privind strategia de comunicare, programul pentru fișele informative
Mai 2009	Al doilea raport intermediar, planul de distribuție și textul final al fișelor informative
Septembrie 2009	Începerea executării
Iunie 2010	Al treilea raport intermediar, textul actualizat al fișelor informative
Noiembrie 2010	Raportul final

**NB!** Un calendar definitiv exact urmează să fie convenit, înaintea semnării contractelor, între Comisie și contractanții cărora le vor fi atribuite loturile 3 și 4.

Contractanții cărora le vor fi atribuite loturile 3 și 4 vor coopera strâns între ei (și cu contractantul lotului 5) în privința pregătirii strategiei de comunicare și a tuturor materialelor și mesajelor de promovare.

**3.5 Cerințele operaționale, obiectivele, sarcinile specifice și calendarul pentru lotul 5**  
**Asistența tehnică și controlul calității sunt:**

Obiective:

- furnizarea de consultanță și asistență tehnică privind elaborarea și punerea în aplicare a strategiei de comunicare pentru contractanții loturilor 1 și 3. Se acordă o atenție specială relațiilor cu media
- furnizarea de consultanță și asistență tehnică privind elaborarea fișelor informative cu privire la drepturile comunitare ale consumatorilor pentru contractanții loturilor 2 și 4
- furnizarea de consultanță și asistență tehnică pentru Comisie privind coordonarea activităților cu contractanții din Bulgaria (loturile 1 și 2) și România (loturile 3 și 4)
- controlul calității campaniei media și controlul acurateții mesajelor și a materialelor pregătite de contractanții celorlalte loturi

Sarcini:

- acordarea de sprijin în identificarea principalelor preocupări ale consumatorilor
- acordarea de consiliere privind legislația UE și avantajele concrete care derivă din aceasta
- acordarea de consiliere privind elaborarea publicității și a materialelor și mesajelor în materie de relații publice și privind elaborarea strategiei finale de comunicare pentru Bulgaria și România
- verificarea exactității juridice și lingvistice și corectarea, dacă este necesar, a tuturor mesajelor și materialelor produse pentru publicarea în limbile naționale
- controlul calității campaniei media
- acordarea de consiliere privind dezvoltarea activităților în materie de relații publice și cu mass-media și verificarea execuției lor
- acordarea de consiliere privind distribuția fișelor informative și promovarea apartenenței la asociațiile de consumatori
- asigurarea coordonării între contractanții din Bulgaria (loturile 1 și 2) și România (loturile 3 și 4) și Comisia

**Valoarea indicativă estimată: 80 000 - 120 000 EUR**

Calendarul preliminar și orientativ pentru lotul 5 este:

Ianuarie 2009            Start Lansarea

Decembrie 2010        Raportul final

**NB!** Calendarul final pentru lotul 5 se va baza pe calendarele convenite cu contractanții pentru celelalte loturi.

#### 4. Variante

Nu se acceptă variante.

## 5. Participarea la procedura de licitație

Participarea la procedurile de licitație este deschisă, în condiții de egalitate, tuturor persoanelor fizice și juridice din cadrul domeniului de aplicare a tratatelor, precum și tuturor persoanelor fizice și juridice dintr-o țară terță care a încheiat cu Comunitățile un acord special în domeniul achizițiilor publice, în condițiile prevăzute de respectivul acord. Cu toate acestea, ofertanții trebuie să respecte criteriile de excludere și de selecție conform punctelor 13 și, respectiv, 14 din prezentele specificații.

## 6. Rapoartele și documentele care trebuie prezentate

Activitatea desfășurată de către contractant în cadrul contractului va face obiectul următoarelor rapoarte, care trebuie să fie trimise Comisiei de către contractant, **în limba engleză**.

### 6.1 Rapoarte și documente: lotul 1 Bulgaria și lotul 3 România

- Raportul de activitate prezentat de două ori pe lună de la data reuniunii de start până la lansarea campaniei. Rapoartele de activitate vor fi transmise prin e-mail
- Raportul intermediar 1, cu rezultatele și analiza cercetării pe grup tematic, care trebuie prezentat cel târziu după șase săptămâni de la reuniunea de start
- Raportul intermediar 2, care cuprinde strategia finalizată de comunicare, cu menționarea rezultatelor cercetării pe grup tematic și a orientărilor precizate de contractantul lotului 5 și care cuprinde un plan media definitiv, mesajele publicitare finalizate și alte materiale de promovare, precum și un plan detaliat privind relațiile publice și cu mass-media. Proiectul de raport trebuie să fie transmis Comisiei cel târziu după 5 luni de la reuniunea de start
- Raportul de execuție lunar începând cu data lansării campaniei

Rapoartele menționate mai sus trebuie să fie transmise, de asemenea, tuturor partenerilor implicați pentru a se asigura o coordonare adecvată.

- Raportul final în care se descrie activitatea realizată și rezultatele obținute în cadrul contractului. Acesta va cuprinde, de asemenea, o evaluare a rezultatelor obținute, recomandări pentru activități ulterioare și un rezumat executiv. Proiectul de raport trebuie să fie transmis Comisiei la încheierea activităților campaniei, cel târziu după 22 de luni de la reuniunea de start.

Toate rapoartele vor fi prezentate **în limba engleză** și vor fi însoțite de proiectele de text și de textele finale ale materialelor de promovare în versiunile lingvistice originale.

### 6.2 Rapoarte și documente: lotul 2 Bulgaria și lotul 4 România

- Raportul de activitate prezentat de două ori pe lună de la data reuniunii de start până la lansarea campaniei. Rapoartele de activitate vor fi transmise prin e-mail
- Raportul intermediar 1, cuprinzând orientările elaborate pentru strategia de comunicare și programul propus pentru fișele informative, care trebuie să fie prezentat cel târziu după trei luni de la reuniunea de start

- Raportul intermediar 2, cuprinzând textele finalizate ale fișelor informative privind drepturile consumatorilor și un plan de distribuție detaliat al fișelor informative, care trebuie să fie prezentat cel târziu după patru luni de la reuniunea de start
- Raportul intermediar 3, cuprinzând textul actualizat al fișelor informative, care trebuie să fie prezentat cel târziu după 18 luni de la reuniunea de start

Rapoartele menționate mai sus trebuie să fie trimise, de asemenea, contractantului lotului 5 pentru a se asigura o coordonare adecvată.

- Raportul final în care se descrie activitatea realizată și rezultatele obținute în cadrul contractului. Acesta va cuprinde, de asemenea, o evaluare a rezultatelor obținute, recomandări pentru activități ulterioare și un rezumat executiv. Proiectul de raport trebuie să fie transmis Comisiei la încheierea activităților campaniei, cel târziu după 22 de luni de la reuniunea de start

Toate rapoartele vor fi prezentate **în limba engleză** și vor fi însoțite de proiectele de text și de textele finale ale materialelor de promovare în versiunile lingvistice originale

### **6.3 Rapoarte și documente: lotul 5 – Asistență tehnică și controlul calității**

- Raportul de activitate prezentat de două ori pe lună de la data reuniunii de start până la lansarea campaniei. Rapoartele de activitate vor fi transmise prin e-mail
- Raportul intermediar 1, cuprinzând orientările revizuite ale strategiei de comunicare pentru Bulgaria și România și programele naționale finale pentru crearea fișelor informative, care trebuie să fie prezentat cel târziu după opt săptămâni de la reuniunea de start
- Raportul intermediar 2, cuprinzând textul final redactat al fișelor informative pentru Bulgaria și România, care trebuie să fie prezentat cel târziu după cinci luni de la reuniunea de start
- Raportul de execuție lunar, care trebuie să fie prezentat cel târziu în a cincea zi a fiecărei luni începând cu data lansării campaniei
- Raportul final în care se descrie activitatea realizată și rezultatele obținute în cadrul contractului. Acesta va cuprinde, de asemenea, o evaluare a rezultatelor obținute, recomandări pentru activități ulterioare și un rezumat executiv. Proiectul de raport trebuie să fie transmis cel târziu după 23 de luni de la reuniunea de start.

Toate rapoartele vor fi prezentate **în limba engleză**.

## **7. Vizite la unități sau rapoarte**

Comisia poate organiza reuniuni (comune) cu contractanții diferitelor loturi dacă și atunci când este necesar. Sunt prevăzute, cel puțin, o reuniune de start, o reuniune înaintea prezentării strategiei finalizate de comunicare și o reuniune intermediară la Bruxelles sau în țara în cauză.

Ofertanții fiecărui lot ar trebui să prevadă cheltuieli de deplasare și de cazare pentru cel puțin patru reuniuni de o zi, la Bruxelles, cu principalii membri ai echipei contractantului. Se atrage atenția ofertanților că limba de lucru pentru aceste reuniuni va fi limba engleză.

Ofertanții pentru lotul 5 ar trebui să prevadă, de asemenea, cheltuieli de deplasare și de cazare pentru reuniuni necesare acordării de asistență tehnică pentru contractanții diferitelor loturi, cel puțin două astfel de reuniuni trebuind să se desfășoare în fiecare din țările în cauză.

## **8. Modalități de plată**

### **9. 8.1 Modalități de plată: lotul 1 Bulgaria și lotul 3 România**

Plata de prefinanțare:

În urma semnării contractului de către ultima parte contractantă, în termen de 45 de zile de la primirea unei cereri de prefinanțare cu factura aferentă (*și primirea unei garanții financiare constituite în mod corespunzător, egală cu valoarea plății de prefinanțare, în cazul în care această valoare depășește 150 000 EUR*), se efectuează o plată de prefinanțare egală cu 20% din valoarea totală a contractului, exclusiv cheltuielile de deplasare și de cazare.

Garanția financiară se menține până la data aprobării de către Comisie a strategiei finalizate de comunicare.

Plățile intermediare:

În termen de 45 de zile de la data la care al doilea raport intermediar este aprobat de Comisie, se efectuează prima plată intermediară egală cu 30% din valoarea totală.

În termen de 45 de zile de la data la care facturile aferente de justificare a rambursării cheltuielilor operaționale sunt aprobate de Comisie, se efectuează cea de-a treia plată intermediară. Această plată nu poate depăși 40% din valoarea totală a contractului, exclusiv cheltuielile de deplasare și de cazare.

Plata soldului:

În termen de 45 de zile de la data la care raportul final este aprobat de Comisie, se efectuează plata soldului.

Rambursarea cheltuielilor de deplasare și cazare:

Rambursarea se va efectua în pe baza prezentării documentelor justificative și după aprobarea acestora.

### **8.2 Modalități de plată: lotul 2 Bulgaria și lotul 4 România**

Plata de prefinanțare:

În urma semnării contractului de către ultima parte contractantă, în termen de 45 de zile de la primirea unei cereri de prefinanțare cu factura aferentă, se efectuează o plată de

prefinanțare egală cu 30% din valoarea totală a contractului, exclusiv cheltuielile de deplasare și de cazare.

Plățile intermediare:

În termen de 45 de zile de la data la care primul raport intermediar este aprobat de Comisie, se efectuează o primă plată intermediară egală cu 20% din valoarea totală.

În termen de 45 de zile de la data la care al doilea raport intermediar este aprobat de Comisie, se efectuează o a doua plată intermediară egală cu 30% din valoarea totală.

În termen de 45 de zile de la data la care al treilea raport intermediar este aprobat de Comisie, se efectuează o a treia plată intermediară egală cu 10% din valoarea totală.

Plata soldului:

În termen de 45 de zile de la data la care raportul final este aprobat de Comisie, se efectuează plata soldului egal cu 10% din valoarea totală.

Rambursarea cheltuielilor de deplasare și cazare:

Rambursarea se va efectua în baza prezentării documentelor justificative și după aprobarea acestora.

### **8.3 Modalități de plată: lotul 5 – Asistență tehnică și controlul calității**

Plata de prefinanțare:

În urma semnării contractului de către ultima parte contractantă, în termen de 45 de zile de la primirea unei cereri de prefinanțare cu factura aferentă, se efectuează o plată de prefinanțare egală cu 30% din valoarea totală a contractului, exclusiv cheltuielile de deplasare și de cazare

Plățile intermediare:

În termen de 45 de zile de la data la care primul raport intermediar este aprobat de Comisie, se efectuează o primă plată intermediară egală cu 30% din valoarea totală.

În termen de 45 de zile de la data la care al doilea raport intermediar este aprobat de Comisie, se efectuează o a doua plată intermediară egală cu 20% din valoarea totală.

Plata soldului:

În termen de 45 de zile de la data la care raportul final este aprobat de Comisie, se efectuează plata soldului egal cu 20% din valoarea totală.

Rambursarea cheltuielilor de deplasare și cazare:

Rambursarea se va efectua în baza prezentării documentelor justificative și după aprobarea acestora

## **9. Contractul standard și condițiile generale**

În pregătirea ofertei sale, ofertantul ar trebui să ia în considerare dispozițiile contractului standard atașat la prezenta cerere de oferte (anexa VI).

Prezentarea unei oferte presupune acceptarea tuturor condițiilor precizate în prezentele specificații și, în special, în contractul standard atașat, inclusiv a condițiilor generale aplicabile contractelor (anexa VI).

Toate documentele prezentate de ofertant devin proprietatea Comisiei Europene și sunt considerate confidențiale.

Comisia nu va rambursa cheltuielile suportate în pregătirea și prezentarea ofertelor.

## **10. Nicio obligație de atribuire a contractului**

Adjudecarea sau încheierea procedurii cererii de oferte nu impune în nici un fel asupra Comisiei obligația atribuirii contractului.

Comisia nu este responsabilă pentru nicio despăgubire legată de ofertanții ale căror oferte nu au fost acceptate și nici atunci când decide să nu atribuie contractul.

## **11. Sancțiuni administrative și financiare**

1. Fără a aduce atingere aplicării sancțiunilor precizate în contract, candidații/ofertanții și contractanții care s-au făcut vinovați de fals în declarații sau despre care s-a dovedit că și-au încălcat grav obligațiile contractuale într-o procedură anterioară de achiziții publice sunt excluși de la toate contractele și subvențiile finanțate de la bugetul comunitar pentru o perioadă de maximum doi ani de la constatarea abaterii, confirmată după o procedură contradictorie cu contractantul.

Această perioadă poate fi prelungită la trei ani în caz de recidivă în termen de cinci ani de la prima abatere.

Ofertanții sau candidații care s-au făcut vinovați de fals în declarații sperjur sunt de asemenea supuși unor sancțiuni financiare reprezentând între 2% și 10% din valoarea totală a contractului în cauză.

Contractanții care s-au făcut vinovați de neîndeplinirea gravă a obligațiilor contractuale sunt supuși unor sancțiuni financiare reprezentând între 2% și 10% din valoarea totală a contractului în cauză.

Acest procent poate fi majorat la 4% până la 20% în caz de recidivă în termen de cinci ani de la prima abatere.

2. În cazurile menționate la punctul 13.1 literele (a), (c) și (d) din prezentele specificații, candidații sau ofertanții sunt excluși de la toate contractele și subvențiile pentru o perioadă de maximum doi ani de la constatarea abaterii, fapt confirmat în urma unei proceduri contradictorii cu contractantul.

În cazurile menționate la punctul 13.1 literele (b) și (e) din prezentele specificații, candidații sau ofertanții sunt excluși de la toate contractele și subvențiile pentru o perioadă de minimum un an și de maximum patru ani de la notificarea hotărârii.

Aceste perioade pot fi prelungite la cinci ani în caz de recidivă în termen de cinci ani de la prima abatere sau de la prima hotărâre.

3. Cazurile menționate la punctul 13.1 litera (e) din prezentele specificații sunt următoarele:

- a) cazuri de fraudă menționate la articolul 1 din Convenția privind protejarea intereselor financiare ale Comunităților Europene, adoptată prin Actul Consiliului din 26 iulie 1995<sup>5</sup>;
- b) cazuri de corupție menționate la articolul 3 din Convenția privind lupta împotriva corupției implicând funcționari ai Comunităților Europene sau funcționari ai statelor membre ale Uniunii Europene, adoptată prin Actul Consiliului din 26 mai 1997<sup>6</sup>;
- c) cazuri de apartenență la organizații criminale, conform definiției de la articolul 2 alineatul (1) din Acțiunea comună 98/733/JAI a Consiliului<sup>7</sup>;
- d) cazuri de spălare de bani conform definiției de la articolul 1 din Directiva 91/308/CEE a Consiliului<sup>8</sup>.

## 12. Cerințe privind oferta

Oferta trebuie să cuprindă:

- o componentă administrativă care să includă toate informațiile și documentele solicitate de autoritatea contractantă pentru evaluarea ofertelor pe baza criteriilor de excludere și de selecție menționate la punctele 13 și, respectiv, 14 din prezentele specificații;
- o componentă tehnică care să includă toate informațiile și documentele solicitate de autoritatea contractantă pentru evaluarea ofertelor pe baza criteriilor de atribuire menționate la punctul 17 din prezentele specificații;
- o componentă financiară care să precizeze prețurile în conformitate cu punctul 18 din prezentele specificații.

## Componenta administrativă

### 13. Criteriile de excludere

#### 13.1 Candidații sau ofertanții sunt excluși de la participarea în cadrul unei proceduri de achiziții în cazul în care:

- a) se află în proces de falimentare stare de faliment sau fac obiectul unei proceduri de lichidare sau de administrare judiciară, au încheiat concordate, și-au suspendat activitatea

---

<sup>5</sup> Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, C 316, 27.11.1995, p. 48.

<sup>6</sup> Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, C 195, 25.6.1997, p. 1.

<sup>7</sup> Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, L 351, 29.12.1998, p. 1.

<sup>8</sup> Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, L 166, 28.6.1991, p. 77.

economică sau fac obiectul unei proceduri în urma acestor situații sau se află în situații similare în urma unei proceduri de aceeași natură, prevăzută de legislația sau de reglementările naționale;

- b) au suferit o condamnare pentru încălcarea normelor profesionale, pronunțată printr-o hotărâre cu autoritate de lucru judecat;
- c) au fost găsiți vinovați de comiterea unei abateri profesionale grave dovedite prin orice mijloace pe care autoritatea contractantă le poate justifica;
- d) nu și-au îndeplinit obligațiile legate de plata contribuțiilor la asigurările sociale sau de plata impozitelor, în conformitate cu dispozițiile legale ale țării în care sunt stabiliți sau cu dispozițiile din țara autorității contractante sau cu dispozițiile țării în care se va executa acțiunea;
- e) au făcut obiectul unei hotărâri cu autoritate de lucru judecat pronunțate pentru fraudă, corupție, asociere la organizații criminale sau orice altă activitate ilegală care prejudiciază interesele financiare ale Comunităților;
- f) fac în prezent obiectul sancțiunii administrative menționate la articolul 96 alineatul (1) din Regulamentul financiar [Autoritatea contractantă poate impune sancțiuni administrative sau financiare asupra: (a) candidaților sau ofertanților de la cazurile menționate la punctul 13.3 litera (b); (b) contractanților care au fost declarați ca aflându-se într-o situație de încălcare gravă a obligațiilor care le revin în temeiul contractelor finanțate de la buget. Cu toate acestea, mai întâi, autoritatea contractantă trebuie să ofere întotdeauna persoanei respective posibilitatea de a-și prezenta propriile observații].

Candidații sau ofertanții trebuie să certifice faptul că nu se găsesc în una dintre situațiile enumerate mai sus prin completarea și semnarea formularului de la anexa IV, „Certificarea pe baza criteriilor de excludere”.

**Ofertantul (ofertanții) câștigător(i)** vor avea obligația, după procesul de atribuire și înaintea semnării contractului, să aducă, **de asemenea, dovezi** care să ateste că nu se află în niciuna din situațiile descrise la literele (a), (b), (d) și (e) de mai sus. Aceste dovezi trebuie să se prezinte sub una din formele descrise la punctul 13.2 următor.

### 13.2 Dovezi

- a) Autoritatea contractantă acceptă, ca dovadă suficientă că ofertantul sau candidatul căruia urmează să îi fie atribuit contractul nu se află într-una dintre situațiile descrise la punctul 13.1 litera (a), (b) sau (e), prezentarea unui extras recent din cazierul judiciar sau, în absența acestuia, a unui document echivalent recent eliberat de o autoritate judiciară sau administrativă din țara de origine sau de proveniență, din care rezultă că aceste cerințe sunt îndeplinite.
- b) Autoritatea contractantă acceptă, ca dovadă suficientă că ofertantul sau candidatul nu se află în situația descrisă la punctul 13.1 litera (d), un certificat recent eliberat de autoritatea competentă a statului în cauză. Atunci când în țara în cauză nu se eliberează documentul sau certificatul menționat la primul paragraf și în cazul celorlalte situații de excludere prevăzute la punctul 13.1, respectivul document sau certificat poate fi

înlocuit de o declarație sub jurământ sau, în lipsa acesteia, o declarație solemnă făcută de partea interesată în fața unei autorități judiciare sau administrative, a unui notar sau a unui organism profesional calificat din țara sa de origine sau de proveniență.

- c) În funcție de legislația națională a țării în care este stabilit candidatul sau ofertantul, documentele prevăzute la punctul 13.2 se referă la persoane juridice și/sau fizice, inclusiv, dacă autoritatea contractantă consideră că acest lucru este necesar, directori de societăți și orice persoană cu putere de reprezentare, decizie sau control asupra candidatului sau ofertantului.

### **13.3 Contractele nu pot fi atribuite candidaților sau ofertanților care, pe durata procedurii de achiziții:**

- a) fac obiectul unui conflict de interese;
- b) se fac vinovați de sperjur declarație falsă atunci când furnizează informațiile cerute de autoritatea contractantă drept condiție de participare la procedura de achiziții publice ori nu furnizează aceste informații.

Candidații sau ofertanții trebuie să certifice faptul că nu se găsesc în situația menționată la litera (a) prin completarea și semnarea formularului de la anexa IV, „Certificarea pe baza criteriilor de excludere”.

## **14. Criteriile de selecție**

### **14.1 Dovezi privind accesul la contracte (dovada eligibilității).**

Ofertantul indică statul în care se află sediul sau domiciliul acestuia și prezintă documente justificative în acest sens, acceptabile uzual conform legislației statului respectiv (a se vedea anexa I).

De asemenea, ofertanții au obligația:

- să indice numărul TVA (a se vedea anexa I);
- să indice numele și funcția persoanei autorizate să semneze contractul (a se vedea anexa I);
- să indice numărul de cont și adresa băncii (R.I.B. sau formularul standard din anexa II);

### **14.2 Capacitatea economică și financiară**

1. Ofertanții trebuie să demonstreze că au capacitatea economică și financiară de a executa contractul, inclusiv o cifră de afaceri minimă relevantă pentru serviciile care urmează să fie furnizate care să fie substanțial mai ridicată decât valoarea ofertei prezentate.

2. Dovada capacității economice și financiare poate fi furnizată prin unul sau mai multe dintre următoarele documente:

- a) declarații corespunzătoare de la bănci sau dovezi de încheiere a unei asigurări față de riscurile profesionale;
- b) prezentarea de bilanțuri sau de extrase de bilanțuri pentru cel puțin ultimele două exerciții încheiate, în cazul în care publicarea bilanțului este cerută de dreptul societăților comerciale din țara în care este stabilit agentul economic;
- c) o declarație privind cifra de afaceri globală și cifra de afaceri referitoare la lucrările, bunurile sau serviciile reglementate de contract în cursul ultimelor trei exerciții financiare.

De asemenea, ofertanții trebuie să prezinte o vedere de ansamblu asupra situației lor financiare utilizând formularul prevăzut la în anexa VII.

3. În cazul în care, dintr-un motiv excepțional considerat întemeiat de către autoritatea contractantă, ofertantul sau candidatul nu poate furniza documentele pe care le solicită autoritatea contractantă, acesta își poate dovedi capacitatea economică și financiară prin alte mijloace, considerate corespunzătoare de către Comisie.

### **14.3 Capacitatea tehnică și profesională**

Capacitatea tehnică și profesională a operatorilor economici se evaluează și se verifică în conformitate cu punctul 14.3.4.

#### **14.3.1 Capacitatea tehnică și profesională: lotul 1 Bulgaria și lotul 3 România**

Ofertanții pentru lotul 1 Bulgaria și lotul 3 România trebuie să îndeplinească următoarele criterii de capacitate tehnică și profesională:

- a) șeful de echipă: minimum 5 ani de expertiză și experiență profesională relevantă în elaborarea și gestionarea strategiilor de comunicare și a campaniilor publicitare, din care cel puțin trei ani în țara în cauză, inclusiv experiență în comunicarea instituțională;
- b) membrul echipei responsabil cu cercetarea calitativă: cel puțin trei ani de experiență profesională în domeniul cercetării calitative, din care cel puțin doi ani în țara în cauză;
- c) membrul echipei responsabil cu dezvoltarea creativă: cel puțin trei ani de experiență profesională relevantă în proiectarea și dezvoltarea soluțiilor creative pentru campanii publicitare, din care cel puțin doi ani în țara în cauză;
- d) membrul echipei responsabil cu producția: cel puțin trei ani de experiență profesională relevantă, din care cel puțin doi ani în țara în cauză;
- e) membrul echipei responsabil cu planificarea și achiziționarea serviciilor media: cel puțin trei ani de experiență profesională relevantă, din care cel puțin doi ani în țara în cauză;
- f) membrul echipei responsabil cu relațiile publice/cu media: cel puțin trei ani de experiență profesională relevantă în țara în cauză;

- g) mijloace și materiale tehnice și susținere prin resurse umane pentru realizarea standardelor de calitate relevante pentru cercetarea pe grup tematic, *crearea, producția și distribuția* materialelor audiovizuale (inclusiv echipamentul tehnic adecvat, resursele umane etc.).

#### **14.3.2 Capacitatea tehnică și profesională: lotul 2 Bulgaria și lotul 4 România**

Ofertanții pentru lotul 2 Bulgaria și lotul 4 România trebuie să îndeplinească următoarele criterii de capacitate tehnică și profesională:

- a) Echipa de echipă: minimum trei ani de experiență relevantă în gestionarea serviciilor de consultanță privind drepturile consumatorilor și minimum trei ani de experiență în elaborarea și realizarea acțiunilor de informare a consumatorilor;

Echipa de proiect trebuie să fie compusă din membri care (împreună sau separat) au următoarea experiență:

- b) cel puțin doi ani de experiență profesională relevantă în colaborarea cu mass-media pe teme legate de drepturile consumatorilor și/sau în cadrul serviciilor de consultanță privind drepturile consumatorilor;
- c) cel puțin doi ani de experiență în redactarea textelor pentru publicul general;
- d) cel puțin trei ani de experiență în domeniul legislației privind protecția consumatorilor și aplicarea sa practică în țara în cauză.

#### **14.3.3 Capacitatea tehnică și profesională: lotul 5 Asistență tehnică și controlul calității**

- a) Echipa de echipă: minimum 5 ani de experiență relevantă în gestionarea serviciilor de consultanță privind drepturile consumatorilor și minimum trei ani de experiență în elaborarea și executarea acțiunilor de informare a consumatorilor;
- b) membrii echipei: cel puțin doi ani de experiență profesională relevantă în colaborarea cu mass-media pe teme legate de drepturile consumatorilor și/sau în cadrul serviciilor de consultanță privind drepturile consumatorilor;
- c) juriști locali: cel puțin trei ani de experiență în domeniul legislației privind protecția consumatorilor și aplicarea practică a acesteia în țara în cauză (Bulgaria și, respectiv, România);
- d) experți mass-media/relații publice locali: cel puțin trei ani de experiență în redactarea textelor pentru publicul larg și colaborări în domeniul mass-media și relații publice în țara în cauză (Bulgaria și, respectiv, România).

#### **14.3.4 Dovada capacității tehnice și profesionale a operatorilor economici poate fi furnizată pe baza următoarelor documente:**

- a) calificările educaționale și profesionale ale prestatorului de servicii sau ale contractantului și/sau cele ale personalului cu funcție de conducere al societății și, în special, cele ale persoanei sau persoanelor responsabile cu furnizarea serviciului;
- b) o listă a principalelor servicii furnizate în ultimii trei ani, cu sume, date și beneficiari publici sau privați;
- c) o descriere a echipamentului tehnic, a instrumentelor și a instalației care urmează să fie utilizate de societate pentru realizarea contractului de servicii;
- d) o descriere a practicilor generale folosite de prestatorul de servicii pentru garantarea calității serviciilor;
- e) o declarație indicând cifra medie anuală a forței de muncă și numărul persoanelor cu funcție de conducere de care a dispus prestatorul de servicii sau contractantul în ultimii trei ani;
- f) în cazul în care prestatorul de servicii intenționează să **subcontracteze**, dovada capacității subcontractantului de a realiza sarcini de tipul celor cuprinse în contract.

În cazul în care serviciile sau bunurile prevăzute la litera (b) din primul paragraf sunt furnizate autorităților contractante (inclusiv Comisiei), dovada prestării respectivelor servicii sau a furnizării respectivelor bunuri se face sub formă de certificate emise sau contrasemnate de autoritatea competentă.

Ofertanții care nu îndeplinesc cerințele punctelor 13 și 14 vor fi eliminați, iar ofertele acestora vor fi considerate neeligibile pentru continuarea examinării.

## **15. Ofertele din partea consorțiilor de societăți sau a grupurilor de prestatori de servicii, contractanți sau furnizori**

Ofertele din partea *consorțiilor* de societăți sau a grupurilor de prestatori de servicii, contractanți sau furnizori trebuie să specifice rolul, calificările și experiența fiecărui membru sau grup.

Dovada eligibilității, certificarea pe baza criteriilor de excludere și documentele privind criteriile de excludere și de selecție trebuie să fie furnizate de către fiecare membru al *consorțiilor* de societăți sau al grupurilor de prestatori de servicii care prezintă o singură ofertă.

## **16. Componenta tehnică**

### **16.1 Componenta tehnică: lotul 1 Bulgaria și lotul 3 România**

Componenta tehnică pentru lotul 1 Bulgaria și lotul 3 România trebuie să cuprindă:

- o propunere pentru cercetarea pe grup tematic, care să includă metoda și tehnicile folosite
- o propunere de strategie de comunicare
- un proiect de text pentru un scenariu pentru un spot TV de 30 de secunde despre unul sau mai multe aspecte privind legislația UE în domeniul protecției consumatorilor

- o propunere de plan mass-media, cu date cantitative privind impactul (GRP), în legătură cu grupul țintă (segmentul de vârstă 21-45 ani) și populația generală
- o propunere de program pentru relațiile publice și cu mass-media și materiale de sprijin

## 16.2 Componenta tehnică: lotul 2 Bulgaria și lotul 4 România

Componenta tehnică pentru lotul 2 și lotul 4 trebuie să cuprindă:

- recomandări pentru o strategie de comunicare (maximum 1 000 de cuvinte) pe baza experienței privind consultanța în domeniul protecției consumatorilor
- o propunere motivată pentru 12 subiecte pentru fișe informative privind drepturile consumatorilor care să abordeze principalele preocupări ale consumatorilor și/sau drepturile care derivă din legislația UE privind protecția consumatorilor
- un eșantion de fișă informativă referitoare la drepturile consumatorilor în pachetele de servicii pentru călătorii
- o descriere a canalelor de distribuție propuse pentru fișele informative

## 16.3 Componenta tehnică: lotul 5 Asistență tehnică și controlul calității

Componenta tehnică pentru lotul 5 trebuie să cuprindă:

- recomandări pentru strategia de comunicare (maximum 1 000 de cuvinte) în Bulgaria și România (mesaje, mass-media, relații publice)
- o propunere motivată pentru 12 subiecte pentru fișe informative privind drepturile consumatorilor care să abordeze principalele preocupări ale consumatorilor și/sau drepturile care derivă din legislația UE privind protecția consumatorilor
- o propunere de calendar pentru măsurile operaționale și verificarea materialelor pentru finalizarea strategiei de comunicare

## 17. Criteriile de atribuire

### 17.1 Criterii de atribuire: lotul 1 Bulgaria și lotul 2 România

Contractele pentru lotul 1 Bulgaria și lotul 3 România vor fi atribuite ofertanților care prezintă oferta cea mai avantajoasă din punct de vedere economic, evaluată pe baza următorilor factori:

- a) Criteriile de evaluare tehnice pentru loturile 1 și 3 în ordinea importanței acestora, măsurată în procente:

Nr.	Criterii de atribuire calitative	Coeficient (max. de puncte)
-----	----------------------------------	-----------------------------

1.	Relevanța și coerența strategiei de comunicare în raport cu grupul țintă	40
2.	Eficacitatea planului media propus în raport cu grupul țintă	30
3.	Domeniul de aplicare, inclusiv evaluarea publicului potențial, al programului de relații publice/cu media	30
<b>Total puncte</b>		<b>100</b>

Ofertele care nu acumulează cel puțin 70 de puncte (indiferent de distribuția scorurilor la cele trei criterii) nu vor fi luate în considerare mai departe în procesul de atribuire.

b) Prețul.

### **17.2 Criterii de atribuire: lotul 2 Bulgaria și lotul 4 România**

Contractele pentru loturile 2 și 4 vor fi atribuite ofertanților care prezintă oferta cea mai avantajoasă din punct de vedere economic, evaluată pe baza următorilor factori:

a) Criteriile de evaluare tehnice pentru loturile 2 și 4 în ordinea importanței acestora, măsurată în procente:

Nr.	Criterii de atribuire calitative	Coeficient (max. de puncte)
1.	Calitatea, în ceea ce privește conținutul și prezentarea, a programului de fișe informative și a unui eșantion de fișă informativă	40
2.	Eficacitatea canalelor de distribuție pentru fișele informative	30
3.	Relevanța principalelor orientări propuse pentru strategia de comunicare	30
<b>Total puncte</b>		<b>100</b>

Ofertele care nu acumulează cel puțin 70 de puncte (indiferent de distribuția scorurilor la cele trei criterii) nu vor fi luate în considerare mai departe în procesul de atribuire.

b) Prețul.

### 17.3 Criterii de atribuire: lotul 5 Asistență tehnică și controlul calității

Contractul pentru lotul 5 va fi atribuit ofertantului care prezintă oferta cea mai avantajoasă din punct de vedere economic, evaluată pe baza următorilor factori:

a) Criteriile de evaluare tehnică pentru lotul 5 în ordinea importanței acestora, măsurată în procente:

N°	Criteriile de atribuire calitative	Coeficient (max. de puncte)
1.	Relevanța principalelor orientări propuse pentru strategia de comunicare	40
2.	Calitatea, în ceea ce privește conținutul și prezentarea, a programului de fișe informative	30
3.	Relevanța și fezabilitatea calendarului propus pentru măsurile operaționale și pentru verificare	30
<b>Total puncte</b>		<b>100</b>

Ofertele care nu acumulează cel puțin 70 de puncte (indiferent de distribuția scorurilor la cele trei criterii) nu vor fi luate în considerare mai departe în procesul de atribuire.

b) Prețul.

## Componenta financiară

### 18. Prețuri și garanții

#### 18.1 Dispoziții generale

- a) Prețurile trebuie să fie exprimate în euro, folosind, dacă este necesar, ratele de schimb publicate în seria C a *Jurnalului Oficial al Uniunii Europene* la data publicării anunțului de participare.
- b) Prețurile trebuie să fie sume fixe exprimate în euro.
- c) Cheltuielile estimative de deplasare și cazare trebuie să fie specificate separat. Valoarea estimativă trebuie să se întemeieze pe articolul I.3.2 al contractului anexat la prezentele specificații și să includă orice deplasare necesară în vederea reuniunii cu reprezentanții ai DG Sănătate și Consumatori. În orice caz, aceasta trebuie să reprezinte valoarea maximă a cheltuielilor de deplasare și cazare de plată pentru toate serviciile prestate.
- d) Prețurile trebuie să fie exprimate fără redevențe, impozite sau alte taxe, inclusiv TVA, întrucât Comunitățile sunt scutite de la aceste taxe conform articolelor 3 și 4 din Protocolul privind privilegiile și imunitățile Comunităților Europene; valoarea TVA trebuie să fie indicată separat.
- e) În cazul în care valoarea prefinanțării este mai mare de 150 000 EUR, Comisia va solicita ofertantului selectat să prezinte o garanție care să acopere realizarea în mod corespunzător a contractului pentru o sumă egală cu plata de prefinanțare efectuată de Comisie. Ofertanții sunt invitați să propună în cadrul licitației formulele pe care le consideră optime pentru îndeplinirea acestei condiții (de exemplu asigurare, depozit sau garanție bancară).
- f) Prețurile trebuie să fie fixe și să nu facă obiectul unor revizui, singura excepție posibilă fiind în cazul prețurilor pentru achiziționarea de publicitate TV. Prețurile pentru achiziționarea de publicitate TV ar trebui să fie fixe, atunci când acest lucru este posibil. În cazul în care nu se pot indica prețuri fixe, acestea ar trebui prezentate sub formă de estimări, cu o indicație clară a procentului (%) variației maxime ascendente sau descendente și a sumei maxime posibile pentru achiziționarea publicității TV după revizuirea ascendentă. Orice revizuire a prețurilor trebuie să fie justificată prin evoluția tarifelor publicate de media în cauză.
- g) Ofertanții din țările care nu aparțin zonei euro trebuie să stabilească un preț care să ia în considerare variațiile ratei de schimb și să își asume riscurile sau avantajele care decurg din orice astfel de variații. **Ofertele care prestabilesc prețurile în funcție de variațiile ratei de schimb nu vor fi luate în considerare.**
- h) Prețurile trebuie să fie prezentate în formatul standard al anexei V și să includă detalii ale costurilor operaționale (cum ar fi costurile de achiziție media, costurile de producție, costurile pentru activitățile de relații publice etc.). **Prețurile trebuie să reprezinte costul real al executării activităților în 2009/2010.**

## **18.2 Componenta financiară pentru lotul 1 Bulgaria și lotul 3 România**

Componenta financiară pentru lotul 1 Bulgaria și lotul 3 România trebuie să includă un buget detaliat al onorariilor, al costurilor de producție, al costurilor pentru cercetarea pe grup tematic, al costurilor pentru relațiile publice și cu mass-media, al costurilor planului media și al altor cheltuieli operaționale și, separat, al costurilor de deplasare și cazare, până la valoarea maximă a diurnei (a se vedea tabelul din anexa III).

Trebuie să fie instituită o garanție de prefinanțare pentru contractarea lotului 1 și 3, ca o condiție preliminară pentru plata aferentă prefinanțării în cazul în care aceasta depășește 150 000 EUR. Garanțiile trebuie să fie oferite de o bancă sau o instituție financiară. Acestea pot fi înlocuite cu o garanție personală și solidară oferită de o parte terță. Garanțiile sunt exprimate în euro și, prin acestea, banca, instituția financiară sau partea terță oferă o garanție irevocabilă sau devin garanți la prima solicitare pentru obligațiile contractantului.

## **18.3 Componenta financiară pentru lotul 2 Bulgaria și lotul 4 România**

Componenta financiară pentru loturile 2 și 4 trebuie să includă bugetul detaliat al cheltuielilor de personal în funcție de categorie, al cheltuielilor generale și operaționale și, separat, al costurilor de deplasare și cazare, până la valoarea maximă a diurnei (a se vedea tabelul din anexa III).

## **18.4 Componenta financiară pentru lotul 5 Asistență tehnică și controlul calității**

Componenta financiară pentru lotul 5 trebuie să includă un buget detaliat al cheltuielilor de personal în funcție de categorie, al cheltuielilor generale și operaționale și, separat, al costurilor de deplasare și cazare, până la valoarea maximă a diurnei (a se vedea tabelul din anexa III).

### **Anexe:**

- I: Formularul de depunere a ofertei
- II: Formularul de identificare financiară
- III: Tabelul ratelor maxime ale diurnelor
- IV: Certificarea pe baza criteriilor de excludere
- V: Bugetul
- VI: Contractul și anexele
- VII: Prezentare generală a capacității financiare
- VIII: Lista de control