



Compania Nationala "Poșta Română" S.A
Capital social subscris și vărsat: 58.369.787 lei
Cont: RO 23BPOS 85002717790 ROL 02 Atribut fiscal: R;
✉ Bd. Dacia nr. 140, sector 2, 020065 București
☎ (021)-2007406-413; fax: (021) - 2007411
C.I.F: RO427410; Nr. de înregistrare la R.C. J/40/8636/1998
e-mail: aprovizionare@posta-romana.ro

Nr.101/ / .06.2007

Către,

BURSA ROMANA DE MARFURI

**In atentia Domnului Constantin Duta – Director
Operatiuni Tranzactii**

*Ref: Precizari privind documentatia de atribuire aferenta procedurii
de achizitie nr.205/2007– Servicii de Publicitate*

Intrebari generale referitoare la toate cele 3 loturi: I, II, III

1. Referitor la informatia: acordul cadru se va incheia cu minim 3 operatori economici (maxim 5) in masura in care exista un numar suficient de operatori economici care au indeplinit criteriile de calificare si care au prezentat oferta – avem urmatoarea intrebare: in cazul in care nu exista minim 3 operatori economic ce se va intampla?

R: Daca nu este intrunit numarul minim de oferte (minim 3) necesar pentru desfasurarea procedurii, aceasta se anuleaza. Procedura de achizitie publica se va relua la o data ce va fi comunicata ulterior.

2. In Monitorul Oficial al Rmaniei din 18 mai 2007 – achizitii publice; Autoritatea contractanta CN Posta Romana, este comunicata valoarea totala estimata a serviciilor care urmeaza a se presta pe durata acordului cadru astfel:

- lot I: 4.000.000 lei
- lot II: 21.400.000 lei
- lot III: 1.340.000 lei

In caietul de sarcini nu se face nici o specificatie de buget.

Intrebare

- **In realizarea strategiilor de comunicare/media/evaluare se va lua in considerare valoarea totala estimata a serviciilor care urmeaza a se presta pe durata acordului cadru, conform sumelor de mai sus?**

R: In realizarea proiectelor propuse in cadrul celor 3 loturi (strategii de comunicare corporate/produs/evaluare) nu se va tine cont de valoarea totala estimata a serviciilor care urmeaza a se presta pe durata acordului cadru. Propunerea de strategie va include si o propunere de buget.

- **Ne puteti trimite bugetul defalcat pe cei 4 ani de contract cadru defalcat pe loturi**

R: Bugetul estimativ alocat pentru achizitionarea serviciilor de publicitate pe perioada celor 4 ani este de 26.740.000 lei si este repartizat astfel:

Lotul 1: 4.000.000 lei (15% din total buget)

Lotul 2: 21.400.000 lei (80% din total buget)

Lotul 3: 1.340.000 lei (5% din total buget)

Repartizarea estimativa a bugetului pe fiecare an pe perioada celor patru ani de derulare a acordului cadru si pe loturi va tine cont de urmatoarele:

- Bugetul va fi repartizat in mod egal pe perioada celor 4 ani;
- Repartizarea pe loturi se va face pastrandu-se ponderile alocate pe loturi pe intreaga perioada (Lotul 1 – 15% din valoarea anuala a bugetului; Lot 2 – 80% din valoarea anuala a bugetului; Lot 3 – 5% din valoarea anuala a bugetului).

Intrebari referitoare la lotul I: servicii de creatie, servicii de productie audio-video si servicii de productie print de mari dimensiuni

- 1. Ne puteti furniza un background a ceea ce s-a comunicat pana acum pe Posta Romana**

R: Campaniile derulate pana acum de Posta Romana au comunicat in principal avantajul strategic pe care il are Posta Romana si anume, prezenta companiei noastre peste tot, chiar si pana in cel mai indepartat colt al tarii si legatura pe care o realizeaza intre oameni de peste 600 de ani.

- 2. Ne puteti furniza sloganul/pozitionarea/corporate-ul folosit de Posta Romana pana acum?**

R: Campania derulata anul trecut a avut sloganul “Parte din viata ta” si a comunicat mesajul mentionat la punctul 1. Pozitionarea a vizat provocarea unei atitudini bazate pe afectivitatea publicului fata de Posta Romana.

3. Ne puteti furniza materialele de comunicare realizate anterior pentru Posta Romana

R: Intrucat nu dorim ca in campaniile viitoare sa se pastreze o continuitate a ce s-a comunicat anterior, nu putem sa va furnizam materialele de comunicare de pana acum, nefiind relevante.

4. Se doreste ca prin noua comunicare sa se pastreze o liniaritate/continuitate cu ceea ce s-a comunicat pana acum?

R: NU

5. In cazul existentei unui research realizat, ne puteti furniza rezultatele acestuia?

R: Nu consideram a fi relevant.

6. Ne puteti furniza materiale de corporate: fonturi, sigla etc?

R: Nu consideram a fi relevante.

7. Exista orice fel de limitare in ceea ce priveste comunicarea, limitare de care noi trebui sa stim?

R: NU

Intrebari referitoare la lotul II: Servicii de promovare in presa centrala/locala, TV, radio, internet, indoor/outdoor.

1. La lotul II, pct. 4 din punctajul pe lotul II, ce reprezinta comisionul?

- reprezinta suma serviciilor de promovare in presa centrala/locala, internet, indoor/ooh? SAU
- reprezinta procentul aplicat la valoarea totala neta a serviciilor, care ramane ofertantului (in care este inclus si comisionul de 1% care se va vira la semnarea contractului catre organizatorul Bursa Romanade Marfuri)?

R: Comisionul reprezinta comisionul agentiei perceput pentru serviciile prestate (reprezinta procentul aplicat la valoarea totala neta a serviciilor, care ramane ofertantului).

**DIRECTOR GENERAL
Dan Mihai TOADER**