



CENTRUL PENTRU TINERET
AL MUNICIPIULUI BUCUREȘTI

APROBAT,

Director General,

Ec. Georgiana TRIFU

CAIET DE SARCINI

- SERVICII SOCIALE PENTRU TINERI -

COD CPV: 85311300-5

PROIECT

– BUCUREȘTI , ORAȘUL TINERILOR ACTIVI PE PIAȚA MUNCII-

Avizat,

Șef Serviciu,

Mihai GRASU

Întocmit,

Consilier,

Sonia STANCU

CAIET DE SARCINI

- SERVICII SOCIALE PENTRU TINERI -

Specificațiile tehnice reprezintă cerințe, prescripții, caracteristici de natură tehnică ce permit fiecărui produs, serviciu sau lucrare să fie descris, în mod obiectiv, astfel încât să corespundă necesității autorității contractante.

Specificațiile tehnice se întocmesc în conformitate cu prevederile legale prevăzute la art.154÷art.159 din Legea nr. 98/2016.

Cerințele impuse vor fi considerate ca fiind minime și obligatorii. În acest sens, orice ofertă prezentată, care se abate de la prevederile Caietului de Sarcini, va fi luată în considerare numai în măsura în care Propunerea Tehnică presupune asigurarea unui nivel calitativ superior cerințelor minime din prezentul Caiet de Sarcini. Oferta care conține caracteristici inferioare celor prevăzute în prezentul Caiet de Sarcini va fi considerată neconformă și va fi respinsă.

Prezentul Caiet de Sarcini conține specificații tehnice minime în baza cărora ofertantul va întocmi oferta tehnică și financiară, făcând parte integrantă din documentația de atribuire în vederea participării la procedură.

1. INFORMAȚII GENERALE

1.1. Beneficiar/ Autoritate contractantă: Centrul pentru Tineret al Municipiului București;

1.2. Date despre beneficiar: Sediul: Municipiul București, Calea Victoriei nr. 126, sector 1, Cod Fiscal: 36860537; Adresa de corespondență: Municipiul București, Calea 13 Septembrie, nr 168 – 184, Sector 5.

1.3. Sursa de finanțare a achiziției : Bugetul local aprobat pe anul 2020;

1.4. Denumire achiziție: SERVICII SOCIALE PENTRU TINERI – PROIECT “BUCUREȘTI, ORAȘUL TINERILOR ACTIVI PE PIAȚA MUNCII”.

1.5.Valoarea totală estimată a achiziției: 750.000 lei la care se adaugă TVA.

1.6. Grupul țintă : Tinerii cu vârste cuprinse între 18-35 ani, cu domiciliul / reședința pe raza Municipiului București cu cel puțin 6 luni de înscrierea în cadrul proiectului, care nu sunt încadrați în câmpul muncii și care au ieșit din sistemul național de educație/ au părăsit sistemul național de educație prin încheierea studiilor, care urmare a :

- Absolvirii – încheierea studiilor cu o diplomă, un certificat sau un alt act de studii;
- Părăsirii voluntare sau involuntare a studiilor pe parcursul participării la un nivel de instruire, înainte de a-l fi absolvit, ci sau fără intenția de reluare a studiilor.

2.OBIECTIV GENERAL

Obiectivul general al proiectului constă în aducerea la cunoștința publicului a proiectului **„București, orașul tinerilor activi pe piața muncii”**, destinat tinerilor din Municipiul București, cu vârstă cuprinsă între 18 și 35 de ani, prin dezvoltarea unei platforme digitale dedicată proiectului pentru efectuarea înscrierilor online, precum și prin organizarea unui eveniment online în cadrul căreia să se readucă în mentalul publicului proiectul, dar și printr-o campanie de diseminare a informațiilor legate de beneficiile acestuia în diferite medii accesibile publicului larg, în scopul creșterii ratei de ocupare a forței de muncă în rândul tinerilor bucureșteni; o altă componentă nouă este consilierea posibililor beneficiari ai proiectului pentru a găsi astfel cea mai bună alternativă pentru ei.

Tot prin relansarea acestui proiect se dorește atingerea **scopului social** al acestuia, respectiv minimizarea ratei șomajului prin formarea profesională a beneficiarilor acestor cursuri gratuite și acordarea de stimulente financiare în momentul angajării în domeniul în care au absolvit respectivele cursuri.

2.1 Obiective specifice:

- Dezvoltarea unei platforme digitale dedicată proiectului (și mentenanța acesteia timp de 3 luni), pe care grupul țintă să îl utilizeze pentru înscrierea online în proiectul de cursuri gratuite puse la

dispoziție de PMB/CTMB, dar și pentru a se informa despre beneficiile proiectului “București – orașul tinerilor activi pe piața muncii”, proiect deja aflat în derulare în cadrul CTMB, dar care astfel se va adapta la condițiile actuale legate de pandemia de Covid-19 și a situației actuale legate de situația șomajului în rândul tinerilor din București.

- Organizarea unui eveniment online în vederea aducerii la cunoștință publicului larg a proiectului “București – orașul tinerilor activi pe piața muncii”, destinat tinerilor din Municipiul București, cu vârstă cuprinsă între 18 și 35 de ani, în vederea informării cu privire la beneficiile proiectului și încurajării acestora de a se înscrie la cursurile oferite gratuit.
- Derularea unei campanii de păstrundere în mentalul publicului țintă a proiectului “ **București , orașul tinerilor activi pe piața muncii**”, timp de 3 luni, în perioada **septembrie – decembrie 2020**, în vederea informării tinerilor despre beneficiile proiectului și încurajării acestora de a se înscrie la cursurile oferite prin acest proiect.
- Realizarea consilierii tinerilor ce doresc să devină beneficiari ai acestui proiect în vederea găsirii celui mai bun curs, având în vedere aptitudinile lor.

3. JUSTIFICARE NECESITATE / OPORTUNITATE

Conform ultimelor date publicate de către Agențiile Județene de Ocuparea Forței de Muncă și ale Municipiului București pentru luna aprilie 2020, rata șomajului era de 1,28% în Municipiul București, dintr-un număr de 15.186 șomeri. Numărul de 15.186 de persoane reprezintă persoanele înregistrate în evidențele Agenției Municipale pentru Ocuparea Forței de Muncă (AMOFM) București. Conform datelor luate în considerare, din numărul total al șomerilor, 8.030 sunt femei.*

Din totalul de 15.186 de persoane înregistrate în evidențele AMOFM București, 3.027 erau beneficiare de indemnizație de șomaj, iar 12.159 erau șomeri neindemnizați. Așadar, ponderea persoanelor ce au beneficiat de indemnizație de șomaj este de 19,93% , iar a persoanelor ce nu au beneficiat de indemnizație de șomaj este de 80,07%.

Structura șomajului pe grupe de vârste se prezintă sugestiv astfel: în categoria de vârstă 18-25 ani sunt înregistrați 184 de șomeri, în categoria de vârstă 25-29 ani sunt 1.408 persoane șomere, iar în categoria de vârstă 30-39 ani sunt înregistrate 3.621 persoane ca fiind șomere, reprezentând un

total de 5.213 persoane șomere în categoria de vârstă 18-39 ani, iar restul de 9.973 persoane din totalul de 15.186 sunt încadrate în categoria de vârstă 40-65 ani. Din evidențele prezentate rezultă un număr considerabil al persoanelor tinere ce sunt încadrate într-o formă de șomaj.

Șomerii cu studii liceale au ponderea cea mai mare în totalul șomerilor înregistrați în evidențele AMOFM București, 34.66%, urmat de cei cu studii superioare, 27.29%, iar 18.00% au absolvit școala profesională/de arte și meserii. Șomerii cu nivel de studii gimnaziale reprezintă 16.95% din totalul șomerilor înregistrați, cei cu studii postliceale sunt în proporție de 2.00%, iar cei cu studii primare și fără studii, de 1.10%.

De asemenea, structura șomerilor înregistrați pe nivel de ocupabilitate, stabilit prin profilare, se prezintă astfel: 2064 persoane foarte greu ocupabile, 4593 greu ocupabile, 4369 mediu ocupabile, iar 4160 sunt persoane ușor ocupabile. Încadrarea într-o categorie de ocupabilitate se realizează ca urmare a activității de profilare a persoanelor înregistrate în evidențele AMOFM.

Comparativ cu luna martie 2020, când rata șomajului a fost de 1.26%, în luna aprilie 2020, acest indicator al șomajului a crescut cu 1.59%.**

În contextul actual, al impactului socio-economic după criza sanitară cauzată de virusul SARS-Cov-2, Centrul pentru Tineret al Municipiului București, conform Extrasului din Evaluarea Rapidă de Risc a ECDC - Izbucnire de cazuri de boală cu noul coronavirus (COVID-19): transmitere crescută la nivel global – a cincea actualizare 02 martie 2020 ce a dus la implementarea măsurilor de distanțare socială și Hotărârea nr. 7 din 11 martie 2020 a Comitetului Național pentru Situații Speciale de Urgență (CNSSU) privind aprobarea Hotărârii nr. 9 a Grupului de suport tehnico-științific privind gestionarea bolilor înalt contagioase pe teritoriul României, potrivit căreia se recomandă „utilizarea unor metode didactice alternative de învățământ”, va adopta și aplica toate măsurile de prevenire, atenuare și înlăturare a efectelor de risc socio-economico-sanitar.

*ANOFM, 2020, https://www.anofm.ro/upload/12725/Situatia_somerilor_inregistrati_pe_judete_si_localitati_la_30_aprilie_2020.pdf, accesat la data de 20.07.2020.

** ANOFM, 2020, https://www.anofm.ro/upload/12725/Situatia_somajului_inregistrat_-_APRILIE_2020.pdf, accesat la data de 20.07.2020.

Totodată conform *art. 5, alin. 1 din Anexa la Hotărâre nr. 24 din 14.05.2020* privind aprobarea instituirii stării de alertă la nivel național și a măsurilor de prevenire și control a infecțiilor, în contextul situației epidemiologice generate de virusul SARS-CoV-2: *„Pentru prevenirea răspândirii infecțiilor cu SARS-CoV-2, sunt interzise organizarea și desfășurarea de mitinguri, demonstrații, concerte sau orice alte întruniri în spații deschise, precum și de activități culturale, științifice, artistice, sportive, de divertisment, jocuri de noroc, activități de fitness, activități în piscine și de tratament balnear desfășurate în spații închise.”*

Așadar pentru împiedicarea răspândirii SARS-CoV-2 evenimentul de lansare al proiectului va fi organizat doar online.

Pandemia de Coronavirus – Covid 19 a generat în prezent un dezechilibru semnificativ pe piața muncii, cu atât mai mult în rândul tinerilor, astfel că necesitatea prezentării publicului larg a proiectului **„București, orașul tinerilor activi pe piața muncii”** este cu atât mai stringentă. Tinerii bucureșteni au nevoie în prezent de sprijin susținut pentru a se forma, dezvolta personal și profesional în vederea unei inserții/ reinserții mai facilă pe piața muncii actuală, prin consilierea lor și punerea la dispoziție a unor cursuri de formare/ calificare/ recalificare din domenii de interes în momentul actual.

Necesitatea relansării proiectului are ca fundament faptul că, odată cu trecerea perioadei de urgență declarată în România din cauza pandemiei de Covid-19, tot mai mulți operatori economici/ formatori de cursuri au dorit să se alăture acestuia, prin transmiterea de oferte de parteneriat. Respectivii formatori de curs au adus astfel o îmbunătățire vizibilă proiectului, prin oferta de cursuri adaptate situației actuale, care au posibilitatea de a fi urmate în mediul online. De asemenea, oferta de cursuri primită în ultima perioadă este una variată și mult mai axată pe necesitățile tinerilor din grupul țintă cărui dorim să ne adresăm, precum webdesigner, competențe digitale, dar și manichiură, pedichiură și îngrijire personală, iar lista se va actualiza constant.

De aceea, considerăm necesară relansarea proiectului, pentru ca acesta să aibă impact astfel asupra a mai mulți viitori beneficiari, prin alăturarea a cât mai mulți formatori de cursuri ce pot aduce un plus valoare acestuia, prin cursurile oferite și care, odată cu informațiile ce vor fi lansate în media legate de proiect vor dori să se alăture acestuia.

În vederea implementării acestui proiect, cât și a unei bune desfășurări și vizibilități, vor fi necesare o serie de elemente și materiale informative precum: produse informative și o diseminare

masivă a informației în mediul online prin postări pe rețelele de social media, prin site-urile de job-uri și prin toate canalele din mediul online care pot asigura transmiterea informației către un număr cât mai mare de viitori beneficiari, prin afișaj stradal, dar și prin spoturi către posturile de radio din București, cât și personal calificat în vederea susținerii acestor cursuri.

Organizarea acestui eveniment de către Centrul pentru Tineret al Municipiului București se va face în baza art.6 alin.1 din Regulamentul de Organizare și Funcționare al Centrului pentru Tineret al Municipiului București aprobat prin Hotărârea Consiliului General al Municipiului București nr.446 din 31.07.2019, în care se precizează că obiectul de activitate al Centrului îl constituie organizarea și promovarea activităților de tineret, încurajarea inițiativelor de tineret în Municipiul București, sprijinirea vieții familiare, incluziunea socială și consilierea tinerilor în vederea asigurării de condiții adecvate integrării socio-profesionale conform necesității și aspirațiilor acestora.

În conformitate cu Cap. V, Art. 12, pct. 21, care atestă faptul că CTMB derulează programe specializate de incluziune socială și dezvoltare socio-profesională prin dezvoltarea unor pachete integrate personalizate pentru tinerii care nu au un loc de muncă, nu sunt încadrați într-o formă de educație sau formare profesională. De asemenea, proiectul este în concordanță și cu Cap. V, Art. 12, pct. 22, ce face referire la faptul că CTMB poate dezvolta platforme online de resurse virtuale, extinzând astfel aria de intervenție din offline și în mediul online. Organizarea evenimentului pentru care se solicită achiziția este în conformitate cu Cap. V, Art. 12, pct.26, care stipulează faptul că CTMB poate furniza programe integrate pentru dezvoltarea socio-profesională (consiliere, orientare în carieră, ucenicie, stagii de practică, oportunități de voluntariat, educație non-formală), a tinerilor în vederea creșterii șanselor de ocupare pe piața muncii.

Prezentul proiect a fost aprobat prin H.C.G.M.B 484/ 23.08.2018, cu un buget total de 8.000.000 lei fără TVA, pe întreaga perioadă de derulare a acestuia.

Proiectul este prevăzut în Planul de Acțiuni al C.T.M.B pe anul 2020, la punctul 2.

Prin relansarea acestui proiect social se dorește aducerea unor noi componente, anume platforma digitală prin care proiectul poate beneficia de o mai bună vizibilitate în rândul grupului țintă căruia se adresează, dar și componenta de consiliere în carieră a posibililor beneficiari ai proiectului. De asemenea, pentru a fi în conformitate cu modificarea Regulamentului de Organizare Internă al instituției, se găsește oportună achiziția acestei platforme, prin care posibili beneficiari își pot depune documentația în online, dar și accesarea mai ușoară a cursurilor prin intermediul acesteia.

Proiectul **“București, orașul tinerilor activi pe piața muncii”** va avea ca scop adoptarea și aplicarea unor măsuri de prevenire, atenuare și înlăturare a efectelor factorilor de risc specifici de natură socioprofesională asupra tinerilor aflați în procesul de formare și/sau integrare în societate

și stimularea tinerilor cu vârsta cuprinsă între 18 – 35 de ani de a se încadra în muncă. Prin derularea acestui proiect se dorește implicarea autorităților locale din municipiul București în combaterea șomajului în rândul tinerilor .

Proiectul va avea ca grup țintă tinerii cu vârsta cuprinsă între 18 și 35 de ani, cu domiciliul stabil sau viza de reședință în municipiul București cu cel puțin 6 luni înainte de depunerea cererii, și care nu sunt încadrați în câmpul muncii.

Prin derularea **proiectului cu caracter social**, un număr de 2000 de tineri vor beneficia de cursuri de calificare, inițiere sau perfecționare autorizate, derulate atât în mediul online, cât și în cel fizic. Tinerii vor putea beneficia și de stimulente de angajare, fiind sprijiniți să se formeze și să se angajeze pe piața muncii în concordanță cu aptitudinile obținute în urma cursului absolvit prin prezentul proiect, în conformitate cu prevederile Regulamentului Proiectului.

Având în vedere cele menționate mai sus, Centrul pentru Tineret al Municipiului București găsește oportună lansarea acestui proiect, cu un mare impact social în rândul tinerilor și care vine în sprijinul conversiei/ reconversiei profesionale a acestora.

4. LOCUL DE DESFĂȘURARE:

- Municipiul București.

5. PERSONAL IMPLICAT ÎN REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR

- Echipa de implementare din cadrul Centrului pentru Tineret al Municipiului București
- Staff tehnic
- Echipa de formatori

6. Descrierea proiectului:

În vederea aducerii la cunoștința publicului larg a proiectului **„București – orașul tinerilor activi pe piața muncii”**, se va organiza un eveniment digital, astfel încât activitatea să se deruleze

în condiții de maximă siguranță și legalitate, cu respectarea tuturor condițiilor și restricțiilor actuale, având în vedere contextul generat de pandemia de Coronavirus – Covid 19.

În vederea lansării platformei digitale, pentru a-l aduce la cunoștința reprezentanților grupului țintă vizat, se va realiza un eveniment digital, în Municipiul București, în luna august 2020, în mediul on-line, într-un spațiu potrivit unei astfel de manifestări.

Se dorește dezvoltarea unei platforme digitale pe care grupul țintă o va folosi pentru a afla detalii despre proiect, pentru a beneficia de cursurile proiectului, pentru înscrierea în cadrul acestuia și urmarea cursurilor ce se pot desfășura în mediul virtual; componenta nouă a proiectului ce se află deja în derulare și care a fost deja aprobat pe anul 2019 o reprezintă achiziția unei platforme digitale prin care viitorii posibili beneficiari să ajungă mai ușor să-și caute cursurile de interes și să le poată accesa de acasă; astfel, prin intermediul mediului virtual crește și speranța ca proiectul să devină un brand recunoscut în București și nu numai. Menținerea se va realiza pe o perioadă de minim 3 luni a acestei platforme digitale.

Lansarea platforme digitale aferentă proiectului “**București, orașul tinerilor activi pe piața muncii**”, destinat tinerilor din Municipiul București, cu vârstă cuprinsă între 18 și 35 de ani, ce nu sunt încadrați în câmpul muncii se va realiza în timpul unui eveniment programat pentru luna august 2020. Prin organizarea unui eveniment digital în vederea aducerii la cunoștința publicului larg a proiectului “București – orașul tinerilor activi pe piața muncii”, destinat tinerilor din Municipiul București, cu vârstă cuprinsă între 18 și 35 de ani, în vederea informării cu privire la beneficiile programului și încurajării acestora de a se înscrie la cursuri.

Derularea unei campanii de aducere la cunoștința publicului a proiectului „București, orașul tinerilor activi pe piața muncii”, timp de 4 săptămâni, în vederea informării tinerilor despre beneficiile proiectului și încurajării acestora de a se înscrie la cursuri.

Realizarea tuturor materialelor și prestarea serviciilor în vederea conectării grupului țintă la informațiile privind accesarea site-ului prin care pot avea acces la toate detaliile proiectului “**București, orașul tinerilor activi pe piața muncii**”.

Instrument social de integrare – prin intermediul proiectului se va putea forma o comunitate consistentă de beneficiari, persoane tinere cu vârstă cuprinsă între 18-35 de ani.

Se va menține această comunitate cât mai activă posibil și va fi informată despre beneficiile pe care le au prin intermediul proiectului, despre evenimente de interes pentru ei organizate de CTMB/PMB, concursuri cu premii organizate în parteneriate cu diverse alte instituții / ONG-uri.

Se estimează ca la nivelul unui an de zile, prin intermediul urmăririi acestor cursuri, beneficiarii să ajungă să se angajeze în număr din ce în ce mai mare, având în vedere lipsa locurilor de muncă din ultima perioadă de timp.

Instrument social de încurajare a participării tinerilor la diferite proiecte ce se adresează lor sau care vizează teme de interes pentru acest grup țintă, precum: evenimente sociale și culturale, sondaje, chestionare pe teme legate de politici pentru tineri, acțiuni de responsabilitate socială, voluntariat etc.

Instrument ce va ajuta la dezvoltarea profesională și personală a tinerilor posesori – se vor dezvolta proiecte de mentorat, promovare oportunități de carieră oferite de instituții publice sau companii private. Se vor organiza și se va oferi acces la burse profesionale în diferite domenii și pe diferite teme de interes: fotografie, social media etc;

Instrument de incluziune socială - se vor trimite informări către Direcțiile de Asistență Socială din Municipiul București, prin care li se va aduce la cunoștință proiectul tinerilor defavorizați și vor fi încurajați la o viață cât mai apropiată de normal.

Sunt așteptate să participe un număr mare de persoane – inițiatori ai proiectului și stakeholderi – asociații studențești, presă, influenceri, bloggeri, mediul de afaceri, instituții publice etc, având în vedere că evenimentul de lansare va avea loc în mediul online.

7. Concept si abordare proiect:

Fiind vorba despre o modalitate de aducere la cunoștință publicului larg a unui proiect destinat tinerilor, acesta va fi prezentat într-o manieră interesantă și interactivă pentru toți cei prezenți. Conceptul de **proiect social** are la bază următoarele cuvinte cheie: *formare profesională (inițiere, calificare, specializare, perfectionare), dezvoltare personală, integrare pe piața muncii, tineri bucureșteni activi pe piața muncii*. În toate etapele evenimentului urmează a fi integrate elemente de digitalizare și interactivitate.

Evenimentul digital va fi public și se va transmite pe pagina de Facebook a instituției, la o

dată stabilită de comun acord cu autoritatea contractantă, prin intermediul unei platforme profesionale de streaming.

Evenimentul va fi înregistrat în prealabil într-un studio profesionist, montat în regim live păstrând racorduri și tranziții și va fi difuzat pe platforma de socializare Facebook în regim live cu posibilitatea asigurării interacțiunii în timp real cu publicul.

Pe toată durata evenimentului un MC va modera și va prezenta într-o manieră interactivă întreg proiectul adus la cunoștința publicului larg. MC-ul va fi o persoană cunoscută cu impact în rândul tinerilor din grupul țintă al CTMB. MC-ul evenimentului va avea un rol foarte important pentru a crea cursivitatea evenimentului cu predare de legătură de la un speaker la celălalt implementând un scenariu de eveniment în studio, dar fără public, în conformitate cu desfășuratorul propus de Prestator și aprobat în prealabil de Autoritatea Contractantă.

Toate acțiunile de comunicare se vor axa pe realizarea unei comunicări optime, inspirate și convingătoare a obiectivelor proiectului către publicul țintă, utilizându-se diverse instrumente de comunicare.

Se dorește ca prestatorul să dezvolte un concept creativ, de tip umbrelă în care se vor regăsi aspirațiile, provocările, experiențele, prin care trec tinerii în viața de zi cu zi în căutarea împlinirii din punct de vedere profesional. Pornind de la acest concept, campania de diseminare a informației se va derula astfel încât să aducă în prim plan un element central/ un personaj care să transmită mesajele către publicul țintă prin intermediul canalelor de comunicare descrise mai jos.

În acest sens campania de comunicare va beneficia de conținut de calitate, adecvat platformelor/mediilor de comunicare pe care se va derula campania, spre exemplu: texte, imagini, video-uri, grafică personalizată pe fiecare tip de format, etc. Acest conținut va fi derivat din conceptul creativ și se va regăsi în planurile editoriale ce vor fi propuse săptămânal spre aprobarea beneficiarului de către prestator.

În cadrul relansării proiectului operatorul economic va realiza 20 materiale video de prezentare a proiectului **București, orașul tinerilor activi pe piața muncii**, iar în cadrul materialelor video persoane publice, cu notorietate, vor aduce la cunoștința publicului informațiile principale ale proiectului.

De asemenea, se vor folosi spoturi video pentru panourile stradale din locații centrale din Municipiul București prin care se vor potența beneficiile proiectului, precum și beneficiarilor cărora li se adresează.

O altă noutate în cadrul proiectului sunt emisiunile de consiliere în carieră, ce vor fi realizate în partea de început a relansării proiectului, dar și a părții de final a acestuia. De asemenea, proiectul va beneficia de facilitarea relaționării cu Asociațiile de Producători sau de leasing de personal, prin transmiterea C.V.-urilor absolvenților cursurilor către aceștia, în vederea unei posibile angajări sau urmăririi unor traininguri sau internship-uri.

Prin urmare, ținând cont de complexitatea acestui proiect, obiectivul se poate îndeplini prin achiziționarea următoarelor servicii, având minimal și obligatoriu următoarele specificații tehnice, astfel:

Nr. crt.	Denumire serviciu	Can t.	Unit. măsură	Caracteristici tehnice
A	B	C	D	E
1	Dezvoltare platformă digitală			
a)	Realizare platformă digitală	1	buc	<p>Prestatorul are obligația de a dezvolta, implementa, configura și testa o platformă digitală care va fi dată în folosința grupului țintă pentru utilizare, dar și în vederea recrutării posibilibor beneficiari ai proiectului. Înscirerea posibilibor beneficiarilor în cadrul proiectului și depunerea dosarului pentru selecție și participare se vor face prin intermediul platformei digitale.</p> <p>Platforma digitală va trebui să întrunească următoarele caracteristici:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pagina web responsive, html5; • conținutul va fi structurat sub forma: meniu principal, meniu secundar, butoane de interacțiune cu paginile de social media ale achizitorului; conținutul meniului secundar va cuprinde datele de contact, informații utile despre achizitor; • se poate actualiza în timp real; • deține platforma de management operabilă de către persoane care nu sunt programatori și sistem de customer relationship;

			<ul style="list-style-type: none"> • suportă includerea mai multor materiale video cu durata de 4-10 minute; • sistem de management al datelor; • Framework-ul va conține meniurile descrise mai sus și va fi declinat pornind de la identitatea vizuală cheie a proiectului “București, orașul tinerilor activi pe piața muncii”; • Domeniul care va găzdui platforma va fi achiziționat în numele achizitorului, de către operatorul economic, pe cheltuiala prestatorului, pe o perioadă până la sfârșitul anului în curs; • După încheierea contractului de achiziție, în termen de 15 zile calendaristice, operatorul economic va preda platforma achizitorului spre testare. Remedierea sau îmbunătățirea anumitor funcționalități va fi realizată în termen de maxim 24-72 ore, în funcție de complexitate și fără costuri suplimentare pentru achizitor. • După recepția finală a platformei, timp de 45 de zile, orice eroare, bug, etc. intervenită, va fi notificată către prestator, iar acesta o va remedia, fără costuri suplimentare în termen de 24 de ore. • În situația în care pentru această platformă sunt necesare a fi achiziționate licențe, domenii, hosting etc., prestatorul le va achiziționa pe propria cheltuială, în numele achizitorului, acesta din urmă având drept de utilizare perpetuă, irevocabilă și nelimitată. • Prestatorul va aloca un număr suficient de persoane care să implementeze și să dezvolte această site, în timpul solicitat de către achizitor; • Această platformă va fi folosită de către grupul țintă pentru a beneficia de informațiile necesare privind proiectul, pentru a putea accesa cursurile pe care dorește să le urmeze, precum și de recrutare, respectiv pentru a beneficia de subvențiile aferente proiectului; • Platforma va putea fi folosită de către utilizatorii de web; • Platforma va avea textul în limba română. <p>În vederea bunei implementări a platformei digitale, operatorul economic va asigura, pe întreg parcursul colaborării un Expert/ Specialist web designer, care va întruni următoarele caracteristici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Absolvent de Studii superioare - Prezentarea unui portofoliu de proiecte – va demonstra experința similară în minim 3 proiecte de web design. <p>Se solicită, pentru a demonstra velenitățile:</p> <p>Curriculum Vitae al expertului nominalizat, semnat</p> <p>Documente relevante care fac dovada calificărilor solicitate – copii „conform cu originalul” ale diplomelor de studii menționate în CV</p> <p>Portofoliu de proiecte;</p> <p>Declarație privind disponibilitatea.</p>
--	--	--	---

				<p>Operatorul economic se va angaja să realizeze materialele și să le trimită spre aprobare achizitorului cu 1 săptămână înainte de demararea proiectului. De asemenea, operatorul economic se va angaja ca până la sfârșitul anului 2020 să predea toate materialele și serviciile pentru care a fost contractat. Proiectul pentru care se face achiziția se va derula în perioada septembrie- decembrie 2020.</p>
b)	Realizare grafică pentru platforma digitală	1	buc	<p>Operatorul economic va asigura conceptul creativ și grafica pentru toate materialele care se vor realiza în cadrul colaborării: Copywriting, Grafică și Design pentru: Logo, Mesaj, Slogan și identitate vizuală a proiectului. Operatorul economic va realiza partea de web design pentru platformă. Operatorul economic va propune 2 variante de concept, mesaj, slogan și logo pentru proiect. Propunerea de concept trebuie să fie originală, accesibilă și atractivă pentru publicul țintă și să conțină elemente de inovație, prin inserarea de Logo, Slogan.</p> <p>In acest sens se vor asigura servicii de copywriting, grafică și design de către operatorul economic.</p> <p>Toate materialele promoționale și elementele de identitate vizuală ale evenimentului vor fi personalizate cu logourile: CTMB, PMB.</p> <p>Grafica va fi realizată de către prestator, urmând ca achizitorul să agreeze forma finală a tuturor materialelor.</p> <p>N.B: Logo - Însemn grafic distinct; Slogan - formula concludentă, care definește conceptul proiectului.</p> <p>Operatorul economic va asigura un Grafic designer, cu următoarele caracteristici:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Absolvent de Studii superioare de lungă durată în domeniul artelor vizuale (design/grafica) <input type="checkbox"/> Participare în minim 1 contract în care a desfășurat activități similare de realizare concept grafic pentru campanii de promovare în mediul online și social media (facebook, instagram, google, etc.). <p>Se solicită:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Curriculum Vitae al expertului nominalizat, semnat <input type="checkbox"/> Documente relevante care fac dovada calificărilor/competențelor solicitate - copii, „conform cu originalul” ale diplomelor de studii menționate în CV <input type="checkbox"/> Documentele relevante care fac dovada îndeplinirii experienței solicitate emise de beneficiari sau angajatori (vor include: beneficiarul, angajatorul, denumirea proiectului/contractului, poziția în cadrul contractului, activitățile desfășurate în cadrul contractului) <input type="checkbox"/> Portofoliu

				<input type="checkbox"/> Declarație privind disponibilitatea
c)	Asigurare mentenanță	3	luni	<p>Operatorul economic va asigura mentenanța și suportul pentru platformă timp de 3 luni.</p> <p>După recepția finală a platformei, timp de 45 de zile, orice eroare, bug, etc. intervenită, va fi notificată către prestator, iar acesta o va remedia, fără costuri suplimentare în termen de 24 de ore.</p> <p>Operatorul economic va asigura mentenanță și suport pentru platforma digitală pe toată perioada de aducere la cunoștința publicului larg a proiectului (3 luni).</p> <p>Serviciile se vor presta lunar de către operatorul economic, întocmindu-se în acest sens câte o factură fiscală, proces verbal de recepție a serviciilor și un raport lunar de activitate pentru serviciile prestate.</p> <p>Pe toată perioada de realizare a mentenanței aplicației, prestatorul va oferi suport tehnic reprezentanților achizitorului;</p> <p>În sarcina operatorului economic va intra și:</p> <p>Verificarea periodică a logurilor pentru platforma digitală și luarea de acțiuni în conformitate cu cele găsite.</p> <p>Verificarea periodică a logurilor Firebase pentru monitorizarea website-ului și luarea de acțiuni în conformitate cu cele găsite.</p> <p>Operatorul economic va asigura:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monitorizarea și actualizarea pluginurilor folosite de platforma digitală. - Monitorizarea și optimizarea timpului de răspuns al serverului. - Monitorizarea și optimizarea timpului de răspuns pentru utilizatorul final, pe platformei. - Monitorizarea încărcării procesorului. - Monitorizarea încărcării spațiului de stocare pe server - Monitorizarea utilizării lungimii de bandă. - Monitorizarea tiparelor de trafic. - Monitorizarea numărului și dimensiunilor proceselor în așteptare. - Monitorizarea timpului de nefuncționare al platformei. <p>După încheierea contractului de achiziție, în termen de 15 zile calendaristice, operatorul economic va preda platforma digitală achizitorului spre testare. Remedierea sau îmbunătățirea anumitor funcționalități va fi realizată în termen de maxim 24-72 ore, în funcție de complexitate și fără costuri suplimentare pentru achizitor.</p>
2.	Realizare de conținut pentru platforma digitală			
a)	Realizarea scenariului pentru materiale video	20	buc	<p>Operatorul economic va realiza și va implementa creatia scenariului pentru 20 de materialele video prin care proiectul va fi adus la cunoștința publicului larg.</p> <p>Operatorul economic va prezenta conceptul final al scenariului pentru cele 20 materiale video de prezentare a proiectului București, orașul</p>

				<p>tinereilor activi pe piața muncii, pe care îl va trimite achizitorului spre aprobare înainte de implementarea sa.</p> <p>Caracteristici material video:</p> <ul style="list-style-type: none"> -durata de 3-5 minute fiecare, -calitatea de filmare full HD, HDMI, 4k, -va fi realizat pe baza unui story-board/screen-play și a minimum 2 variante de creație. Beneficiarul își rezervă dreptul de a alege pentru producție între variantele de creație propuse și de a solicita ajustarea variantei alese sau refacerea ei, în timp util. -Va avea o coloană sonoră și voiceover, iar obținerea drepturilor de utilizare a acestora va fi în sarcina Prestatorului. -Tonul comunicării va fi de informare – prezentare, tonalitate caldă, pozitivă, limbajul uzual, accesibil publicului larg, iar conținutul spotului va fi în concordanță cu obiectivul; -în cadrul materialelor video, persoane publice, cu notorietate, vor aduce la cunoștința publicului informațiile principale ale proiectului. Lista cu propunerile pentru persoanele publice prezente în clipurile video va fi trimisă spre aprobare achizitorului în timp util. -materialele video vor fi realizate prin filmări într-un studio sau pe teren, de către personalul calificat pus la dispoziție de către operatorul economic.
b)	Producția materialelor video	20	buc	<p>Operatorul economic va realiza filmarea propriu-zisă a celor 20 de materiale video prin care proiectul va fi adus la cunoștința publicului larg. În vederea realizării acestui lucru operatorul economic se va asigura că dispune de aparatura necesară, dar și de personalul corespunzător în astfel de situații (video operator + cameraman+regizor).</p> <p>Prestatorul are obligația asigurării personalului tehnic și a personalului implicat în realizarea clipului, asigurării resurselor tehnice necesare, a echipamentelor, consumabilelor, etc., asigurării transportului, cazării și diurnei tuturor membrilor echipei care va realiza serviciile contractate. Pentru realizarea filmărilor va fi utilizat un echipament de videoassist, respectiv un monitor cu înregistrare, care să permită regizorului o imagine de ansamblu și reluarea unor duble în timp util în eventualitatea în care este necesar.</p> <p>Responsabilitatea privind drepturile de autor va aparține exclusiv ofertantului.</p> <p>Forma finală a clipului video va fi stabilită de prestator împreună cu Achizitorul.</p> <p>Toate materialele vor avea obligatoriu siglele CTMB și PMB și vor fi aprobate anterior de către achizitor.</p>
c)	Realizare post producție	20	buc	<p>Operatorul economic va realiza montajul celor 20 de materialele filmate, precum și editarea acestora; operatorul economic va folosi efecte grafice și montaj pentru materialele video filmate (editor video).</p>

				<p>Tot operatorul economic va asigura realizarea efectelor grafice ce vor fi integrate materialelor video realizate de către operatorul economic.</p> <p>Toate materialele vor fi colantate cu siglele CTMB și PMB, precum și cu numele proiectului pentru care se realizează materialele, anume București, orașul tinerilor activi pe piața muncii și vor fi aprobate anterior de către achizitor.</p>
3.	Servicii pentru eveniment înregistrat			
a)	Dezvoltarea conceptului creativ și a scenariului	1	buc	<p>Operatorul economic va realiza conceptul și scenariul/flow-ul evenimentului, pe care le va trimite în timp util către achizitor spre aprobare.</p> <p>Prestatorul va asigura:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dezvoltare concept si scenariu de eveniment, respectiv ideea principală care va fi transmisă prin intermediul evenimentului online pornind de la : obiectivele, beneficiile proiectului și tipul de public caruia i se adresează. - Conceptul va include: desfășuratorul evenimentului (flow): speakerii implicați, discursuri, prezentarea momentelor cheie astfel incat să creeze impact și dinamism. - Pre-productie (Planificarea evenimentului) : stabilirea programului, tehnici de productie, echipamentul, echipa de productie, alegerea studioului potrivit - Productie: filmarea propriu-zisa, realizarea materialului video in studioul dotat corespunzator și optimizarea acestuia (a se vedea descrierea studioului) - Postproductie: serviciile de editare video, efecte speciale si design audio: voice over, grafică animată, cheie cromatică, corectarea culorilor, blending sunet, codare, subtitrare si grafica 2D & 3D, dupa caz. <p>Toate serviciile de dezvoltare a conceptului vor fi trimise în prealabil, în timp util, către achizitor spre aprobare.</p>
b)	Planificare eveniment (pre-productie)	1	buc	<p>Operatorul economic va avea în vedere stabilirea programului, tehnicile de producție, echipamentul, echipa de producție, alegerea studioului potrivit în vederea realizării și distribuirii evenimentului de lansare al proiectului.</p> <p>Operatorul economic va realiza partea de pre-productie a evenimentului de lansare (Planificarea evenimentului) : stabilirea programului, tehnici de productie, echipamentul, echipa de productie, alegerea studioului potrivit realizării acestui eveniment on-line).</p>
c)	Post productie - efecte grafice			

și montaj (editor video)			
Studio multimedia	1	buc	<p>Operatorul economic va asigura și va pune la dispoziție un studio multimedia cu toate dotările necesare după cum urmează: platoul producție de minim 400 mp; acesta va fi în concordanță cu tema proiectului pentru care se va realiza filmarea.</p> <p>Caracteristici studio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -dotat cu tehnologie pentru filmarea unor materiale video, să aibă o acustică potrivită. -studio-ul trebuie să permită operatorului să se deplaseze cu camera de filmat fără mișcări bruște; - studio-ul va fi situat în Municipiul București, într-o zonă ușor accesibilă.
Set lumini inteligente	1	buc	<p>Operatorul economic va asigura echipamentul de lumini inteligente, cu cele mai noi tehnologii de iluminat American DJ si ROBE.</p> <p>Va asigura echipament de tip moving head, scanner sau colour changer, garantând astfel o atmosferă cât mai plăcută.Operatorul economic va pregăti soluții de iluminare LED sau lampa, orientându-se care dintre acestea sunt potrivite pentru orice tip de anvergură. Lumini inteligente si echipament de sunet profesionale : led lights projector, moving head-uri, light pannel controller, mixer digital, sistem complet de microfoane, mixer digital, boxe cu stand.</p> <p>Operatorul economic va asigura setul de lumini- proiectoare de diferite puteri, lumini de interior, de fundal.</p> <p>Operatorul economic se va asigura să opereze, depaneze și întrețină echipamentele de bază audio vizuale, respectiv:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lămpi rotative Pointe 280w - Leduri HM Wash Quad - mixer lumini Chamsys MQ60 - proiectoare de lumini led FOS IP65 <p>Operatorul economic se va asigura că probele de lumini au caracter obligatoriu și se vor planifica astfel încât să fie finalizate cu cel puțin 1 oră înainte de începerea evenimentului.</p> <p>Operatorul economic va asigura personalul tehnic specializat necesar pentru montarea, operarea si demontarea echipamentelor tehnice.</p>
Echipament sunet	1	buc	<p>Operatorul economic va asigura echipamentul de sunet necesar în vederea realizării evenimentului online de lansare a proiectului și se va asigura că acesta este manevrat de către personal calificat.</p> <p>În acest sens va asigura toată gama de microfoane, mixere de sunet, boxe, operator tehnic, cablaje, priză multifuncțională, etc.</p> <p>Operatorul economic va asigura servicii de sonorizare, în funcție de următoarele necesități:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 Boxe L Acoustics Kara - 4 Boxe L Acoustics SB28

				<ul style="list-style-type: none"> - 1 Mixer Digital 32 - 4 Microfoane Wireleles Sennheiser EW300 - 1 set cablu de 220V - Priză multifuncțională 63 A - 1 set cablu DMX <p>Operatorul economic se va asigura că probele de sunet au caracter obligatoriu și se vor planifica astfel încât să fie finalizate cu cel puțin 1 oră înainte de începerea evenimentului.</p> <p>Operatorul economic va asigura personalul tehnic specializat necesar pentru montarea, operarea și demontarea echipamentelor tehnice.</p>
	Echipament video	1	buc	<p>Operatorul economic va asigura echipamentul video necesar unei bune realizări a evenimentului de lansare. Pentru aceasta va pune la dispoziție:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 buc ecran led 4 k, cu dimensiunea de 10x3 m curve <p>Operatorul economic se va asigura că acesta este manevrat de către personal calificat.</p>
	Dotări studio	1	buc	<p>Pentru o bună desfășurare a evenimentului de lansare a proiectului, operatorul economic va pune la dispoziție dotările necesare:</p> <p>1 buc Scena cu dimensiuni de 10 x 5 m și 1 buc croma cu dimensiuni de 10 x 5 m, garderoba și cabine;</p> <p>Operatorul economic se va asigura că ambianța studio-ului este în concordanță cu conținutul ce se va înregistra în interiorul acestuia.</p> <p>Operatorul economic va realiza partea de postproducție a evenimentului: serviciile de editare video, efecte speciale și design audio: voice over, grafică animată, cheie cromatică, corectarea culorilor, blending sunet, codare, subtitrare și grafica 2D & 3D, după caz.</p>
d)	Asigurare echipament de difuzare live streaming online	1	buc	<p>Operatorul economic va realiza serviciul de live streaming pe toată durata conferinței pe rețelele solicitate de Beneficiar în format HD utilizând drept echipamente: 2 camere format HD (1080p), microfoane ambientale și microfon tip lavalieră speaker.</p> <p>Sistemul de video-conferință trebuie să suporte un aspect nativ 16:9 cu cel puțin o rezoluție 1080x720 și 30 fps, la viteze de conectare de doar 1 Mbps și peste 1 Mbps.</p> <p>Sistemul de videoconferință trebuie să suporte o rezoluție minimă, cu un raport de aspect 16:9 și la 30 fps, cu următoarele rate de conectare:</p> <p>720p 30 pixeli la 600 Kbps 720p 60 pixeli la 820 Kbps 1080p 30 pixeli la 1.2 Kbps</p>
e)	Asigurarea resurselor umane	<p>Prestatorul va asigura echipa tehnică ce se va ocupa de sunet, lumini, camere etc. pe toată perioada conferinței și se va asigura că toate echipamentele funcționează corespunzător și transmisiunea respectă standardele solicitate de către beneficiar.</p> <p>Operatorul economic va asigura echipa tehnică pentru realizarea înregistrărilor și echipa tehnică pentru editare video, foto, foto-video.</p>		

	Regizor	1	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Regizor – care va presta un număr estimat de 40 ore. Regizorul trebuie să întrunească următoarele caracteristici: -Studii superioare în domeniul de studii cinematografie și media, specializarea regie, absolvite cu diplomă de licență. - A participat ca regizor la realizarea a cel puțin două producții pentru campanii de promovare.
	Operator video	1	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Operator video - care va presta un număr de 20 ore estimat
	Tehnician video	1	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Tehnician video - care va presta un număr de ore estimat 10
	Tehnician lumini	1	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Tehnician lumini - care va presta un număr de 10 ore estimat
	Operator sunet	1	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Operator sunet - care va presta un număr de ore 10 estimat
	Inginer lumini	1	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Inginer lumini - care va presta un număr de 10 ore estimat
f)	Postproducție : serviciile de editare video	1	buc	Operatorul economic va asigura serviciile de postproducție, anume: serviciile de editare video, efecte speciale si design audio: voice over, grafică animată, cheie cromatică, corectarea culorilor, blending sunet, codare, subtitrare si grafica 2D & 3D, dupa caz. Operatorul economic va pune la dispoziție personal calificat pentru realizarea de muzică și grafică post productie și montaj (aprox 50 ore).
g)	MC profesionist	1	buc	Operatorul economic va asigura prezența unui moderator/prezentator eveniment profesionist, calificat, care va modera evenimentul și va asigura tranzițiile pe tot parcursul evenimentului MC-ul va trebui să întrunească următoarele caracteristici: să fie persoana publică, ușor de recunoscut în rândul tinerilor - cu o comunitate de minim 500 mii de abonați pe Youtube si/sau 400 mii urmăritori pe Instagram care poate sa creeze impact pozitiv asupra publicului tinta al proiectului si care poate ajuta la aducerea la cunoștință a proiectului în propria comunitate astfel încat tinerii sa fie îndemnati să acceseze instrumentele educative ce sunt facilitate prin intermediul proiectului. Acesta va modera/prezenta evenimentul, va asigura tranzițiile pe tot parcursul evenimentului si va comunica in social media despre eveniment/proiect prin minim 2 postari. (propuneri /ex. Maximilian Ioan, Bibi).
4.	Realizare materiale pentru afișaj electronic în rețeaua			

	outdoor digitală			
a)	Productia spotului video	1	buc	<p>Operatorul economic va gândi conceptul unui spot publicitar de informare a publicului larg despre proiectul achizitorului; prestatorul va realiza și difuza un spot video în cu durata de 5-10 secunde pentru care se va obține aprobarea beneficiarului înainte de difuzarea acestuia, prin transmiterea BD. Spotul va fi dinamic și va transmite un mesaj de impact în rândul tinerilor bucureșteni legat de proiectul pe care dorește achizitorul să-l lanseze.</p> <p>Operatorul economic va realiza partea de editare pentru un spot video cu o durata de 5-10 secunde.</p> <p>În cadrul acestui spot video se vor aduce la cunoștința publicului larg inițiatorii proiectului, anume PMB și Ctmb, prin menționarea acestora, dar și prin asigurarea prezenței logo-urilor celor 2 entități.</p> <p>În cadrul spotului video se vor aduce la cunoștința publicului beneficiile proiectului, grupul țintă căruia se adresează, modalitatea prin care posibili beneficiari îl pot accesa și autoritatea prin care se desfășoară.</p>
	Panouri digitale	300	buc	<p>Pentru a realiza informarea publicului larg asupra proiectului București-orașul tinerilor activi pe piața muncii, operatorul economic va realiza o serie de difuzări prin intermediul a 300 de panouri digitale; operatorul economic va realiza acest lucru prin 90 000 de difuzari prin panourile digitale outdoor, pe perioada de desfășurare a proiectului.</p> <p>Operatorul economic va asigura diseminarea informației în mediul exterior/ outdoor, prin realizarea de afisaj electronic pe panouri digitale.</p> <p>Numărul de destinații de rulare a reclamelor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - minim 30 panouri din intersecții mari ale Bucureștiului, din zone de interes moderne, amplasate în puncte cheie, în zone centrale cu trafic intens cum ar fi: Piata Romana, Piata Unirii, Piata Natiunilor Unite, etc - restul de 270 de panouri vor fi în apropierea campusurilor universitare, dar și în apropierea marilor spații comerciale din Municipiul București. <p>Operatorul economic va asigura diseminarea informației prin rețeaua de ecrane ledscreen outdoor digital cu acoperire în Municipiul București, ecrane outdoor care comunica inteligent cu grupul-tintă, digitale, moderne, amplasate în puncte cheie, în zone centrale cu trafic intens cum ar fi: Piata Romana, Piata Unirii, Piata Natiunilor Unite, Calea Crangasi , Calea Dorobanti /Stefan cel mare (PERLA), Calea Floreasca, Piata Unirii - Splaiul Independentei , Dorobanti cu BLV Dacia (ASE - H.Johnson) etc.</p> <p>Caracteristici:</p> <p>Format panou electronic: în funcție de condițiile de plasare și oferta de spații publicitare.</p> <p>Durata reclamă: minim 300 difuzări, în funcție de disponibilitatea locatiei până la atingerea numărului de 90 000 de difuzări în perioada campaniei.</p>

				<p>Prelucrare informație transmisă: conform caracteristicilor panourilor electronice.</p> <p>Vor fi prezentate 2 variante de spot electronic de 5-10 secunde, fiecare, din care achizitorul va alege varianta optimă sau se va lucra pe o variantă până la realizarea variantei finale, ce va fi afișată pe panourile electronice.</p> <p>Operatorul economic va asigura minim 300 difuzări la atingerea a 90 000 de difuzări (300 panouri x 300 difuzări).</p>
5.	Asigurarea informării publicului prin intermediul posturilor de radio din București			
a)	Producția spotului radio	2	buc	<p>Operatorul economic va asigura partea de producție a spotului radio, constând în creație și înregistrare.</p> <p>Prestatorul va asigura producția a 2 spoturi prin care va asigura informarea publicului larg despre proiectul achizitorului;</p> <p>Fiecare spot radio va avea durata de 20-30 secunde.</p> <p>Operatorul economic va asigura realizarea scenariului și înregistrarea voice-over-ului pentru un spot audio cu o durată de 20-30 secunde.</p> <p>Operatorul economic va asigura Înregistrarea voiceover (VO), prin care se vor asigura cel puțin două VO, una feminină și una masculină, ce vor fi selectate ca urmare a unui casting de voci profesionale (actori, prezentatori radio/tv, etc.) ce se vor transmite spre aprobare achizitorului—minim 4 voci vor fi prezentate achizitorului pentru selecția finală.</p> <p>Operatorul economic se va asigura că detaliile spotului radio sunt adecvate și în conformitate cu informațiile ce se doresc a fi transmise publicului larg, precum un fundal sonor, muzical adecvat și a efectelor audio. Muzica va fi originală, adaptată conținutului și cu licența de difuzare, care vor cădea în sarcina operatorului economic.</p> <p>Operatorul economic va realiza minim două variante de script pentru fiecare spot.</p> <p>Spotul va fi dinamic, original și memorabil, cu impact în rândul publicului tânăr.</p> <p>Prestatorul va înainta spre aprobare achizitorului, atât scenariile, cât și producțiile finale.</p> <p>Recepția spoturilor se va face în baza aprobării variantei finale.</p> <p>La înaintarea variantei finale, de asemenea, Prestatorul va propune un mediaplan de difuzare a celor 2 spoturi radio după ce va obține avizul Bun de Difuzare din partea Autorității Contractante.</p>

				Prestatorul va elabora un raport privind difuzările spoturilor pe care îl va trimite achizitorului.
b)	Difuzarea spotului radio (mediaplanning) în top 5 stații radio	100	buc	<p>Operatorul economic va asigura un mediaplan de difuzare a celor două spoturi radio la minim două stații radio cu acoperire în București, dintre care ambele vor fi din top 5 audiențe pe București conform Rezultatelor Studiului de Audiență Radio în București, disponibile pentru primul trimestru al anului 2020.</p> <p>Difuzarea spotului radio se va realiza în prime-time.</p> <p>Pentru difuzarea spotului radio se va realiza o selecție a posturilor radio din top 5: Radio România Actualități Radio ZU, Radio Europa FM, Kiss FM, Radio Magic FM, alegerea rămânând la latitudinea achizitorului.</p> <p>Operatorul economic se va asigura de realizarea unui minim de 100 de difuzări la fiecare post de radio din top 5 în decurs de maxim 2 săptămâni, pentru atingerea publicului țintă al proiectului.</p> <p>Operatorul economic va avea în sarcină atingerea obiectivului de 100 difuzări ale spotului radio în stații radio cu acoperire în București din top 5 conform Rezultatelor Studiului de Audiență Radio în București.</p>
c)	Difuzarea spotului radio (mediaplanning) în stații radio din top 6-15	100	buc	<p>Operatorul economic va asigura un mediaplan de difuzare a celor două spoturi radio la minim două stații radio cu acoperire în București, dintre care ambele vor fi din top 6-15 audiențe pe București conform Rezultatelor Studiului de Audiență Radio în București, disponibile pentru primul trimestru al anului 2020.</p> <p>Operatorul economic se va asigura de realizarea unui minim de 100 de difuzări la fiecare post de radio din top 15 în decurs de maxim 2 săptămâni, pentru atingerea publicului țintă al proiectului.</p> <p>Difuzarea spotului radio se va realiza în prime-time minim 3 săptămâni.</p> <p>Operatorul economic va avea în sarcină atingerea obiectivului de 100 difuzări la 2 stații radio cu acoperire în București din următoarele top 15 posturi radio, conform Rezultatelor Studiului de Audiență Radio în București.</p>
6.	Realizare grafică și afișe de prezentare în mediul online			
a)	Realizare bannere web și strategie de difuzare	1	buc	<p>Operatorul economic va asigura realizarea materialelor grafice pentru mediul online (afișe de prezentare pentru evenimentul digital) și le va comunica Beneficiarului pentru aprobare.</p> <p>Operatorul economic va realiza un banner online pentru evenimentul digital, care va fi compatibil paginilor web și Facebook/Instagram.</p> <p>Acest banner va respecta tema evenimentului și va fi comunicat beneficiarului pentru aprobare.</p>

			<p>Prestatorul va asigura conceptul creativ, logo, mesaj, slogan și identitate vizuală a proiectului, grafica pentru toate bannerele, pornind de la obiectivele proiectului și analiza publicului-țintă.</p> <p>Operatorul economic va realiza declinarea materialelor pentru a fi în concordanță cu toate mediile de comunicare în conformitate cu manualul de identitate vizuală oferit de către autoritatea contractantă.</p> <p>Machetarea tuturor materialelor și serviciilor de diseminare a informației către publicul larg, iar dacă va fi cazul se va face de către prestatorul de servicii, cu acordul autorității contractante.</p> <p>Bunul de Tipar și de Difuzare, împreună cu tot ceea ce înseamnă creație și design a materialelor și serviciilor de răspândire a informațiilor, se va da către autoritatea contractantă.</p> <p>Prestatorul va asigura conceptul creativ, logo, mesaj, slogan și identitate vizuală a proiectului, grafica pentru toate bannerele, pornind de la obiectivele proiectului și analiza publicului-țintă.</p> <p>Prestatorul va propune 2 variante de concept, mesaj, slogan și logo pentru proiect. Propunerea de concept trebuie să fie originală, accesibilă și atractivă pentru publicul țintă și să conțină elemente de inovație. Se va urmări obținerea unei fraze unice, în care mesajul principal să fie încorporat și care nu durează mai mult de 3-5 secunde să fie rostită. Tone of voice: exprimare colocvială, fără termeni tehnici, cu înclinație către limbajul simplist, însă fără greșeli gramaticale și ușor aspirational.</p> <p>Logo - Insemn grafic distinct;</p> <p>Slogan - formula concludentă, care definește conceptul proiectului.</p> <p>În acest sens se vor asigura de către operatorul economic servicii de copywriting, grafică și design.</p> <p>Se vor crea toate formatele de banner web necesare (exemple: 728 x 90 leaderboard, 336 x 280 large rectangle, 300 x 250 medium rectangle, square 250 x250, 120x600, etc), în conformitate cu cerințele site-urilor, bannerele urmând a se difuza pe site-uri de evenimente și activități de petrecere a timpului liber, site-uri culturale, site-uri de știri și life style, educație, sport, stiri, generaliste etc.</p> <p>Operatorul economic va asigura un Expert/Specialist Comunicare și Publicitate.</p> <p>Cerinte solicitate pentru poziția de Specialist comunicare și publicitate:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Absolvent de Studii superioare - Experiență profesională generală: Minim 5 ani de experiență profesională - Participare în calitate de Expert de comunicare/publicitate în minim 1 contract în care a îndeplinit activități similare cu cele care urmează să le îndeplinească în viitorul contract: realizare platforma, organizare de evenimente digitale/virtuale înregistrate în studio, implementare de campanii de promovare în mediul online (social media, google, etc).
--	--	--	---

				<p>Se solicită:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Curriculum Vitae al expertului nominalizat, semnat <input type="checkbox"/> Documente relevante care fac dovada calificărilor solicitate – copii „conform cu originalul” ale diplomelor de studii menționate în CV <input type="checkbox"/> Documentele relevante care fac dovada îndeplinirii experienței solicitate emise de beneficiari sau angajatori (vor include: beneficiarul, angajatorul, denumirea proiectului/contractului, poziția în cadrul contractului, activitățile desfășurate în cadrul contractului) <input type="checkbox"/> Declarație privind disponibilitatea <p>Toate materialele și elementele de identitate vizuală ale evenimentului vor fi personalizate cu logourile: CTMB, PMB.</p> <p>Grafica va fi realizată de către prestator, urmând ca achizitorul să agreeze forma finală a tuturor materialelor.</p>
b)	Asigurarea diseminării în mediul online	1	buc	<p>Operatorul economic va asigura construirea strategiei adaptată publicului pentru obținerea unui număr de 5 milioane de afișări și un număr de 12.000 de click-uri.</p> <p>Google reprezintă unul dintre cele mai mari motoare de căutare din România, fiind folosit de aproximativ 90% din utilizatorii de internet.</p> <p>Google AdWords este principalul canal de diseminare a informației în mediul online, reclamele prin Google Adwords reprezentând peste 50 % din investițiile în mediul digital din România.</p> <p>Prestatorul va crea grafica reclamelor și se vor pregăti materialele pentru trimiterea și afișarea pe display-urile alese pentru derularea campaniei.</p> <p>Conceptul grafic al acestor reclame va trebui să țină cont atât de obiectivele și de conceptul general al campaniei de comunicare, cât și de specificul publicului care se expune acestui tip de reclamă. Reclamele vor avea elementele obligatorii de identitate vizuală.</p> <p>Toate materialele și elementele de identitate vizuală ale evenimentului vor fi personalizate cu logourile: CTMB, PMB, dar și cu elementele specifice proiectului.</p> <p>Operatorul economic va trebui să realizeze un target de 5 milioane de afișări ale proiectului pe site-uri de interes pentru publicul țintă (site-uri de job-uri și cariere, site-uri de știri generale, sport, divertisment).</p>
7.	Asigurarea diseminării informației în mediul online prin intermediul Facebook Ads	1	buc	<p>Operatorul economic se va ocupa de propagarea proiectului în mediul online, asigurând un impact crescut folosindu-se de Facebook Marketing.</p> <p>Având în vedere că platforma Facebook este printre cele mai eficiente canale de informare și permite un nivel de targetare (<i>cine va vedea anunțul</i>) foarte clar și precis, în funcție de locația geografică, vârstă, sex, stare civilă, nivelul de educație, interese, etc., se va utiliza acest canal de către operatorul economic în mix-ul de comunicare pentru proiectul ”București, orașul tinerilor activi pe piața muncii”.</p> <p>Se solicită operatorului economic dezvoltarea unui plan editorial de postări și comunicare prin intermediul paginii de Facebook a a</p>

				<p>achizitorului precum și implementarea planului de comunicare prin redactarea de comunicări și mesaje informative.</p> <p>Pentru acest canal de comunicare se va realiza conținut de calitate, cu grad crescut de relevanță, în special imagini și video-uri pentru reclamele ce vor fi utilizate în rețeaua Facebook.</p> <p>Prestatorul va transmite spre aprobarea beneficiarului conținutul ce va fi utilizat în campanie, în sarcina operatorului economic va fi și realizarea de conținut pentru întreaga campanie, cu aprobarea achizitorului.</p> <p>Se va acorda o atenție deosebită creării de mesaje, imagini, texte potrivite postărilor pentru derularea acestui tip de campanie.</p> <p>Operatorul economic va avea în vedere atingerea, în termen de 3 luni, a 2 milioane de afișări în social media despre proiectul achizitorului.</p>
8.	Creare conținut pentru paginile de Facebook și Instagram, mentenanță și plan editorial	1	buc	<p>Prin intermediul acestei campanii se urmărește o vizibilitate crescută pe platformele de socializare – Facebook și Instagram, și o diseminare intensă a informațiilor legate de proiect, astfel încât mesajul și informațiile despre cursurile gratuite și beneficiile acestora să ajungă la cât mai mulți tineri bucureșteni, beneficiari ai acestui proiect.</p> <p>Planul editorial de aducere la cunoștința publicului, respectiv organizarea și diseminarea postărilor va fi actualizat în decursul celor 3 luni folosind criterii de targetare a audienței cât mai specifice pentru obținerea rezultatelor menționate. Din punct de vedere al obiectivelor setate și targetării, campania va viza publicul țintă al proiectului achizitorului în vederea obținerii rezultatelor preconizate.</p> <p>Se solicită dezvoltarea unui plan editorial de postări și comunicare prin intermediul paginii de Facebook precum și implementarea planului de comunicare prin redactarea de comunicări și mesaje informative.</p> <p>Se va acorda o atenție deosebită creării de mesaje, imagini, texte potrivite postărilor pentru derularea acestui tip de campanie.</p> <p>Prestatorul se obligă ca în termen de 4 săptămâni să creeze minim 2 postări pe zi, atât pe canalele de Facebook cât și pe Instagram ale achizitorului.</p> <p>Prestatorul va transmite spre aprobarea beneficiarului planul editorial.</p> <p>Se va asigura o campanie de informare prin intermediul Facebook/Instagram cu ajutorul căreia se vor distribui/disemina informațiile despre proiectul achizitorului în cadrul platformelor de socializare. Astfel se vor aloca fonduri pentru a disemina planul editorial de postări și comunicare, crearea de mesaje, imagini, texte potrivite postărilor.</p> <p>Prin intermediul acestei campanii se urmărește o vizibilitate crescută pe platformele de socializare – Facebook și Instagram, și o transmitere a informației legate de proiectul achizitorului cât mai intensă astfel încât mesajul și informațiile despre acesta și beneficiile acestuia să ajungă la cât mai mulți tineri bucureșteni, posibili beneficiari ai acestui proiect.</p>

				Prestatorul se obligă ca în termen de maxim 3 luni să obțină 2 milioane de afișări.
9.	Diseminarea informației prin intermediul Youtube Ads	1	buc	<p>Prestatorul va realiza un spot cu o durată de minim 10 secunde, aproximativ 5- 10 secunde și îl va aduce la cunoștința publicului larg astfel încât să fie văzut de către minim 200.000 utilizatori Youtube. Întinderea și conținutul spotului va fi agreat obligatoriu de către achizitor.</p> <p>Prestatorul va realiza continut video cu durată de aproximativ 5- 10 secunde pentru informarea publicului în platforma youtube a achizitorului astfel încât să fie văzut de către minim 200.000 utilizatori Youtube.</p> <p>Prestatorul se obligă ca în termen de maxim 3 luni să obțină pentru respectivul spot 200.000 de accesări.</p>
10.	Asigurarea vizibilității prin platforme destinate proiectelor speciale cu site-urile de anunturi de joburi	1		<p>Operatorul economic se va asigura de dezvoltarea unor proiecte editoriale informative cu site-uri de anunturi de joburi recunoscute de către publicul din România, în cadrul cărora vor fi implicate echipe editoriale ale acestor site-uri, iar conținutul astfel dezvoltat va fi distribuit în mediul online.</p> <p>Operatorul economic va asigura dezvoltarea unor proiecte editoriale informative despre proiectul de integrare pe piața muncii a tinerilor, prin intermediul site-urilor de job-uri și cariere, în cadrul cărora vor fi implicate echipe editoriale ale acestor site-uri, iar conținutul astfel dezvoltat va fi distribuit în mediul online.</p> <p>Prestatorul se obligă ca în termen de maxim 4 săptămâni să obțină pentru distribuirea mesajelor cheie informative ale campaniei 1 milion de afișări sau până în momentul ajungerii la acest număr de utilizatori.</p> <p>De asemenea, operatorul economic va asigura relaționarea cu Asociațiile de Producători sau de leasing de personal, prin transmiterea zilnică a C.V.-urilor absolvenților cursurilor către aceștia, în vederea unei posibile angajări sau urmăririi unor traininguri sau internship-uri.</p>
11.	Realizarea unei emisiuni de consiliere în carieră			<p>Emisiunea va avea ca temă consilierea în carieră cu accent pe importanța calificării, specializării și perfecționării profesionale. În acest sens va fi invitat în platoul emisiunii un psiholog care va oferi sfaturi, teste de personalitate și carieră, interpretări ale acestora, va vorbi despre cum se ia cea mai bună decizie în alegerea unei cariere/meserii potrivite.</p> <p>Emisiunea se va difuza online pe canalele de Facebook si Youtube ale achizitorului și va avea o durată de minim 30 minute, maxim 1 oră.</p> <p>Operatorul economic va asigura prezenta unui psiholog/life coach cu studii de specialitate si experienta in psihologie organizationala/orientare in cariera/dezvoltare personala</p> <p>– Emisiunea va fi realizată de către operatorul economic în studio dotat cu logistică, inclusiv echipament audio-video, panou fundal, dotări speciale, realizând astfel un material de calitate superioară care să corespundă în integralitate cerințelor achizitorului.</p>

			<p>Emisiunea va fi grupată pe 2 părți, una ce va fi difuzată în precampanie și una în postcampanie.</p> <p>Prestatorul va asigura:</p> <p>Pre-productie (Planificarea evenimentului) : stabilirea programului pentru înregistrarea emisiunii, tehnicile de productie, echipamentul, echipa de productie, alegerea studioului potrivit</p> <p>Productia emisiunii: filmarea propriu-zisa, realizarea materialului video și optimizarea acestuia</p> <p>Post-productie: serviciile de editare video, efecte speciale si design pentru ambientarea emisiunii: grafică, cheie cromatică, corectarea culorilor, blending sunet, codare, subtitrare si grafica 2D & 3D, după caz.</p> <p>Emisiunea va beneficia de vizibilitatea adecvată pe canalele de social media cu minim 3 zile înainte de difuzare (postări dedicate și share-uite intensiv pe Facebook și Instagram, pentru o vizibilitate crescută în rândul tinerilor bucureșteni potențial interesați de proiect).</p>
Platou productie	2	buc	<p>Operatorul economic va asigura și va pune la dispoziție un studio multimedia cu toate dotarile necesare dupa cum urmeaza: platoul productie de minim 400 mp; aceste va fi în concordanță cu tema proiectului pentru care se va realiza filmarea.</p> <p>Pentru realizarea emisiunii prestatorul se va pune la dispozitie un studio dotat cu logistica necesara, inclusiv echipament audio-video, panou fundal, dotări; caracteristici ale platoului productie minim 400 mp;</p>
Lumini inteligente	2	buc	<p>În cadrul studiului, operatorul economic va pune la dispoziție lumini inteligente si echipament de sunet profesionale : led lights projector, moving head-uri, light pannel controller, mixer digital, sistem complet de microfoane, mixer digital, boxe cu stand, etc.</p> <p>Operatorul economic va asigura echipamentul de lumini inteligente, cu cele mai noi tehnologii de iluminat American DJ si ROBE.</p> <p>Va asigura echipament de tip moving head, scanner sau colour changer, garantând astfel o atmosferă cât mai plăcută. Operatorul economic va pregăti solutii de iluminare LED sau lampa, orientându-se care dintre acestea sunt potrivite pentru orice tip de anvergură. Lumini inteligente si echipament de sunet profesionale : led lights projector, moving head-uri, light pannel controller, mixer digital, sistem complet de microfoane, mixer digital, boxe cu stand.</p> <p>Operatorul economic va asigura setul de lumini- proiectoare de diferite puteri, lumini de interior, de fundal.</p> <p>Operatorul economic se va asigura să opereze, depaneze și întrețină echipamentele de bază audio vizuale, respectiv:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lămpi rotative Pointe 280w - Leduri HM Wash Quad - mixer lumini Chamsys MQ60 - proiectoare de lumini led FOS IP65

				Operatorul economic se va asigura că probele de lumini au caracter obligatoriu și se vor planifica astfel încât să fie finalizate cu cel puțin 1 oră înainte de începerea evenimentului
Echipament de sunet	2	buc		<p>Operatorul economic va asigura echipamentul de sunet necesar în vederea realizării emisiunii de consiliere în carieră a potențialilor beneficiari ai proiectului.</p> <p>Operatorul economic va asigura echipamentul de sunet necesar în vederea realizării evenimentului online de lansare a proiectului și se va asigura că acesta este manevrat de către personal calificat.</p> <p>În acest sens va asigura toată gama de microfoane, mixere de sunet, boxe, operator tehnic, cablaje, priză multifuncțională, etc.</p> <p>Operatorul economic va asigura servicii de sonorizare, în funcție de următoarele necesități:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 Boxe L Acoustics Kara - 4 Boxe L Acoustics SB28 - 1 Mixer Digital 32 - 4 Microfoane Wireleles Sennheiser EW300 - 1 set cablu de 220V - Priză multifuncțională 63 A - 1 set cablu DMX <p>Operatorul economic se va asigura că probele de sunet au caracter obligatoriu și se vor planifica astfel încât să fie finalizate cu cel puțin 1 oră înainte de începerea evenimentului.</p> <p>Operatorul economic va asigura, după finalizarea probelor, că în zona de desfășurare se va difuza</p>
Echipament video	2	buc		<p>Operatorul economic va asigura echipamentul video necesar unei bune realizări a emisiunii de consiliere în carieră a potențialilor beneficiari ai proiectului. Pentru aceasta va pune la dispoziție:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 buc ecran led 4 k, cu dimensiunea de 10x3 m curve
Dotări studio	2	buc		<p>Pentru o bună desfășurare a emisiunii de consiliere în carieră a potențialilor beneficiari ai proiectului, operatorul economic va pune la dispoziție dotările necesare: 1 buc Scena cu dimensiuni de 10 x 5 m și 1 buc croma cu dimensiuni de 10 x 5 m, garderoba și cabine;</p> <p>Operatorul economic se va asigura că ambianța studio-ului este în concordanță cu conținutul ce se va înregistra în interiorul acestuia.</p>
Asigurare echipament de difuzare live streaming online	2	buc		<p>Operatorul economic va realiza serviciul de live streaming pe toată durata emisiunii de consiliere în carieră pe rețelele solicitate de beneficiar în format HD utilizând drept echipamente: 2 camere format HD (1080p), microfoane ambientale și microfon tip lavalieră speaker.</p> <p>Sistemul de video-conferință trebuie să suporte un aspect nativ 16:9 cu cel puțin o rezoluție 1080x720 și 30 fps, la viteze de conectare de doar 1 Mbps și peste 1 Mbps.</p>

				<p>Sistemul de videoconferință trebuie să suporte o rezoluție minimă, cu un raport de aspect 16:9 și la 30 fps, cu următoarele rate de conectare:</p> <p>720p 30 pixeli la 600 Kbps</p> <p>720p 60 pixeli la 820 Kbps</p> <p>1080p 30 pixeli la 1.2 Kbps</p>
	Regizor	2	buc	<p>Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Regizor – care va presta un număr de ore 20 estimat.</p> <p>Regizorul pus la dispoziție trebuie să întrunească următoarele caracteristici:</p> <p>Studii superioare în domeniul de studii cinematografie și media, specializarea regie, absolvite cu diplomă de licență.</p> <p>A participat ca regizor la realizarea a cel puțin două producții pentru campanii de promovare.</p>
	Operator video	2	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Operator video - care va presta un număr de 10 ore estimat
	Tehnician video	2	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Tehnician video - care va presta un număr de ore 8 estimat
	Tehnician lumini	2	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Tehnician lumini - care va presta un număr de 8 ore estimat
	Operator sunet	2	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Operator sunet - care va presta un număr de ore 8 estimat
	Inginer lumini	2	buc	Operatorul economic va pune la dispoziție 1 Inginer lumini - care va presta un număr de 8 ore estimat
	Prezență psiholog în emisiune	2	buc	<p>Operatorul economic va asigura prezența în emisiune a unui Psiholog/life coach cu studii de specialitate și experiență în psihologie organizationala/orientare în cariera/dezvoltare personala. Acesta va fi persoană publică, cunoscută publicului larg, cu priză la tineri și care a mai susținut astfel de emisiuni în trecut, cel puțin 10.</p> <p>Pentru o mai bună relevanță, în cazul acestuia se va atașa și C.V.</p>
	Postproducție: serviciile de editare video Efecte, montaj și editare	2	buc	<p>Operatorul economic va realiza serviciile de post-productie, ce implică: serviciile de editare video, efecte speciale și design pentru ambientarea emisiunii: grafică, cheie cromatică, corectarea culorilor, blending sunet, codare, subtitrare și grafica 2D & 3D, după caz.</p> <p>Operatorul economic va asigura montarea de muzică și grafică post producție și montaj (aprox 40 ore) a acestei emisiuni.</p>
12.	Conceptul creativ și grafica întregului proiect	1	buc	<p>Prestatorul va asigura conceptul creativ, logo, mesaj, slogan și identitate vizuală a proiectului, grafica pentru toate materialele din proiect (bannere, imagini și texte pentru postări pe social media, design pentru platforma, articole pentru site-uri de job-uri, etc.) pornind de la obiectivele proiectului și analiza publicului-țintă.</p> <p>Prestatorul va propune 5 variante de concept, mesaj, slogan și logo pentru proiect. Propunerea de concept trebuie să fie originală, accesibilă și atractivă pentru publicul țintă și să conțină elemente de inovație.</p>

			<p>Prestatorul va propune 5 variante de concept ale proiectului, mesaj, slogan și logo pentru proiect. Propunerea de concept trebuie să fie originală, accesibilă și atractivă pentru publicul țintă și să conțină elemente de inovație. Conceptul va fi realizat pe baza unui story-board/screen-play și a minimum 5 variante de creație, Beneficiarul rezervându-și dreptul de a alege pentru producție între variantele de creație propuse și de a solicita ajustarea variantei alese sau refacerea ei.</p> <p>Se va urmări obținerea unei fraze unice, în care mesajul principal să fie încorporat și care nu durează mai mult de 3-5 secunde să fie rostită. Tone of voice: exprimare colocvială, fără termeni tehnici, cu înclinație către limbajul simplist, însă fără greșeli gramaticale și ușor aspirational. Logo - Insemn grafic distinct; Slogan - formula concludentă, care definește conceptul proiectului.</p> <p>In acest sens se vor asigura servicii de copywriting, grafică și design. Operatorul economic va asigura un Coordonator de proiect/Team Leader/Manager contract/proiect</p> <p>Cerințe solicitate pentru poziția team leader:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Absolvent de studii superioare absolvite cu diploma de licență sau echivalent - Experiență profesională generală: Minim 5 ani de experiență profesională - Participare în calitate de Coordonator de proiect în minim un contract în care a realizat activități similare cu cele care urmează să le îndeplinească în viitorul contract: realizare site/platforma, organizare de evenimente digitale/virtuale înregistrate în studio, implementare de campanii de promovare în mediul online (social media, Google, etc), etc. <p>Se solicită:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Curriculum Vitae al expertului nominalizat, semnat <input type="checkbox"/> Documente relevante care fac dovada calificărilor/competențelor solicitate - copii <p>„conform cu originalul” ale diplomelor de studii menționate în CV</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Documentele relevante care fac dovada îndeplinirii experienței solicitate emise de beneficiari sau angajatori (vor include: beneficiarul, angajatorul, denumirea proiectului/contractului, poziția în cadrul contractului, activitățile desfășurate în cadrul contractului) <input type="checkbox"/> Declarație privind disponibilitatea <p>Toate materialele promoționale și elementele de identitate vizuală ale evenimentului vor fi personalizate cu logourile: CTMB, PMB.</p> <p>Grafica va fi realizată de către prestator, urmând ca achizitorul să agreeze forma finală a tuturor materialelor.</p>
--	--	--	---

Monitorizare si raportare - Raportul de monitorizare privind difuzarea campaniei media online (Facebook, Youtube, Bannere, Instagram), dar si campania radio cad în sarcina operatorului economic și vor fi predate achizitorului după încheierea fiecărei etape.

În cazul personalului ce va realiza efectiv activitățile contractului ce urmează a fi atribuit - expertul/experti-cheie a cărui/căror calificare, experiență profesională și/sau mod de organizare poate reprezenta un avantaj competitiv de natură a influența în mod direct calitatea executării contractului și, prin urmare, valoarea economică a ofertei, ofertantul urmează să dovedească modul în care dispune de aceștia la nivelul propunerii tehnice.

IV. OBIECTUL CONTRACTULUI

Centrul pentru Tineret al Municipiului București dorește achiziționarea de servicii sociale pentru implementarea proiectului „**București – orașul tinerilor activi pe piața muncii**”, conform cerințelor din documentația de atribuire.

V. CONDIȚII DE DERULARE A CONTRACTULUI

Condițiile contractuale sunt prevăzute în formularul de contract și sunt obligatorii pentru prestator.

VI. MODUL DE ELABORARE A OFERTEI TEHNICE

Este obligatorie întocmirea propunerii tehnice astfel încât, să reiasă că ofertantul a înțeles complexitatea contractului ce urmează a fi atribuit. Oferta va fi elaborată, astfel încât să conțină în mod clar și fără echivoc toate serviciile solicitate mai sus. Întocmirea ofertei tehnice, cât și prestarea serviciilor se va face cu respectarea conform regulilor obligatorii referitoare la condițiile de muncă și de protecție a muncii care sunt în vigoare în România.

În acest scop propunerea tehnică va conține în mod obligatoriu următoarele:

1. Declarația pe propria răspundere dată de către fiecare asociat privind faptul că ofertantul a ținut cont, în elaborarea ofertei, de obligațiile referitoare la condițiile de muncă și protecția muncii pe toată durata de îndeplinire a contractului conform Formularului din Secțiunea formulare;
2. Proiectul de „Contract” (prezentat în secțiunea Formulare) acceptat de ofertant în forma prezentată de autoritatea contractantă. Ofertantul poate face obiecțiuni referitoare la clauzele contractuale propuse de autoritatea contractantă, acestea vor fi acceptate de achizitor în măsura în care nu aduc modificări substanțiale. În situația respingerii obiecțiunilor ofertantului, pe fondul neacceptării de către achizitor, acesta din urmă are posibilitatea respingerii ofertei prezentate.
3. C.V.-urile echipei de implementare, conform Caietului de Sarcini și fișei de date a achiziției.
4. 1 Proiect de platformă digitală, respectând cerințele și coordonatele prevăzute în caietul de sarcini, pct. 1, pagina 12.
5. 1 Proiect de realizare grafică pentru platforma digitală, respectând cerințele și coordonatele prevăzute în caietul de sarcini., pct.1.b), pagina 14 .
6. 5 propuneri creative, minim 5 story-board- uri care să susțină conceptul creativ, prevăzut în caietul de sarcini, pct. 12, pagina 30 .

Atenție! - Ofertantul care prezintă o ofertă (documentație) incorectă și/sau neaplicabilă și/sau incompletă la prezentul caiet de sarcini, va fi exclus din procedura de achiziție publică, oferta considerându-se neconformă (pentru că nu satisface în mod corespunzător cerințele caietului de sarcini), potrivit prevederilor legale.

VII. MODUL DE ELABORARE A OFERTEI FINANCIARE

Oferta financiară va cuprinde totalitatea prețurilor pentru categoriile de servicii necesare realizării obiectului contractului, conform standardelor și normativelor în vigoare. La elaborarea propunerii financiare, ofertantul va ține seama de întreaga gamă de servicii prevăzute în Caietul de sarcini și de costurile aferente realizării acestor servicii. Oferta financiară va acoperi toate costurile ofertantului cu prestarea serviciilor dar fără a se limita la: salarii/onorariile datorate de către ofertant salariaților/colaboratorilor săi, responsabili cu prestarea serviciilor și taxele datorate către bugetul

consolidat al statului, precum și orice taxe, impozite, cheltuieli generate și pentru executarea contractului de prestări de servicii ce face obiectul prezentei proceduri.

În acest scop propunerea financiară va conține următoarele:

1. Formularul și anexa la acesta, în LEI, incluzând toată perioada de derulare a contractului, cu TVA-ul evidențiat separat. Pentru ofertanții străini, echivalența leu / euro va fi cursul BNR din data evaluării ofertei).

Atenție! Oferta financiară, în lei, fără TVA, care depășește valoarea estimată, comunicată în invitația/anunțul de participare, are drept consecință respingerea ofertei ca inacceptabilă conform prevederilor legale.

VII. CRITERIUL DE ATRIBUIRE

Criteriul de atribuire este prețul cel mai scăzut.