



Aprobat,

Luminița MIHAILOV

Director General



Jenica CRĂCIUN

Director Direcția Implementare POR

**CAIET DE SARCINI** pentru achiziția de « servicii de publicitate » - CPV 79341400 – 0 - pentru implementarea proiectului “Sprijin pentru ADR SE în perioada 2018- 2019 în vederea implementării POR 2014- 2020 în Regiunea de Dezvoltare Sud-Est”, cod SMIS 120626

## I. INFORMAȚII GENERALE

Denumire Autoritate Contractantă : Agenția pentru Dezvoltare Regională a Regiunii de Dezvoltare Sud-Est		
Adresă: strada Anghel Saligny nr. 24		
Localitatea: Brăila	Cod poștal: 810118	Țara: România
Persoană de contact: Laurențiu ARAMĂ	Telefon: 0339732415	
E-mail : laurentiu.arama@adrse.ro	Fax: 0239 611066	
Adresă site: www.adrse.ro		

### I 1. SURSA DE FINANȚARE

Proiectul este implementat de Agenția pentru Dezvoltare Regională a Regiunii de Dezvoltare Sud-Est și este finanțat din Fondul European de Dezvoltare Regională în cadrul Programului Operațional Regional 2014 – 2020, Axa Prioritară 12 : Asistență tehnică

I 2. Obiectivele specifice ale proiectului vizează implementarea eficientă și transparentă a Programului Operațional Regional 2014- 2020 în Regiunea de Dezvoltare Sud-Est

## II OBIECTUL ACHIZIȚIEI

II. 1 Achiziționarea de Servicii de publicitate - CPV 79341400 – 0 care trebuie să includă : realizarea și difuzarea de spoturi radio și spoturi TV.

### Lotul 1

- realizare 2 spoturi pentru difuzare radio;
- difuzare 2 spoturi radio – campanie radio de promovare;



## **Lotul 2**

- realizare 2 spoturi pentru difuzare TV;
- difuzare 2 spoturi TV – campanie TV de promovare.

## **III OBIECTIVELE CAMPANIEI**

Campania Radio și campania TV au drept scop promovarea rolului și contribuției Programului Operațional Regional 2014- 2020 (POR 2014-2020) la dezvoltarea regională a României.

Campaniile urmăresc informarea publicului general și a grupurilor țintă specifice despre lansarea Programului, atragerea beneficiarilor și asigurarea unui grad cât mai ridicat de contractare, precum și promovarea rezultatelor programului.

Aceste campanii urmăresc creșterea notorietății POR 2014-2020 / Regio.

## **IV PUBLICUL ȚINTĂ:**

- Autorități locale, organizații din diverse sectoare ale vieții economice, sociale, educaționale, religioase și agenți economici care implementează proiecte cofinanțate prin POR 2014- 2020 ;
- Parteneri economico-sociali – toate entitățile, organizațiile publice sau private care participa la viața economico-socială pe care o pot influența ;
- Organizațiile non-profit – entitățile, organizațiile publice non-profit , mass-media locală și regională;
- Populația din mediul rural și urban din Regiunea de Dezvoltare Sud-Est, cu vârsta peste 18 ani.

## **V. INSTRUMENTE ȘI CANALE DE COMUNICARE**

### **Lotul 1**

- realizare 2 spoturi pentru difuzare radio;
- difuzare 2 spoturi radio – campanie radio de promovare;

### **Lotul 2**

- realizare 2 spoturi pentru difuzare TV;
- difuzare 2 spoturi TV – campanie TV de promovare.



## Lotul 1

### V 1. Realizare spoturi pentru difuzare radio

Servicii de creație, producție și difuzare a 2 spoturi radio cu durata de 30 secunde fiecare în cele 6 județe ale Regiunii de Dezvoltare Sud-Est, adresate publicului țintă, respectând următoarele cerințe:

- servicii de producție a 2 spoturi radio cu durata de 30 secunde fiecare, livrate pe suport master în format wav necomprimat și comprimat;
- operatorul economic va asigura toată logistica necesară înregistrării și difuzării spoturilor radio, spre exemplu: castingul vocii propuse în spoturile radio, echipamentele necesare înregistrării (microfon profesional de studio de înaltă performanță, compressor voce, mixer sunet cu 48 canale, software pentru mixaj sunet, diverse plugins dinamice și postprocesare, computer echipat cu processor QuadCore sau echivalent), placă de sunet profesională etc.
- echipa de înregistrare: operatorul economic va asigura coordonarea echipei implicate în realizarea spoturilor radio.

Conținutul spoturilor radio va prezenta informații de actualitate despre POR 2014-2020 la nivelul Regiunii de Dezvoltare Sud-Est;

- informațiile necesare realizării conținutului spoturilor radio vor fi furnizate de Autoritatea Contractantă (ADR SE);

Activitățile care vor fi desfășurate de către operatorul economic pentru producerea spoturilor, includ, dar fără a se limita la, următoarele:

- elaborare script Voice Over;
- story-board;
- întâlnire de pre-producție (PPM);
- înregistrarea Voice Over;
- post-producție (sincronizarea dialogurilor, integrarea efectelor de sunet, transferul on-line);
- furnizarea de muzică de fundal (background), cu toate drepturile de proprietate). Fundalul muzical va fi aprobat de Autoritatea Contractantă.
- Operatorul economic va pune la dispoziția Autorității Contractante minim 2 variante de creație pentru fiecare spot radio.

Spoturile vor respecta cerințele Manualului de Identitate Vizuală pentru POR 2014 – 2020, ediția februarie 2018, care se poate descărca de pe paginile de internet: [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro) și [www.adrse.ro](http://www.adrse.ro) ;

Forma finală a spoturilor radio care vor fi difuzate va fi decisă de Autoritatea Contractantă.

### Cerințe tehnice privind livrarea spoturilor radio:

Operatorul economic va pune la dispoziție Autorității contractante cele 2 spoturi radio în variantă finală pe 5 CD-uri / DVD-uri, pe baza unui proces verbal de predare-primire.



## **V 2. Difuzare spoturi radio – campanie radio de promovare**

- Cele 2 spoturile radio realizate vor fi difuzate de două ori pe zi, timp de 10 zile consecutive pe frecvențele unui post de radio comercial / public național de informare, sau de două ori pe zi, timp de 10 zile consecutive pe frecvențele locale ale unor posturi de radio comerciale ( 40 de difuzari frecvență radio Brăila, 40 de difuzari frecvență radio Buzău , 40 de difuzari frecvență radio Galați, 40 de difuzari frecvență radio Constanța, 40 de difuzari frecvență radio Tulcea, 40 de difuzari frecvență radio Focșani /Vrancea).

Total : 40 difuzări post radio comercial/ național de informare, sau 240 difuzări post de radio comercial cu frecvențe locale.

### **Perioada estimată de difuzare a spoturilor radio:**

Spot radio 1: 06 – 15 noiembrie 2019;

Spot radio 2: 02 – 11 decembrie 2019.

- intervalul de difuzare: orele 7.00 – 14.00, 16.00 – 20.00

- target: public larg cu afinitate maximă cu publicul țintă, numărul mediu de ascultători la nivel național pentru fiecare difuzare va fi de circa 1 milion de persoane, in cazul postului comercial/național de informare.

Ofertantul va trebui să dovedească printr-o situație ARMA că postul / posturile de radio propuse au avut, în perioada aprilie– august 2019, o audiență zilnică medie pe publicul național de cel puțin 1 milion de persoane.

- Operatorul economic va propune un calendar de difuzare a spoturilor radio un grafic care să cuprindă perioada de difuzare a spoturilor radio pe toată perioada de derulare a campaniei, pe zile și intervale orare.

De asemenea, operatorul economic va prezenta următoarele aspecte:

- planurile media pentru spoturile radio, din care să reiasă clar audiența estimată a campaniei radio;

- argumentarea planurilor media (justificarea mixului de posturi propus în raport cu grupurile tinta);

- sursa oficiala privind certificarea datelor referitoare la audiente;

Perioada de derulare a contractului este cuprinsă între data încheierii contractului și până la data de 15 decembrie 2019.

## **Lotul 2**

### **V 3. Realizare 2 spoturi TV**

Servicii de creație, producție și difuzare a 2 spoturi TV cu durată de minim 30 de secunde fiecare, adresate publicului țintă, respectând următoarele cerințe:

Condiții tehnice minime pentru spot TV :

- durata de 30 secunde;

- conceptul de creatie va fi însoțit de storyboard aprobat de Autoritatea Contractantă;

- 2 variante de scenariu; format spot standard și HD.



Cerințe tehnice privind producția spotului TV:

- elaborare script;
- storyboard;
- interpretarea regizorală a storyboard-ului.

Activități:

- întâlnire de pre-producție (PPM);
  - înregistrarea VO;
  - post-producție (introducere, integrarea efectelor de sunet, integrarea elementelor de identitate vizuală, etc.);
  - pentru post-producție, se va folosi soft profesional audio-video;
  - varianta finală a spoturilor TV trebuie aprobată în scris de către Autoritatea Contractantă;
  - spoturile vor fi pregătite și în varianta necesară pentru postarea pe internet;
  - prestatorul se va asigura de toată logistica necesară realizării spoturilor, cu mențiunea că Autoritatea Contractantă va putea interveni oricând asupra spoturilor pentru ca acesta să îndeplinească toate condițiile necesare transmiterii mesajului dorit de către Autoritatea Contractantă.
- 
- Conținutul spoturilor TV va prezenta informații de actualitate despre POR la nivelul Regiunii de Dezvoltare Sud- Est;
  - informațiile necesare realizării textului spoturilor TV, precum și imaginile reprezentative pentru ilustrarea informațiilor în spoturile TV vor fi furnizate de Autoritatea Contractantă;
  - redactarea textului, stabilirea imaginilor reprezentative pentru ilustrarea informațiilor furnizate de text precum și concepția generală a spoturilor TV revine prestatorului, cu mențiunea că Autoritatea Contractantă va putea interveni oricând asupra spoturilor pentru ca acesta să îndeplinească toate condițiile necesare transmiterii mesajului dorit de către Autoritatea Contractantă.

Notă: Prestatorul are obligația de a prezenta Autorității Contractante textul, imaginile precum și fundalul muzical care vor sta la baza creării spoturilor TV;

- fundalul muzical va fi aprobat de Autoritatea Contractantă, iar prestatorul va asigura respectarea prevederilor legale privind drepturile de autor;
- în realizarea spoturilor TV se vor respecta regulile Manualul de Identitate Vizuală al POR, ediția februarie 2018, care se poate descărca de pe paginile de internet: [www.inforegio.ro](http://www.inforegio.ro), [www.adrse.ro](http://www.adrse.ro);
- prestatorul va realiza două variante pentru fiecare din cele 2 spoturi TV, urmând ca Autoritatea Contractantă să stabilească varianta care va fi difuzată;





### **Cerințe tehnice privind livrarea spoturilor TV**

- operatorul economic va asigura suportul necesar (DVD, casete Beta etc.) pentru livrarea spoturilor către toate posturile TV selectate pentru a fi difuzate, în numărul și în condițiile tehnice specifice cerute de posturile TV.
- totodată, va fi livrată versiunea spoturilor în format digital la dimensiuni reduse, pentru a fi afișate pe website.
- spoturile TV finale vor fi predate Autorității Contractante pe 5 CD-uri / DVD-uri, pe baza unui proces verbal de predare-primire.

### **V 4. Difuzare spoturi TV – campanie TV de promovare**

Difuzare: Cele 2 spoturi TV vor fi difuzate de doua ori pe zi, la ore maxime de audiență, timp de 10 zile consecutive pe posturi locale / naționale generaliste în cele 6 județe ale regiunii – Braila, Galati, Buzau, Vrancea, Tulcea si Constanta.

Total : 240 de difuzari pentru difuzarea la posturi TV locale(40 de difuzari post TV din județul Brăila, 40 de difuzari post TV din județul Buzău , 40 de difuzari post TV din județul Galați, 40 de difuzari post TV din județul Constanța, 40 de difuzari post TV din județul Tulcea, 40 de difuzari post TV din județul Vrancea), sau 40 de difuzari post TV național.

Target: public larg cu afinitate maximă cu publicul țintă.

Pentru posturile TV locale, numărul mediu de telespectatori pentru fiecare difuzare va fi de minim 2.000 de persoane. Oferta va trebui să menționeze acoperirea posturilor TV precum și numărul de abonați pe care îl au rețelele care le retransmit.

Pentru postul TV național, numărul mediu de telespectatori pentru fiecare difuzare va fi de minim 44.000 de persoane. Ofertantul va trebui să dovedească printr-o situație ARMA că postul TV național propus a avut în perioada iulie – august 2019 o audiență zilnică medie pe publicul național de cel puțin 44.000 de persoane.

### **Perioada estimată de difuzare a spoturilor TV :**

Spot TV 1: 06 – 15 noiembrie 2019;

Spot TV 2: 02 – 11 decembrie 2019.

- intervalul de difuzare orele 16.00 – 20.00 sau orice interval este considerat de maximă audiență pentru postul TV respectiv;
- Operatorul economic va propune un mix de posturi TV care să asigure un optim de audiență și va prezenta un media plan care să cuprindă perioada de difuzare a spoturilor TV pe toată perioada de derulare a campaniei.



De asemenea, operatorul economic va prezenta următoarele aspecte:

- planurile media pentru spoturile TV, din care să reiasă clar audiența estimată a campaniei TV;
- argumentarea planurilor media (justificarea mixului de posturi propus în raport cu grupurile tinta);
- sursa oficiala privind certificarea datelor referitoare la audiente;
- calendarul de difuzare a spoturilor TV, pe zile și intervale orare.

Perioada de derulare a contractului depinde în mod direct de momentul încheierii difuzărilor spoturilor TV, fiind cuprinsă între data încheierii contractului și până la data de 15 decembrie 2019.

## **VI DREPTUL DE AUTOR SI DREPTURI CONEXE**

Proprietatea asupra spoturilor radio și tv precum și a textelor/materialelor si a altor documente rezultate în urma desfasurarii activitatilor care fac obiectul contractului sau legate de acesta vor ramane în proprietatea Autoritatii Contractante. Utilizarea spoturilor radio si tv, în cadrul altor programe de radio sau la alte televiziuni sau site-uri sunt permise numai cu acordul scris al Autoritatii Contractante.

## **VII MANAGEMENTUL CONTRACTULUI**

Operatorul economic este obligat sa respecte legislatia romaneasca în vigoare și procedurile aplicabile acestui contract.

Ofertantul va respecta ordinele administrative și instrucțiunile emise de ADR SE și va furniza beneficiarului toate informațiile referitoare la contract. Va fi obligat să asigure realizarea activităților si obținerea rezultatelor stabilite prin contract.

La solicitarea autoritatii contractante, operatorul economic va organiza întâlniri specifice legate de implementarea contractului.

Operatorul economic este obligat ca în realizarea obiectului contractului să respecte și să se îngrijească de respectarea prevederilor Manualului de identitate vizuală elaborat de AM POR.

Autoritatea Contractantă este responsabila de aprobarea documentelor elaborate în cadrul proiectului de operatorul economic (rapoarte, referate etc.), de punerea la dispozitie a tuturor informatiilor considerate oportune pentru realizarea obiectului contractului.

Operatorul economic este complet responsabil de managementul contractului din punct de vedere administrativ, financiar (gestionarea bugetului), orientat spre obținerea rezultatelor. Acesta trebuie să respecte condițiile formulate în contract.



Operatorul economic va desemna un manager de proiect care va fi persoana de contact în relația cu autoritatea contractanta, conform cerințelor acestuia.

Operatorul economic trebuie sa consulte autoritatea contractanta cu privire la orice aspect/problema care apare în procesul de implementare. Numai după aprobarea acestuia, poate face demersurile necesare finalizării activitatilor cat si pentru efectuarea platii.

Autoritatea Contractanta va coopera cu operatorul economic pentru obținerea celor mai bune rezultate.

Operatorul economic are obligația de a modifica oricare din planurile media în conformitate cu observațiile autorității contractante în termen de 2 zile lucrătoare de la transmiterea observațiilor.

Autoritatea contractanta are dreptul de a cere modificarea oricarui plan media până la realizarea unui format final care să corespundă solicitărilor și exigențelor beneficiarului.

Pentru fiecare observație suplimentară asupra oricarui plan media, operatorul economic are obligația adaptării proiectului respectiv în termen de maxim 2 zile lucrătoare.

Pentru forma finală a planurilor media trebuie să existe o aprobare formală din partea autorității contractante.

Aprobarea se elaborează în forma unui document scris emis de Operatorul economic Autorității Contractante.

## **VIII. RAPORTARE**

Prestatorul este responsabil de elaborarea și transmiterea următoarelor rapoarte către Autoritatea contractantă:

1. un raport la momentul de finalizare a realizării fiecărui element de campanie; raportul va conține o scurtă descriere a caracteristicilor produsului realizat și modul cum acesta va fi utilizat în cadrul general al campaniei;
2. în perioada de difuzare: un raport săptămânal care indică aparițiile, difuzările ori alte activități cu deschidere spre public, desfășurate în săptămâna curentă;
3. un raport final despre realizarea și desfășurarea campaniei;

## **IX BUGETUL CONTRACTULUI DE ACHIZIȚIE**

În conformitate cu bugetul aprobat al proiectului “Sprijin pentru ADR SE în perioada 2018-2019 în vederea implementării POR 2014- 2020 în Regiunea de Dezvoltare Sud-Est”, cod SMIS 120626, valoarea estimată pentru achiziționarea acestor servicii este:

Lotul 1 - producție și difuzare 2 spoturi publicitare radio de 25.000 lei, fără TVA.

Lotul 2 - producție și difuzare 2 spoturi publicitare TV de 50.000 lei, fără TVA.

Criteriul de atribuire – PREȚUL CEL MAI SCĂZUT PENTRU FIECARE LOT





Ofertantul va evidenția prețul total al prestării serviciilor și prețul unitar oferat pentru fiecare tip de serviciu.

Prețul total pentru prestarea serviciilor oferate trebuie să nu depășească valoarea estimată fără TVA pentru fiecare lot.

## **X MODALITĂȚI DE PLATĂ**

Operatorul economic va emite facturi după cum urmează:

Lotul 1

- Factura pentru realizarea a 2 spoturi radio
- Factura pentru difuzarea a 2 spoturi radio

Lotul 2

- Factura pentru realizarea a 2 spoturi TV
- Factura pentru difuzarea a 2 spoturi TV

Plata se va putea face în termen de maxim 10 zile lucrătoare după transmiterea facturii numai după prestarea serviciilor, cu prezentarea dovezii prestării acestor servicii, în baza proceselor verbale de recepție și a raportului detaliat al livrarilor de spații media (raport de difuzare).

## **XI PREZENTAREA OFERTEI**

### **Propunerea tehnică**

Ofertantii vor prezenta oferta tehnică și documentele anexate, astfel încât să se asigure posibilitatea verificării corespondenței propunerii tehnice cu specificațiile tehnice prevăzute în Caietul de sarcini ținând cont de faptul că aceste specificații sunt minime. Propunerea tehnică va fi totodată astfel elaborată încât să reflecte în mod clar asumarea de către ofertant a tuturor cerințelor obligatorii prevăzute în caietul de sarcini.

### **Cerințe speciale**

#### **a) Metodologia de prestare a serviciilor:**

Metodologia constituie acea parte a propunerii tehnice care prezintă strategia propusă de operatorul economic pentru prestarea serviciilor solicitate prin caietul de sarcini și documentația de atribuire.

Ceea ce este prezentat în caietul de sarcini reprezintă cerințe minime care sunt obligatoriu să fie regăsite în cadrul ofertei tehnice.

Metodologia propusă trebuie să conțină minim următoarele informații:

- Descrierea de ansamblu a abordării propuse de operatorul economic pentru executarea serviciilor;
- 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 al fiecărei activități.

- Detalierea subactivității referitoare la realizarea și difuzarea spoturilor radio și / sau TV, care se va reflecta detaliat și în oferta financiară.

- Graficul de prestare a serviciilor constituie acea parte a propunerii tehnice care prezintă calendarul propus de operatorul economic pentru prestarea serviciilor solicitate prin caietul de sarcini și documentația de atribuire.

Graficul va include un calendar cât mai detaliat al activităților ce vor fi derulate în cadrul contractului, conform metodologiei de prestare a serviciilor, cu indicarea etapelor/stadiilor esențiale ale contractului.

De asemenea, graficul trebuie să conțină modul în care activitățile se reflectă în rapoarte, legăturile și relațiile dintre activități și secvențialitatea acestora, precum și resursele umane alocate pe activități.

#### **b) Planul media**

În cazul în care oferta este depusă de o asociere, aceasta va cuprinde o descriere a implicării fiecărui asociat în prestarea serviciilor solicitate, a modului de colaborare între asociați în vederea executării contractului, inclusiv prin delimitarea sarcinilor și responsabilităților individuale în prestarea serviciilor;

În cazul în care serviciile vor fi subcontractate, aceasta va cuprinde descrierea oricăror aranjamente de subcontractare a unei părți a serviciilor solicitate, a interacțiunii dintre operatorul economic și subcontractor(i), precum și o descriere detaliată a serviciilor ce vor fi subcontractate.

#### **Propunerea financiară**

- Ofertanții vor prezenta o singură propunere financiară, pentru fiecare lot.

- Oferta se va exprima în lei

- În propunerea financiară, ofertantul va prezenta pretul pentru fiecare serviciu în parte (realizare spoturi radio/tv, difuzare spoturi radio/tv), specificându-se atât costurile unitare, cât și costurile totale pentru serviciile oferite.

Ofertantul va completa Formularul de oferta (Anexa 1) și Centralizatorul de preturi (Anexa 2) la prezentului Caiet de Sarcini.

*Ofertanții pot depune oferte pentru fiecare lot în parte sau pentru ambele loturi.*

Prezentul caiet de sarcini va fi anexă la contractul încheiat cu operatorul economic.

Întocmit,  
Laurențiu Aramă  
Specialist relații publice

Avizat,  
Florica Neagu  
Sef Serviciu Comunicare

### CAIET DE SARCINI

pentru achiziția de « servicii de publicitate » - CPV 79341400 – 0 pentru implementarea proiectului “Sprijin pentru ADR SE în perioada 2018- 2019 în vederea implementării POR 2014- 2020 în Regiunea de Dezvoltare Sud-Est”, cod SMIS 120626

#### Anexa 1

Operator economic

.....

(denumirea/numele ofertantului)

#### CENTRALIZATOR DE PREȚURI

Nr. crt	Denumirea serviciului	Prețul Unitar -lei fara TVA	Cantitatea	Prețul total -lei fara TVA
0	1	2	3	4
	<b>Total, fara TVA</b>			
	<b>TVA</b>			
	<b>Total cu TVA</b>			

.....

(semnătura autorizată)

## CAIET DE SARCINI

pentru achiziția de « servicii de publicitate » - CPV 79341400 – 0 - pentru implementarea proiectului “Sprijin pentru ADR SE în perioada 2018- 2019 în vederea implementării POR 2014-2020 în Regiunea de Dezvoltare Sud-Est”, cod SMIS 120626

### Anexa 2 (propunerea financiară)

Operator economic

.....  
(denumirea)

## FORMULAR DE OFERTA

Catre .....

(denumirea autorității contractante și adresa completă)

Domnilor,

1.Examinand documentatia de atribuire, subsemnatii,..... reprezentanti ai ofertantului

..... (denumirea/ numele ofertantului), ne oferim ca, în conformitate cu prevederile și cerințele cuprinse în documentatia mai sus mentionata, sa prestam serviciile pentru suma totală de.....lei, (suma în litere și în cifre), la care se adauga taxa pe valoarea adaugata în valoare de .....lei (suma în litere și în cifre.)

2. Ne angajam ca, în cazul în care oferta noastră este stabilita castigatoare, sa prestam serviciile în termenele mentionate în propunerea tehnica.

3.Ne angajam sa mentinem aceasta oferta valabila pentru o durata de .....zile, respectiv pana la data de ....., si ea va ramane obligatorie pentru noi si poate fi acceptata oricand înainte de expirarea perioadei de valabilitate.

4. Pana la incheierea si semnarea contractului de achizitie publica aceasta oferta, impreuna cu comunicarea transmisa de dumneavoastra, prin care oferta noastră este stabilita castigatoare, vor constitui un contract angajant între noi.

Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, în calitate de \_\_\_\_\_, legal autorizat sa semnez oferta pentru si în numele \_\_\_\_\_

(semnatura)

(denumirea/numele operatorului economic)