



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE
ȘI PERSOANELOR VÂRSTNICE
DIRIGIUNEA REGIUNEA NORD-EST



Investește în oameni! Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013, Axa prioritară 5 „Promovarea măsurilor active de ocupare”, Domeniul major de intervenție 5.2 „Promovarea sustenabilității pe termen lung a zonelor rurale în ceea ce privește dezvoltarea resurselor umane și ocuparea forței de muncă”

Titlul proiectului: „ Made in Rural - Dezvoltare economică rurală prin revitalizarea tradițiilor populare și exploatarea potențialului economic non-agricol”

Beneficiar: Fundația World Vision România

Cod Contract: POSDRU/135/5.2/S/126094

CAIET DE SARCINI „Servicii de publicitate”

I. Prezentarea succintă a proiectului „ Made in Rural - Dezvoltare economică rurală prin revitalizarea tradițiilor populare și exploatarea potențialului economic non-agricol”

Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane

Axa prioritară 5 - Promovarea măsurilor active de ocupare

Domeniul major de intervenție 5.2 - Promovarea sustenabilității pe termen lung a zonelor rurale în ceea ce privește dezvoltarea resurselor umane și ocuparea forței de muncă

Beneficiar: Fundația World Vision Romania

Partener1: Ascendo S.R.L. Valcea

Partener2: Asociația pentru Sprijinirea Dezvoltării Rurale ASDR Dezmir

Regiuni de implementare: București – Ilfov, Nord-Vest, Centru, Sud Muntenia, Nord-Est, Sud-Vest, Sud-Est,

Județele: Bistrița-Năsăud, Constanța, Cluj, Dolj, Ialomița, Iași, Ilfov , Vaslui și Vâlcea.

Durata proiectului: 1 aprilie 2014 – 15 decembrie 2015

Fundația World Vision Romania desfășoară programe de dezvoltare comunitară în mediul rural de peste 14 ani. Obiectivul urmărit este ca prin abordarea integrată a problemelor comunităților rurale (educație, sănătate, dezvoltare economică) să contribuim calitativ și semnificativ la bunăstarea copiilor din mediul rural.

Dezvoltarea armonioasă a copiilor din mediul rural este strâns legată de capacitatea comunității și familiei în care trăiesc, de a le oferi resursele necesare, inclusiv cele materiale și financiare.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE
ȘI PERSOANELOR VÂRSTNICE
ORPOSDRU REGIUNEA NORD-EST

Proiectul **Made in Rural (MIR)**

Despre **Made in Rural**

MADE IN RURAL este un proiect de dezvoltare economică prin care se oferă gratuit calificare, consiliere și mediere profesională, precum și sprijin pentru începerea unor mici afaceri. Proiectul se desfășoară în perioada 31 martie 2014 – 15 decembrie 2015 în beneficiul persoanelor din mediul rural din județele Bistrița-Năsăud, Constanța, Cluj, Dolj, Ialomița, Iași, Ilfov, Vaslui și Vâlcea.

Consiliere și mediere profesională

În prima etapă a proiectului, oamenii dornici să își îmbogățească instruirea participă la sesiuni de consiliere și mediere pentru obținerea unui loc de muncă. Scopul acestor sesiuni este determinarea obiectivelor profesionale adecvate profilului personal.

Cursuri

În etapa a doua a proiectului, participanții pot urma cursuri de lucrător în pensiuni turistice, țesător manual sau de competențe antreprenoriale. Creșterea nivelului de instruire înseamnă mai multe alternative profesionale și posibilitatea unui trai mai bun.

Mici afaceri “la curte”

Două sute de planuri de afaceri, elaborate de beneficiarii „MADE IN RURAL” cu sprijinul experților noștri, vor fi premiate cu câte 10.000 de lei. Astfel, cei care le-au creat vor dobândi resursele financiare pentru a face primii pași în antreprenoriat. Micii întreprinzători se vor constitui într-o rețea de mestesugari și se vor vizita pentru schimburi de experiență. Concomitent, în opt județe ale țării vor fi create și utilizate șaisprezece ateliere de creație. Astfel, meșterii instruiți își pot continua activitatea și după finalul proiectului.

Descrierea tehnica a serviciilor ce vor fi achiziționate:

Descrierea tehnica a serviciilor ce vor fi achiziționate:

1. Promovarea infiintarii rețelei de mestesugari
 - a. Context:
 - Obiectivul rețelei este sa creeze si promoveze bune practici, strategii si tactici de pozitionare si distributie pe piata a produselor, dar si actiuni de advocacy pentru încurajarea si promovarea tradițiilor.
 - Reteaua isi propune sa ofere suport mestesugarilor si artisanilor din spatiul rural, contribuind astfel la revigorarea mestesugurilor tradiționale si crearea de oportunitati pentru dezvoltarea economica a comunitatilor rurale vulnerabile prin intermediul mestesugurilor populare.
 - Reteaua va deveni o platforma de lucru care reuneste mestesugarii, artizanii si organizatiile preocupate de pastrarea traditiei pentru a pune in comun resurse, informatii si experienta si pentru a promova obiectivele breslei, o voce puternica si convingatoare in fata autoritatilor si a factorilor de decizie.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE
ȘI PERSOANELOR VÂRSTNICE
ORPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



b. Obiectivul campaniei de promovare:

- Mediatizarea infiintarii rețelei de mestesugari rurali, atat la nivel local si judetean, cat si la nivel national, cu scopul de a atrage noi membri

c. Grupul tinta al campaniei:

- Public preponderent din spatiul rural (min. 50% din grupul tinta)
- Statut social categoriile C-E (min. 50 % din grupul tinta)

d. Media plan promovare infiintare retea de mestesugari

Aparitii in cadrul publicatiilor (print) ce vor fi selectate tinand cont de specificul continutului informational, audienta si acoperire geografica, astfel incat tipul publicatiei sa intareasca sau sa complementeze in mod natural mesajul comunicat.

Se vor lua in considerare urmatoarele:

- d.1. Nr. aparitii in publicatii cu acoperire nationala relevante pentru promovarea Retelei, din care: min. 33% aparitii intr-o publicatie saptamanala
- d.2 Nr. aparitii in publicatii locale si regionale: Iasi, Vaslui, Cluj, Alba, Bistrita-Nasaud, Bucuresti, Ilfov, Ialomita, Constanta, Dolj, Olt, Valcea, Sibiu (min. 2 aparitii/judet)
- d.3 Nr. aparitii in publicatii nationale cu specific agricol: min. 50 % aparitii intr-o publicatie lunara
- Perioada publicarii: 27 noiembrie - 15 decembrie 2015
- Tipul aparitiei: advertorial (min. 500 cuvinte si 1 fotografie/advertorial)
- Productia grafica si creativa (inclusiv a continutului comunicarii - min. 2 tipuri continut diferit). Continutul va fi agreat cu beneficiarul contractului

Media planul va contine

- Numarul de aparitii/ tip publicatie
- Numele publicatiilor propuse care sa respecte criteriile de audienta conform grupului tinta al campaniei, inclusiv Audienta extinsa

Criterii evaluare Media plan:

- Respectarea cerintelor specifice provond grupul tinta si tipul aparitiilor
- Audienta Extinsa (%): 30% din punctaj GT
- Indice de afinitate (%): 30 % din punctaj GT
- Penetrarea CpA (%): 40 % din punctaj GT

e. Propunerea tehnico-financiara va contine:

- Media planul propus, inclusiv indicatori/grup tinta si publicatie (vezi evaluare propunere)
- Minim o propunere de mesaj
- Bugetul estimat / aparitie si bugetul estimat/indicator grup tinta

f. Buget min. 20% din valoarea totala a contractului

2. Promovarea platformei "Targul de la sat"

a. Context:

- "Targul de la sat" (www.targuldelasat.ro) este un catalog online de promovare a produselor mestesugaresti lansat de WVR in anul 2013. Acesta ofera celor pasionati de arta populara



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE
ȘI PERSOANELOR VÂRSTNICE
ORPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



romaneasca obiecte lucrate manual de mesteri din Romania, beneficiari ai proiectelor Atelierul de mestesuguri si MADE IN RURAL.

- Este un instrument important pentru asigurarea sustenabilitatii proiectului si a investitiei in comunitatile rurale.
- In notorietatea platformei TDLS se investeste prin campaniile de promovare on-line.

b. Obiectivul campaniei de promovare:

Construirea notorietatii platformei online „Targul de la sat” si mediatizarea evenimentului off-site in randul bucurestenilor pentru a atrage cat mai multi vizitatori la eveniment, inclusiv a Atelierele de Creatie si Mestesug

c. Grupul tinta al campaniei:

- public preponderent spatiul urban (min. 66% din grupul tinta)
- statut social categoriile A-C (min. 50 % din grupul tinta)

d. Media plan promovare platforma “Targul de la sat”

Aparitii in cadrul publicatiilor si a materialelor de comunicare (versiune print & versiune on-line) ce vor tine cont de specificul continutului informational si audienta astfel incat tipul publicatiei sa intareasca sau sa complementeze in mod natural mesajul comunicat, inclusiv pentru a creste vizibilitatea si accesarea platformei online.

Se vor lua in considerare urmatoarele:

- d.1. nr. aparitii in materiale de comunicare ale companiilor aeriene
- d.2. nr. aparitii in publicatii cu specific financiar, acoperire nationala (max. 50 % aparitii intr-o publicatie apartinand aceluiasi trust media)
- d.3. nr. aparitii in publicatii din domeniul turismului cu acoperire nationala (max 30% aparitii intr-o publicatie apartinand aceluiasi trust/ companie turism)
- Perioada publicarii 27.11.2015 - 15.12.2015
- Tipul aparitiei: advertorial (min. 500 cuvinte + 1 fotografie) si reclama grafica/foto color (min. 50% din pagina publicatie); raport 50 % advertorial - 50 % reclama
- productia grafica si creativa (inclusiv a continutului comunicarii). Continutul va fi agreat cu beneficiarul contractului

Media planul va contine

- Numar tip aparitii
- Numarul de aparitii/ tip publicatie
- Numele publicatiilor propuse care sa respecte criteriile de audienta conform grupului tinta al campaniei

Criterii evaluare Media plan:

- Respectarea cerintelor specifice provond grupul tinta si tipul aparitiilor
- Audienta Extinsa (%): 30% din punctaj GT
- Indice de afinitate (%): 30 % din punctaj GT
- Penetrarea CpA (%): 40 % din punctaj GT



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE
ȘI PERSOANELOR VÂRSTNICE
ORPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



- e. Propunerea tehnico-financiara va contine:
 - Media planul propus, inclusiv indicatori/grup tinta si publicatie (vezi evaluare propunere)
 - Minim o propunere de mesaj
 - Buget/ aparitie, buget/ tip aparitie (medie) si buget /indicator grup tinta
- f. Buget: min. 20 % din valoarea totala a contractului

3. Promovarea evenimentului „Targul de la sat” off-site (decembrie 2015)

- a. Context:
 - Incheiem proiectul MADE IN RURAL cu un targ al mesesugarilor, organizat in Bucuresti, un spatiu care aduce laolalta iubitorul de arta si artizanul. Ii asteptam pe cei care pretuiesc arta si traditia si vor sa o primeasca in casele lor la eveniment, de unde pot achizitiona piese unicat realizate de mestesugarii nostri.
 - De asemenea daca vor sa vada cum se realizeaza aceste piese , au acum ocazia sa ii surprinda pe mesteri in actiune, tesand la razboaie de tesut sau brodand ii.
 - Ne dorim sa aducem un colt din ruralul romanesc in inima urbanului.
- b. Obiectivul campaniei de promovare:

Promovarea Mestesugului traditional ca factor de coeziune si intarire a identitatii culturale a comunitatilor sin spatiul rural.

- c. Grupul tinta al campaniei:
 - public preponderent urban, Bucuresti (min. 75 % din grupul tinta)
 - statut social categoriile A-D (min. 50 % din grupul tinta)

d. Media plan promovare eveniment “Targul de la sat”

Aparitii in cadrul publicatiilor (print & on-line) ce vor tine cont de specificul continutului informational si audienta sau utilizare OOH, media neconvetionala etc., astfel incat tipul publicatiei sa intareasca sau sa complementeze in mod natural mesajul comunicat.

Avand in vedere ca evenimentul va fi organizat in Bucuresti se vor lua in considerare urmatoarele:

- d.1. Nr. aparitii si campanii on-line
- d.2. Nr. aparitii in publicatii print cu specific promovare evenimente (max. 33% apartitii in publicatii apartinand aceluasi trust)
- d.3. nr. aparitii/ tipuri de materiale OOH, media neconventionala / metrou / etc
- Perioada publicarii 30.11 - 05.12 2015
- Tipul aparitiei: advertorial (min. 250 cuv + 1 fotografie) - 20 % din target group, reclama grafica (incl.foto) color din 40 % target group, media neconventionala 40 % din target group
- Productia grafica si creativa (inclusiv a continutului comunicarii)



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE
ȘI PERSOANELOR VÂRSTNICE
ORPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



Media planul va contine

- Numar tip aparitii
- Numarul de aparitii/ tip publicatie
- Numar aparitii media neconventionala (incl. zile aparitii)
- Numele publicatiilor propuse care sa respecte criteriile de audienta conform grupului tinta al campaniei

Criterii evaluare Media plan:

- Respectarea cerintelor specifice provond grupul tinta si tipul aparitiilor
 - Audienta Extinsa (%): 30% din punctaj GT
 - Indice de afinitate (%): 30 % din punctaj GT
 - Penetrarea CpA (%): 40 % din punctaj GT
- e. Propunerea tehnico-financiara va contine:
- Media planul propus, inclusiv indicatori/grup tinta si publicatie (vezi evaluare propunere)
 - Minim o propunere de mesaj
 - Buget/ aparitie, buget/ tip aparitie si buget /indicator grup tinta
- f. Buget min. 20 % din valoarea totala a contractului

Nota: în cadrul contractului, forma și conținutul produselor rezultate din activitatea de creare (conform specificatiilor tehnice de mai sus) vor fi agreeate de comun acord cu Achizitorul.

Nota: grupul tinta al campaniei este raportat conform metodologie analiza BRAT, in cazul publicatiilor

II. OFERTA TEHNICĂ

Oferta tehnica va contine:

- Propunere media plan in conformitate cu solicitarile pentru fiecare obiectiv in parte
- Documentele ce atesta indicatorii conf. BRAT pentru fiecare publicatie propusa pentru ultimele 2 luni
- Minim o propunere de mesaj pentru fiecare obiectiv in parte

III. MODUL DE ATRIBUIRE

Criteriul de atribuire a contractului este oferta cea mai avantajoasa din punct de vedere economic.

Modul de acordare a punctajului se face pe baza factorilor de evaluare principali de mai jos:

A. Pondere Factorului de evaluare **Oferta Financiara** = 30 %

B. Pondere Factorului de evaluare **Oferta Tehnica** = 70 %



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE
ȘI PERSOANELOR VÂRSTNICE
OIRPOSDRU REGIUNEA NORD-EST



IV. MANAGEMENTUL CONTRACTULUI

Prestatorul:

Prestatorul este operatorul economic selectat în urma achiziției publice pentru realizarea contractului. Prestatorul este responsabil pentru execuția la timp a tuturor activităților prevăzute și pentru atingerea obiectivelor stabilite prin Caietul de sarcini. El va realiza toate cerințele acestui contract respectând și aplicând cele mai bune practici în domeniu. Prestatorul este responsabil pentru activitatea echipei și pentru obținerea rezultatelor cerute.

Prestatorul va furniza achizitorului toate informațiile solicitate referitoare la contract.

V. Cerințe speciale

Toate materialele elaborate în cadrul proiectului trebuie să conțină sigla Fundatiei World Vision Romania, sigla SC ASCENDO SRL si Asociatiei ASDR Dezmir (vor fi puse la dispozitia furnizorului dupa finalizarea achizitiei), semnatura grafica a OIRPOSDRU in conformitate cu [manualul de identitate vizuală pentru POSDRU 2007-2013 în România](#).

Furnizorul va asigura monitorizarea si raportarea centralizata a aparitiilor in media. Furnizorul va furniza cate un exemplar din fiecare aparitie media raportata. In situatia in care aparitia media se face in spatial on-line, furnizorul va furniza o captura de ecran in care vor fi vizibile urmatoarele: adresa web, data si ora capturii.