



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013  
POSDRU/160/2.1/S/142018  
Investește în oameni!

## Raspuns solicitări clarificări

Ca urmare a solicitărilor de clarificări primite pentru procedura „Servicii campanie de publicitate - Cod CPV 79341000-6 (Rev 2), Servicii de promovare- Cod CPV 79342200-5, Servicii de producție radiofonică – Cod CPV 9221000-3 și Servicii de producție de televiziune – Cod CPV 92221000-6”, publicată de SC DAIMAN PUBLIC RELATIONS SRL, în data 27.10.2015, pe pagina web [www.fonduri-ue.ro](http://www.fonduri-ue.ro), secțiunea „Achiziții private”, transmitem următoarele:

### Clarificarea nr. 1

*Referitor la achiziția publică de Servicii de publicitate - afisare machete in presa scrisa, afisare machete in mediul online, productie si difuzare spot radio, productie si difuzare spot TV, va rog sa ne comunicati daca poate fi considerate valabila oferta unei societati comerciale infiintata in 2015, in conditiile in care fisa de date solicita cifra de afaceri si experienta similara.*

### Răspuns

Capacitatea tehnica financiara se dovedeste prin prezentarea bilanțurilor aferente exercițiilor financiare din ultimii 3 ani incheiati (2012, 2013, 2014), înregistrate de organele competente.

### Clarificarea nr. 2

#### Cerința nr.2 Informații privind asociații și/sau subcontractanții

Avand în vedere dispozițiile art. 291 din OUG nr. 25/2013 – pentru realizarea serviciilor difuzare TV, este obligatoriu ca Radiodifuzorul propus pentru difuzarea spoturilor TV să vină în asociere cu Ofertantul.

#### 5.4) Standarde de asigurare a calității

Se va prezenta Certificatul ISO 9001/2008 - privind managementul calitatii, sau echivalent- copie lizibila cu mentiunea «conform cu originalul»

Avand in vedere ca la cap. Legislația aplicabilă ati trecut si O.U.G. nr. 34/2006 privind atribuirea contractelor de achiziție publică, a contractelor de concesiune de lucrări publice și a contractelor de concesiune de servicii aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 337/2006, cu modificările și completările ulterioare; pentru stabilirea tipului de procedură și estimarea valorii contractului.

In aceste conditii, fiecare membru al asocierii trebuie sa indeplineasca individual cerinta privind asigurarea standardelor de calitate. Va informam ca, in urma unei prospectari a pietei, majoritatea televiziunilor nu au acest certificat si prin urmare in cazul unei asocieri, asociatul nostru nu poate indeplini aceste cerinte, iar in acest caz singura televiziune care are acest certificat ar pune monopol pe aceasta licitatie si ar restrictiona accesul ofertantilor la aceasta licitatie, lucru care contravine principiilor Uniunii Europene.

Prin urmare, va solicitam scoaterea acestei cerinte sau acceptarea ca certificatul sa vina de la unul dintre membrii asocierii.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CIPOSDRU



MINISTERUL TINERETULUI  
ȘI SPORTULUI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013  
POSDRU/160/2.1/S/142018  
Investește în oameni!

## Răspuns

Conform punctului **5.4) Standarde de asigurare a calității**, Cerinta nr. 1, se va prezenta Certificatul ISO 9001/2008 - privind managementul calitatii, sau echivalent- copie lizibila cu mentiunea « conform cu originalul ».

Se accepta ca certificatul sa vina doar de la unul dintre membrii asocierii cu conditia ca, dintre membrii asocierii, televiziunea sa fie cea care are obligatoriu certificatul ISO cerut conform documentatiei, pentru a demonstra capacitatea tehnica in vederea realizarii contractului in bune condituni.

1. Conform <http://www.cna.ro/LEGE-Nr-504-din-11-iulie-2002.html> legea audiovizualului a fost modificata incepand cu 5 iulie 2015,

ART. 29<sup>1</sup>

(1) Achiziționarea de spațiu publicitar televizat de către beneficiar se poate face fie direct de la radiodifuzor, fie printr-un intermediar (agenție sau regie).

(2) În cazul în care achiziționarea spațiului publicitar televizat se face printr-un intermediar, contractele vor fi tripartite, la cererea oricăreia dintre părți.

(3) În ambele cazuri prevăzute la alin. (1), radiodifuzorul va emite către beneficiarul publicității televizate sau, după caz, către intermediar facturi aferente achiziționării de spațiu publicitar televizat, în care va fi evidențiat orice rabat sau avantaj tarifar, indiferent de natura acestuia, acordat de către radiodifuzor, conform contractului.

(4) În cazul contractelor derulate prin intermediar, acesta va emite facturi aferente serviciilor de intermediere corespunzătoare prevederilor contractului. Intermediarii nu pot primi altă plată sau contraprestație decât cea pentru remunerarea serviciilor prestate și nici vreun avantaj material, indiferent de natura acestuia, din partea radiodifuzorului.

## Clarificarea nr. 3





Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013  
POSDRU/160/2.1/S/142018  
Investește în oameni!

Niciun aliniat din articolul mai sus menționat nu incumba obligativitatea constituirii formei de asociere între un posibil ofertant și radiodifuzor, în vederea participării la o procedură de achiziție.

Astfel, orice posibil ofertant poate participa la prezenta achiziție, fără a fi obligat a constitui o asociere cu radiodifuzorul.

Având în vedere poziția subscrisei de intermediar pentru achiziția de spațiu publicitar televizat, și coroborând alin (2) cu alin (3), aceasta achiziționare poate lua forma de:

- Contract tripartit între beneficiar, prestator și radiodifuzor, la cererea oricăreia dintre părți, iar facturarea se va face către radiodifuzor
- Contract de prestări servicii între beneficiar și prestator, radiodifuzorul având calitate de subcontractant.

Mai mult decât atât, pe tot parcursul documentației de atribuire, faceți referire la posibilitatea ca ofertantul să depună oferta în asociere și nicidecum de **obligativitatea** acestora să depună oferta în asociere. La punctul 5.3) Capacitatea tehnică și/sau profesională – Cerința 2, solicitați asocierea ofertantului cu radiodifuzorul, iar la modalitatea de îndeplinire a cerinței, faceți mențiunea “în cazul în care oferta este depusă de o asociere”, exprimare ce nu dă curs unei obligativități.

Ținând cont de cele de mai sus, vă rugăm să eliminați obligația ca ofertantul să vină în asociere cu operatorul tv.

## Răspuns

Conform ART. 29<sup>1</sup> al Legii audiovizualului nr. 504/2002 (cu modificările ulterioare)

(1) Achiziționarea de spațiu publicitar televizat de către beneficiar se poate face fie direct de la radiodifuzor, fie printr-un intermediar (agenție sau regie).

(2) În cazul în care achiziționarea spațiului publicitar televizat se face printr-un intermediar, contractele vor fi tripartite, la cererea oricăreia dintre părți.

(3) În ambele cazuri prevăzute la alin. (1), radiodifuzorul va emite către beneficiarul publicității televizate sau, după caz, către intermediar facturi aferente achiziționării de spațiu publicitar televizat, în care va fi evidențiat orice rabat sau avantaj tarifar, indiferent de natura acestuia, acordat de către radiodifuzor, conform contractului.

(4) În cazul contractelor derulate prin intermediar, acesta va emite facturi aferente serviciilor de intermediere corespunzătoare prevederilor contractului. Intermediarii nu pot primi altă plată sau contraprestație decât cea pentru remunerarea serviciilor prestate și nici vreun avantaj material, indiferent de natura acestuia, din partea radiodifuzorului.

Având în vedere poziția de intermediar pe care o puteți avea, se acceptă un contract tripartit între beneficiar, prestator și radiodifuzor.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



CIPOSDRU



MINISTERUL TINERETULUI  
ȘI SPORTULUI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013  
POSDRU/160/2.1/S/142018  
Investește în oameni!

#### Clarificarea nr. 4

*Va rugam sa confirmati ca intelegerea noastra este corecta si anume publicarea a cate unei machete de presa pe fiecare din cele 20 de site-uri.*

#### Răspuns

Da, este corecta publicarea a cate unei machete pe fiecare dintre cele 20 de site-uri pentru atingerea numarului de afisari stabilit prin documentatie.

DAIMAN Public Relations

Administrator,

Cezar Coman

