

CAIET DE SARCINI

pentru achiziția publică de

SERVICII DE DIFUZARE TV A UNUI SPOT VIDEO

**PRIVIND CAMPANIA DE CONȘTIENTIZARE ȘI EDUCARE FISCALĂ A
CONTRIBUABILILOR**

în cadrul proiectului “Dezvoltarea unui parteneriat viabil între Agenția Națională de Administrare Fiscală și beneficiarii direcți ai serviciilor furnizate de aceasta – premisă a eficientizării sistemului de colectare a veniturilor publice”,

Cod SMIS 31224

1. INFORMAȚII GENERALE

1.1 Autoritatea Contractantă

Autoritatea Contractantă: Agenția Națională de Administrare Fiscală (A.N.A.F.), cu sediul în str. Apolodor, nr. 17, sector 5, București.

1.2. Obiectul procedurii de achiziție

Servicii de difuzare TV a unui spot video privind campania de conștientizare și educare fiscală a contribuabililor în cadrul proiectului “Dezvoltarea unui parteneriat viabil între Agenția Națională de Administrare Fiscală și beneficiarii direcți ai serviciilor furnizate de aceasta – premisă a eficientizării sistemului de colectare a veniturilor publice”, cod SMIS 31224, cofinanțat prin Fondul Social European – Programul Operațional Dezvoltarea Capacității Administrative.

2. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE PROIECTULUI

Proiectul este finanțat de Uniunea Europeană prin Fondul Social European, Programul Operațional Dezvoltarea Capacității Administrative, Axa prioritară 1. Îmbunătățiri de structură și proces ale managementului ciclului de politici publice, Domeniul major de intervenție 1.2 Creșterea responsabilizării administrației publice.

Scopul urmărit prin implementarea acestui proiect îl reprezintă crearea unui mecanism decizional consultativ pentru activitatea de administrare a veniturilor publice.

Obiectivul general al proiectului îl reprezintă creșterea gradului de conformare voluntară a contribuabililor prin consolidarea civismului fiscal.

Premisele esențiale ale întăririi civismului fiscal și înregistrării unei tendințe crescătoare a numărului contribuabililor care se conformează voluntar la plata obligațiilor sunt reprezentate de o modificare semnificativă a comportamentului fiscal al acestora, în sensul responsabilizării sociale corelate cu o promovare activă a unei identități bine definite a instituției în vederea integrării acesteia în comunitatea pe care o deservește.

OBIECTIVELE CONTRACTULUI

Pentru atingerea Țintelor propuse, respectiv **popularizarea proiectului și educarea grupurilor țintă** este avută în vedere o campanie media TV. Campania se va desfășura pe o perioadă de trei luni consecutive. La finalul campaniei, prestatorul va prezenta și un raport final de evaluare a acesteia bazat pe o documentare de specialitate.

3. SITUAȚIA EXISTENTĂ

Premisele esențiale ale înregistrării unei tendințe crescătoare a numărului contribuabililor care se conformează voluntar la plata obligațiilor sunt reprezentate de o modificare semnificativă a comportamentului fiscal al acestora, în sensul responsabilizării sociale, al conștientizării asupra necesității respectării obligațiilor fiscale la declarare și plată, corelate cu o promovare activă a unei identități bine definite a instituției în vederea integrării acesteia în comunitatea pe care o deservește. Demersurile de întreprins în vederea înregistrării unei tendințe pozitive a conformării voluntare vizează în principal dezvoltarea unui parteneriat solid A.N.A.F. – contribuabili, bazat pe profesionalism, încredere, respect și cooperare, promovat prin intermediul campaniilor de educare fiscală și de conștientizare, de mediatizare și informare asupra performanțelor, activităților și serviciilor furnizate de instituție.

Având la bază cercetarea sociologică efectuată de A.N.A.F. în anul 2013, conform modelului teoretic, există două dimensiuni care definesc interacțiunea dintre autoritățile fiscale și contribuabili: încrederea

în autorități și percepția asupra puterii autorităților de a controla contribuabilii. În funcție de combinația celor două dimensiuni, comportamentul contribuabilului poate fi de conformare voluntară, conformare silită sau neconformare.

Astfel, se urmărește construirea unei imagini publice a A.N.A.F. în deplină concordanță cu profilul și așteptările sau cerințele contribuabililor și adaptată realităților curente din domeniul administrării fiscale. Campania trebuie să genereze un impact semnificativ pe termen mediu și lung, în sensul creșterii gradului de înțelegere de către contribuabili a necesității plății obligațiilor fiscale, a conformării voluntare a acestora la declarare și plată a impozitelor, taxelor și altor contribuții sociale, în general a accentuării civismului fiscal/educării publicului în contextul unei presiuni fiscale crescânde.

4. GRUPURI ȚINTĂ

- Persoane cu vârsta peste 18 ani, core target 18 – 35 de ani +guest

5. ARIA GEOGRAFICĂ DE ACOPERIT

Campania vizează toate categoriile de contribuabili din toate județele țării și din municipiul București, precum și funcționarii la nivelul întregii administrații (aparatură centrală și locală).

6. DESCRIEREA SERVICIILOR

Ofertantul va asigura difuzarea TV a unui spot video pentru care va propune un mix de posturi TV naționale care să asigure o vizibilitate maximă a spotului de către grupul țintă vizat, pentru care va întocmi o propunere în conformitate cu activitățile următoare:

6.1. Difuzarea TV a unui spot video

Prestatorul va asigura difuzarea TV a unui spot video de 30 de secunde pe un mix de posturi TV generaliste și de știri dintre primele 14 posturi cu audiență națională pe o perioadă de trei luni calendaristice consecutive, în intervalul orar: 6.00-24.00, pentru grupa de vârstă 18+, conform Studiului de audiență ARMA pe o perioadă de 3 luni calendaristice consecutive din ultimele 5 luni calendaristice anterioare datei depunerii ofertelor.

Mixul TV va cuprinde minim 6 posturi TV, dintre care minim 2 posturi de știri.

Se va avea în vedere realizarea unui număr minim de 2000 de difuzări ale spotului TV pe mixul propus, pe o perioadă de trei luni calendaristice consecutive.

Prestatorul va prezenta studii de audiență realizate și certificate de instituții acreditate (Kantar Media), care să prezinte clasamentul posturilor TV propuse pentru perioada de trei luni de difuzare, conform cerințelor de mai sus.

Pentru mixul TV se vor îndeplini următoarele condiții:

- va asigura un număr minim de 2000 de difuzări ale spotului TV pe parcursul a 3 luni calendaristice consecutive, asigurându-se totodată un număr minim de 2200 TRPs;
- componența mixului posturilor TV (minim 6 posturi cu acoperire națională, dintre care minim 2 posturi de știri) unde va fi difuzat spotul va include numai posturi cu acoperire națională, generaliste și de știri situate din punct de vedere al audienței în primele 14 posturi cu audiență națională pe o perioadă de trei luni calendaristice consecutive, în intervalul orar: 6.00-24.00, pentru grupa de vârstă 18+, conform Studiului de audiență ARMA și clasamentului efectuat de

Kantar Media pe o perioada de 3 luni calendaristice consecutive din ultimele 5 luni calendaristice anterioare datei depunerii ofertelor.

- prestatorul va prezenta documente oficiale, emise de organisme abilitate în domeniu, care să dovedească audiența posturilor TV propuse, conform specificațiilor de mai sus, precum și gradul de acoperire națională. Prin post de televiziune generalist a se intelege un post TV care oferă programe complexe de televiziune tuturor categoriilor de public din România, care difuzează emisiuni informative, de divertisment, talk-show-uri, filme, seriale și documentare, emisiuni educative si sportive. Prin post de televiziune de stiri a se intelege post TV care difuzeaza preponderent buletine de stiri sau talk-show-uri privind evenimentele zilnice.
- difuzarea va avea loc în intervalul orar 6.00-24.00, iar minim 60% dintre ele (1200 difuzari, respectiv 1320 TRPs) vor fi difuzate în intervalul orar 19:00-23:00;
- nu se acceptă folosirea posturilor TV axate pe subiecte al căror specific ar putea prejudicia imaginea A.N.A.F.;
- prestatorul va cuprinde în oferta tehnică, pentru fiecare din televiziunile propuse, planul media de difuzare a spotului video și de asemenea, acordul reprezentantului legal al postului privind difuzarea spotului.
- prestatorul va furniza informații privind fiecare stație TV prin intermediul căreia se va asigura difuzarea spoturilor TV (acoperire, potențial de audiență, profil, sursa datelor pe baza cărora s-a realizat evaluarea performanțelor fiecărei stații), numărul difuzărilor și intervalele orare de difuzare relativ la prime time/extra prime time, cost difuzare pe posturile TV.

În elaborarea planului media, prestatorul va avea în vedere faptul că spotul TV trebuie difuzat în aceeași perioadă cu spoturile radio și machetele de presă cu care sunt în concordanță, activități care nu fac obiectul prezentului caiet de sarcini.

În cazul în care, în timpul implementării, planul media va suferi modificări, neimputabile operatorului economic, cauzate de schimbări neprevăzute în programul posturilor TV, Prestatorul se va asigura că numărul de difuzări este cel puțin egal cu cel prevăzut în propunerea tehnică, iar spotul TV a fost difuzat în același interval orar ca cel prevăzut inițial.

6.2. Monitorizarea și raportarea periodică asupra eficienței difuzării TV a spotului video pe parcursul perioadei de implementare a acestuia: studii de evaluare a gradului de acoperire al acesteia.

Pe perioada desfășurării campaniei media prestatorul va furniza Beneficiarului, lunar, un raport ce va conține monitorizarea difuzării TV a spotului video cu următoarele detalii: postul TV, numărul de difuzări total și pe intervale orare, conform cerințelor caietului de sarcini, emisiunea în care s-a făcut difuzarea cu ora exactă a difuzării, GRPs, TRPs.

7. ACTIVITĂȚI ȘI REZULTATE

În vederea implementării activității 2.6. Derularea campaniei de conștientizare și educare – difuzare TV a unui spot video – cu privire la activitatea A.N.A.F. și la obligațiile fiscale ale contribuabililor din cadrul proiectului *“Dezvoltarea unui parteneriat viabil între Agenția Națională de Administrare Fiscală și beneficiarii direcți ai serviciilor furnizate de aceasta – premisă a eficientizării sistemului de colectare a veniturilor publice”*, cod SMIS 31224, A.N.A.F. trebuie să achiziționeze servicii de difuzare TV a unui spot video privind campania de conștientizare și educare fiscală a contribuabililor.

Activitatea prevăzută pentru implementarea componentei privind campania media TV constă în difuzarea spotului TV la mai multe posturi de televiziune și monitorizarea și evaluarea campaniei.

Efecte previzionate/rezultate

- Raport de evaluare a campaniei TV

În oferta tehnică ofertantul va include calendarul activității așa cum este prevăzută în prezentul Caiet de sarcini.

8. RAPORTAREA ȘI COMUNICAREA

Prestatorul va raporta către managementul proiectului din cadrul A.N.A.F..

Comunicarea Prestatorului cu Beneficiarul se va desfășura săptămânal în cadrul unor întâlniri față-în-față între persoanele cu funcție executivă și de supervizare din cele două echipe de implementare constituite la nivelul Prestatorului și Beneficiarului. Atunci când va fi nevoie, comunicarea se va desfășura zilnic sau la un interval de două zile prin intermediul poștei electronice ori telefonic. Toate rapoartele prezentate de către Prestator vor fi redactate în limba română și transmise A.N.A.F. în format electronic și pe suport de hârtie în dublu exemplar, având semnătura reprezentantului legal/liderului de echipă al Prestatorului și ștampila Prestatorului. Fiecare etapă/raport face obiectul avizării/validării din partea Beneficiarului. Avizul favorabil ori negativ sau validarea ori invalidarea vor fi comunicate Prestatorului în termen de **7 zile lucrătoare**. În cazul constatării unor abateri pe parcursul derulării activităților sau a neîndeplinirii unor activități, Beneficiarul va notifica Prestatorul, acesta din urmă având obligația să răspundă în termen de **5 zile lucrătoare**.

Rezultate:

Raportul initial care cuprinde planul media de difuzare TV a spotului video privind campania de conștientizare și educare fiscală a contribuabililor,

Lunar se va furniza **un raport de monitorizare** asupra eficienței campaniei de constientizare și educare pe parcursul perioadei de implementare care va conține informații referitoare la: fiecare stație TV, numărul de difuzări total și pe intervale orare, conform cerințelor caietului de sarcini, emisiunea în care s-a făcut difuzarea cu ora exactă a difuzării, GRPs, TRPs.

La finalul perioadei de 3 luni calendaristice consecutive de difuzare TV a spotului video, Prestatorul va prezenta un **Raport final de evaluare** a campaniei pe baza unei documentări de specialitate.

9. PERIOADA DE EXECUȚIE

Contractul va demara după data semnării acestuia de către Beneficiar și Prestator, iar execuția sa va începe la data notificării din partea Beneficiarului. Durata execuției contractului este de 3 luni calendaristice și până la îndeplinirea tuturor obligațiilor asumate de către Prestator potrivit caietului de sarcini.

10. DATE ȘI FACILITĂȚI FURNIZATE DE CĂTRE BENEFICIAR

Beneficiarul va pune la dispoziție datele și documentația de care Prestatorul are nevoie pentru îndeplinirea cu succes a sarcinilor de lucru. Beneficiarul va furniza Prestatorului, ulterior semnării contractului, spotul video precum și elementele minime obligatorii de identitate vizuală (conform Manualului de identitate vizuală pentru instrumente structurale în România) în format electronic, și instrucțiunile în vederea aplicării acestora pe toate documentele și materialele utilizate și create.

11. CERINȚE MINIME OBLIGATORII

11.1 OBLIGAȚIILE OFERTANTULUI

Ofertantul devenit prestator asigură că echipa de specialiști care va fi desemnată pentru derularea contractului are acces la o bază materială dotată și susținută corespunzător (spații de lucru,

echipamente IT, software, etc.) pentru a permite acestora să se concentreze asupra responsabilităților care îi revin.

Toate costurile legate de implementarea contractului, cum ar fi: onorariile experților, cheltuieli de transport, cheltuieli de comunicații, cheltuieli administrative și indirecte, vor fi incluse de către ofertant în prețul oferat.

Niciun echipament nu va fi achiziționat în numele Beneficiarului ca parte a acestui contract sau transferat acestuia la sfârșitul acestui contract.

11.2 CERINȚE PRIVIND PREZENTAREA OFERTEI TEHNICE

Elementele propunerii tehnice se vor prezenta detaliat în corelație cu Caietul de sarcini.

Prestatorul, pe baza informațiilor menționate în Caietul de sarcini, va prezenta, fără a se limita însă la acestea, cel puțin următoarele informații:

- aspecte considerate ca fiind esențiale pentru obținerea rezultatelor așteptate ale contractului și atingerea obiectivelor acestuia, însoțite de comentarii relevante, demonstrând astfel gradul de cunoaștere și înțelegere a domeniului de activitate al proiectului, a rezultatului final al activităților desfășurate;
- se va prezenta viziunea proprie asupra realizării contractului, din care să reiasă modul în care ofertantul a înțeles contextul și scopul proiectului, realizarea activităților și atingerea obiectivelor și a rezultatelor așteptate;
- enumerarea și explicarea riscurilor și ipotezelor privind execuția contractului.

11.3. ORGANIZARE ȘI METODĂ

Prestatorul va face o **prezentare a modului de abordare a activităților**, astfel ca prestarea serviciilor solicitate să conducă la realizarea obiectivelor și a rezultatelor așteptate ale contractului; oferta trebuie să cuprindă, fără a se limita însă, cel puțin următoarele informații:

- descrierea de ansamblu a abordării propuse de operatorul economic pentru executarea serviciilor
- justificarea alegerii mixului de media;

Prestatorul va trebui să facă o prezentare detaliată a **organizării și planificării** activităților pentru realizarea contractului:

- descrierea detaliată a modului de implementare a fiecărei activități prezentată în caietul de sarcini și a propunerii făcute de operatorul economic pentru executarea serviciilor solicitate, cu indicarea oricăror etape/stadii considerate ca esențiale, a rezultatelor așteptate, a impactului așteptat a fiecărei activități.
- de asemenea, va trebui să definească atribuțiile și responsabilitățile experților.
- ofertantul trebuie să prezinte în cadrul propunerii tehnice planul detaliat de prestare a serviciilor pe toată durata contractului (**Formular 16**). Planul de prestare trebuie să conțină, delimitat pe etape, toate serviciile solicitate, principalele activități legate de organizarea proiectului și livrabilele.
- planificarea, succesiunea și durata activităților, cu detalierea etapelor de realizare, cu evidențierea momentelor semnificative ale proiectului și utilizarea resurselor pentru fiecare etapă, în raport cu necesitatea atingerii rezultatelor proiectului (descriere detaliată și grafic Gantt); de asemenea, se va avea în vedere modul de alocare a zilelor de lucru pentru fiecare activitate în parte;
 - modul de gestionare a resurselor de timp pentru realizarea optimă a activităților contractului;
 - modul de gestionare a resurselor umane pe care ofertantul le va pune la dispoziție în scopul realizării activităților contractului.
- în cazul în care oferta este depusă în asociere, ofertantul va face o descriere detaliată și va justifica distribuția sarcinilor și a responsabilităților individuale între asociați, precum și a modului de colaborare între asociați în vederea executării contractului;
- descrierea oricăror aranjamente de subcontractare, a unei părți a serviciilor solicitate, a interacțiunii dintre operatorul economic și subcontractanți, precum și o descriere detaliată a serviciilor ce vor fi subcontractate.

11.4. GRAFICUL GANTT DE IMPLEMENTARE A ACTIVITĂȚILOR

Graficul de îndeplinire a serviciilor constituie acea parte a propunerii tehnice care prezintă calendarul propus de Prestator pentru realizarea serviciilor solicitate prin specificațiile tehnice incluse în documentația de atribuire.

Graficul trebuie să includă un calendar cât mai detaliat al activităților ce vor fi derulate în cadrul contractului, conform cu strategia de prestare a serviciilor, cu indicarea etapelor / stadiilor esențiale, a modului în care activitățile respective sunt reflectate în rapoarte, a legăturilor și relațiilor dintre activități și secvențialitatea acestora, precum și a timpului alocat pentru resursele umane pe activități.

11.5. RESURSELE UMANE IMPLICATE ÎN PROIECT

Prestatorul trebuie să dispună de resursele umane necesare îndeplinirii în bune condiții a contractului. Pe baza acestui Caiet de sarcini, Prestatorul va selecta o echipă de proiect, formată din personal calificat și experimentat, pentru a atinge rezultatele contractului.

Prestatorul trebuie să se asigure și să garanteze că experții pe care îi propune în cadrul acestui contract sunt disponibili pe întreaga perioadă de execuție a contractului pentru realizarea activităților prevăzute, indiferent de numărul de zile lucrătoare prevăzute pe expert și/sau perioada în care acesta își desfășoară activitățile atribuite. În acest sens va completa și va prezenta în cadrul ofertei tehnice **Declarațiile de disponibilitate ale personalul de specialitate (Formular 9)** sau **Angajamentul de participare al persoanelor responsabile pentru îndeplinirea contractului** (dacă Prestatorul nu are angajate astfel de persoane).

Prestatorul pune la dispoziție experți calificați pentru a realiza sarcinile cerute prin acest Caiet de sarcini și are responsabilitatea activității acestora. Prestatorul nu efectuează schimbări ale personalului numit fără aprobarea prealabilă a Beneficiarului. Prestatorul propune și utilizează experți cu experiență relevantă în domeniile incluse în proiect. CV-urile experților implicați vor fi incluse în ofertă.

Toți experții care vor avea un rol important în implementarea contractului vor fi denumiți **experți cheie**. Experții cheie trebuie să fie independenți și să nu se afle în conflict de interese în exercitarea activităților.

Rolul și atribuțiile experților –cheie:

1. lider de echipă va superviza executarea contractului. Principalele sale responsabilități sunt:

- Să asigure o bună coordonare cu Beneficiarul. Să coopereze pentru un bun management al contractului;
- Să asigure calitatea activității desfășurate și să se asigure că toate activitățile sunt realizate la standarde înalte de calitate;
- Întocmește rapoartele și toate celelalte livrabile. Avizează orice document emis în cadrul activităților sau pentru derularea activităților prevăzute în contract. Asigură o raportare tehnică și financiară conform cerințelor,
- Asigură comunicarea prestatorului cu Beneficiarul prin menținerea unei legături permanente în ceea ce privește executarea contractului și raportarea problemelor legate de implementarea efectivă;
- Liderul de echipă va fi responsabil pentru calitatea rezultatelor obținute ca urmare a implementării proiectului.

4. Expert-cheie 2 – expert în media

Asigură desfășurarea campaniei TV.

Pentru experții cheie se vor prezenta:

- **Lista experților cheie** propuși pentru implementarea contractului (**Formular 13**).
- **Curriculum vitae** (CV) pentru fiecare expert. CV-urile trebuie să fie suficient de detaliate astfel încât să asigure cel puțin îndeplinirea cerințelor cu privire la pregătirea și experiența profesională solicitată fiecărui expert.
- CV-urile și documentele suport trebuie să conțină în mod obligatoriu titlul proiectelor la care expertul a participat, descrierea sarcinilor îndeplinite de expertul respectiv și poziția acestuia în cadrul proiectului.
- **Lista campaniilor realizate și alte documente relevante care să susțină declarațiile**, sa fi fost implicat in cel puțin un proiect care a presupus o campanie de comunicare pe televiziuni, expertul avand aceleasi atributii specifice pozitiei solicitate.

Experții non-cheie

În vederea realizării unor activități ale proiectului, ofertantul poate utiliza, pe lângă experții cheie, experți suplimentari (non-cheie), care vor furniza, pe termen scurt, un sprijin adițional punctual. Experții non-cheie vor fi selectați conform necesităților identificate în acest Caiet de sarcini și domeniile identificate în ofertă, acordând o atenție specială asigurării unei expertize adecvate activităților proiectului în care aceștia vor fi utilizați. Acești experți trebuie să nu se afle în conflict de interese în exercitarea activităților impuse de contract.

Prestatorul își va stabili prin organizarea echipei sale numărul de experți repartizați (pe componente), profilul lor generic și efortul estimat.

Ofertanții vor prezenta:

- o **listă cuprinzând experții non-cheie** (**Formular14**): nume și prenume, calificare, experiență,;
- CV-urile și copii ale documentelor relevante ce atestă calificarea și experiența profesională.
- Descrierea sarcinilor și responsabilităților în raport cu activitățile contractului;
- Declarația de disponibilitate a experților propuși.

11.6. LIVRABILE

- Raport inițial care să cuprindă planul media de difuzare TV a unui spot video
- Rapoarte lunare difuzare TV a unui spot video
- Raport final de evaluare a campaniei TV

Avizarea fiecărui livrabil este condiționată de avizarea prealabilă a livrabilelor anterioare.

12.RECEPȚIE ȘI VERIFICĂRI

Beneficiarul are dreptul de a verifica modul de prestare a serviciilor pentru a stabili conformitatea lor cu prevederile din caietul de sarcini și din propunerea tehnică.

Verificările pot fi efectuate pe tot parcursul executării contractului. Dacă vreunul dintre serviciile inspectate/verificate/controlate nu corespunde specificațiilor prestației, Beneficiarul are dreptul de a

notifica, în scris, prestatorului, în vederea îndeplinirii demersurilor necesare pentru ca serviciul prestat să corespundă specificațiilor tehnice și scopului prestării.

Executarea fiecărei etape va fi condiționată de aprobarea de către Beneficiar a raportului pentru etapa precedentă. În termen de 7 de zile lucrătoare de la primirea rapoartelor, Beneficiarul va notifica prestatorului decizia sa cu privire la acestea, cu indicarea motivelor în cazul respingerii rapoartelor. În cazul constatării unor abateri pe parcursul derulării activităților sau a neîndeplinirii unor activități, Beneficiarul va notifica Prestatorul, acesta din urmă având obligația să răspundă în termen de 5 zile lucrătoare.

Recepția se va face prin semnarea a câte unui proces-verbal de recepție între Prestator și Beneficiar, în trei zile lucrătoare după depunerea versiunii validate de către Beneficiar a Raportului inițial, Raportului lunar 1, Raportului lunar 2, a Raportului lunar 3 și a Raportului final.

Beneficiarul nu va recepționa serviciile realizate de Prestator dacă acestea nu îndeplinesc cerințele Caietului de sarcini.

13. BUGETUL CONTRACTULUI DE ACHIZIȚIE

În conformitate cu contractul de finanțare pentru proiectul “*Dezvoltarea unui parteneriat viabil între Agenția Națională de Administrare Fiscală și beneficiarii direcți ai serviciilor furnizate de aceasta – premisă a eficientizării sistemului de colectare a veniturilor publice*”, cod SMIS 31224, bugetul maxim aprobat pentru achiziționarea acestor servicii este **2.150.000. lei fără TVA.**

Oferta trebuie să respecte plafonul maxim.

14. PLĂȚI

Plata se face în 2 tranșe, după cum urmează:

1. Plata primei tranșe: va fi efectuată după avizarea favorabilă de către Beneficiar a Raportului inițial și a raportului lunar 1.

2. Plata celei de-a doua tranșe: va fi efectuată după avizarea favorabilă de către Beneficiar a Raportului lunar 2, raportului lunar 3 și a raportului final.

Plățile se vor face pe baza facturilor emise de operatorul economic și trebuie să fie însoțite de toate documentele justificative necesare serviciilor prestate. Documentele vor fi prezentate atât pe suport de hârtie cât și electronic.

15. ALTE CERINȚE

15.1 Obligații privind condițiile de muncă și protecția muncii

Ofertantul este obligat în prezentarea ofertei sale să țină seama de respectarea obligațiilor privind condițiile de muncă și protecția muncii, securitate și sănătate în muncă. Aceste reglementări trebuie respectate pe tot parcursul desfășurării contractului.

Prestatorul va indica faptul că la elaborarea ofertei a ținut cont de obligațiile referitoare la condițiile de muncă și protecția muncii, prezentând o **Declarație pe propria răspundere privind respectarea obligațiilor referitoare la condițiile de muncă și protecția muncii** (**Formular12**) din secțiunea Formulare).

15.2 Cerințe de confidențialitate

Prestatorul declarat câștigător va avea în vedere că toate informațiile, datele, rapoartele, analizele și orice alte materiale pe care acesta și echipa de experți le vor elabora sunt considerate confidențiale, dacă Beneficiarul nu dispune altfel.

15.3 Drepturi de proprietate intelectuală

Orice rezultate sau drepturi legate de acestea, inclusiv drepturi de autor și/sau orice alte drepturi de proprietate intelectuală și/sau industrială, obținute în executarea sau ca urmare a executării serviciilor ce fac obiectul prezentului Caiet de sarcini vor fi proprietatea Beneficiarului, care le poate utiliza, publica sau transfera după cum consideră necesar, fără nici un fel de limitare geografică sau de altă natură.