



AGENȚIA PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ
A REGIUNII DE DEZVOLTARE SUD-EST

Adresa: Anghel Saligny, nr. 24, BRĂILA

Tel: 0339 401018; Fax: 0339 401017

E-mail : adrse@adrse.ro

www.adrse.ro

Aprobat,

Luminița MIHAILOV

Director General

28-04-2023

Sevil SHHAIDEH

ȘEF STC

CAIET DE SARCINI

privind achiziționarea de servicii de difuzare, prin închirierea de spațiu virtual, pentru derularea unei campanii online, în vederea promovării Programului Operațional Comun Bazinul Mării Negre 2014-2020

Cod CPV - 79341400-0 Servicii de campanie de publicitate

I. Informații generale despre Programul Operațional Comun Bazinul Mării Negre

Programul Operațional Comun Bazinul Mării Negre (POC BMN) 2014-2020 (finanțat din Instrumentul European de Vecinătate - ENI) continuă cooperarea transfrontalieră realizată în cadrul Programul Operațional Comun Bazinul Mării Negre 2007-2013 (finanțat din Instrumentul European de Vecinătate și Parteneriat - ENPI și Instrumentul pentru Asistență de Pre-aderare - IPA).

Aria eligibilă a Programului este formată din:

- **România:** regiunea Sud-Est
- **Bulgaria:** regiunile Severoiztochen, Yugoiztochen
- **Grecia:** regiunile Kentriki Makedonia, Anatoliki Makedonia Thraki
- **Turcia:** regiunile TR10 (Istanbul), TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli), TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova), TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın), TR82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop), TR83 (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya) și TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)
- **Ucraina:** oblasturile Odessa, Mykolaiv, Kherson, Zaporosh'ye și Donetsk Oblasts
- **Republica Moldova, Georgia, Armenia:** întreg teritoriul.

În ceea ce privește populația, aria eligibilă a Programului cuprinde 55,16 milioane locuitori.

Obiectivul general al Programului este îmbunătățirea nivelului de trai al oamenilor din regiunile din Bazinul Mării Negre prin creștere sustenabilă și protecția în comun a mediului, iar obiectivele tematice sunt:

1. Promovarea afacerilor și a antreprenoriatului în Bazinul Mării Negre
2. Promovarea unei politici de mediu coordonate și reducerea prin acțiuni comune a deșeurilor maritime în Bazinul Mării Negre

Prioritățile tematice ale Programului constau în:

1.1 Promovarea în comun a afacerilor și antreprenoriatului în sectoarele turism și cultură

20 de proiecte au fost finanțate pentru promovarea în comun a afacerilor și antreprenoriatului în sectoarele turism și cultură. Fișele proiectelor sunt publicate pe pagina de internet a programului, secțiunea Projects 2014-2020: <https://blacksea-cbc.net/projects/projects-2014-2020>.

1.2 Creșterea oportunităților comerciale transfrontaliere și modernizarea sectorului agricol și a celor conexe

12 de proiecte au fost finanțate pentru creșterea oportunităților comerciale transfrontaliere și modernizarea sectorului agricol și a celor conexe. Fișele proiectelor sunt publicate pe pagina de internet a programului, secțiunea Projects 2014-2020: <https://blacksea-cbc.net/projects/projects-2014-2020>.

2.1 Îmbunătățirea sistemului de monitorizare în comun a mediului

13 de proiecte au fost finanțate pentru îmbunătățirea sistemului de monitorizare în comun a mediului. Fișele proiectelor sunt publicate pe pagina de internet a programului, secțiunea Projects 2014-2020: <https://blacksea-cbc.net/projects/projects-2014-2020>.

2.2 Promovarea în comun a unor acțiuni având ca scop conștientizarea privind deșeurile maritime și riverane

12 de proiecte au fost finanțate pentru promovarea în comun a unor acțiuni având ca scop conștientizarea privind deșeurile maritime și riverane. Fișele proiectelor sunt publicate pe pagina de internet a programului, secțiunea Projects 2014-2020: <https://blacksea-cbc.net/projects/projects-2014-2020>.

II. Scopul achiziției

Operatorul economic selectat în urma prezentei proceduri va asigura toate serviciile necesare derulării unei campanii de promovare în teritoriul eligibil al Programului, în formatul agreat cu Autoritatea Contractantă, inclusiv elaborarea strategiei media a campaniei. Achiziția spațiului media online necesar difuzării materialelor de promovare se va asigura conform strategiei propuse de către ofertant în oferta tehnică.

Având obiectivul de a crește vizibilitatea Programului, în selectarea mixului de platforme ofertanții vor propune o strategie care să ducă la atingerea acestui obiectiv, respectiv creșterea gradului de conștientizare cu privire la existența Programului, obiectivele și rezultatele acestuia.

III. PERIOADA DE DERULARE A CONTRACTULUI

Campania se va derula pe durata a 12 săptămâni consecutive de la acceptarea de către Autoritatea Contractantă a propunerilor de materiale realizate de către Prestator. Prestatorul are la dispoziție 3 luni de la semnarea contractului pentru pregătirea acestor materiale.

CALENDAR ESTIMATIV PENTRU DERULAREA CAMPANIEI: septembrie - noiembrie 2023

IV. BUGET ESTIMAT

166.329,42 lei, fără TVA (curs InforEuro aprilie 2023 | 1 euro = 4,9483 lei)

V. DESCRIERE CONTRACT

Operatorul economic câștigător va asigura toate serviciile necesare derulării unei campanii media online în teritoriul eligibil al POC BMN, inclusiv elaborarea strategiei media a campaniei și va crea următoarele materiale pentru a fi expuse în campania media și le va pune la dispoziția Autorității Contractante:

- ✓ 1 spot video cu durata de 30 secunde care să prezinte proiecte relevante implementate în toate țările Programului. Spot-ul va fi produs în 7 variante, după cum urmează: fiecare va avea același conținut din punct de vedere al imaginii, textului și sunetului și vocea (voice-over) în limba engleză, dar, separat, vor exista subtitrări în cele 7 limbi din regiunea bazinului Mării Negre (română, bulgară, greacă, turcă, ucraineană, georgiană și armeană);
- ✓ 4 bannere animate, câte unul pentru fiecare dintre prioritățile tematice ale Programului. Fiecare dintre cele 4 bannere va fi dezvoltat într-un minim de 5 formate diferite (animație și dimensiuni). Bannerele vor fi însoțite de 4 mesaje diferite de tip "call to action", în limba engleză, conform celor patru priorități ale Programului;
- ✓ 8 articole (câte un articol pentru fiecare țară participantă în Program) care să conțină un sumar al activităților beneficiarilor din țara respectivă. Articolele vor fi produse în limbile naționale ale statelor participante în Program;
- ✓ 1 articol general despre Program, în limba engleză, care să conțină un sumar al celor mai relevante și valoroase rezultate atinse în cadrul proiectelor.

Autoritatea Contractantă va pune la dispoziția operatorului economic lista de proiecte și materiale pentru sprijinirea realizării elementelor din campania media, mai sus enumerate.

Toate materialele vor fi întocmite cu respectarea regulilor de identitate vizuală ale Programului, prezentate în Manualul de Comunicare și Vizibilitate disponibil pe pagina de internet a programului, la <https://blacksea-cbc.net/projects/communication-and-visibility>.

Nr.	Item	Identitate vizuală
1	Spot video	Spotul video se va termina cu câte un cadru fix de cel puțin 3 secunde care va conține elemente de vizibilitate Programului: a. sigla Uniunii Europene cu textul "Programme funded by EUROPEAN UNION", sigla Programului Operațional Comun Bazinul Mării Negre b. sloganul "Common borders. Common solutions." c. disclaimerul "This video was produced with the financial support of the European Union. Its contents are the sole responsibility of Joint Technical Secretariat and do not necessarily reflect the views of the European Union." d. website-ul programului, https://blacksea-cbc.net/
2	Banner animat	Va conține următoarele elemente: a. sigla Uniunii Europene cu textul "Programme funded by EUROPEAN UNION", sigla Programului Operațional Comun Bazinul Mării Negre b. sloganul "Common borders. Common solutions." c. website-ul programului, https://blacksea-cbc.net/
3	Articole	Vor conține următoarele elemente: a. sigla Uniunii Europene cu textul "Programme funded by EUROPEAN UNION", sigla Programului Operațional Comun Bazinul Mării Negre b. sloganul "Common borders. Common solutions." c. website-ul programului, https://blacksea-cbc.net/

Campania de promovare online va avea trei componente, cu respectarea următoarelor cerințe minime și obligatorii, care asigură conformitatea ofertei:

Componente campanie online	Materiale promovate	Frecvența de afișare (capping)	Zona țintă	Indicatori
A.1 Google Display Ads News Focus (cu trimitere către www.blacksea-cbc.net)	1 spot video cu durata de 30 secunde 4 bannere animate cu 4 mesaje diverse, toate responsive	1 afișare spot video/user/campanie 1 afișare banner/user/campanie	Geografic, cu respectarea ariei eligibile a Programului <u>Interese 1:</u> difuzare, mass-media, știri, jurnalism, ziare, știri din lume <u>Interese 2:</u> Audiență generală, excludere conținut sensibil, tragedie și conflict, limbaj violent, sexual, senzațional, , cancan, celebrități, tabloid, scandal, sport, divertisment vârstă (18+)	Pentru spot: minim 1.000 de click-uri și 100.000 de vizualizări* Pentru bannere: minim 5.000 de click-uri și 750.000 de afișări • <i>durata de la care se consideră vizualizare este de la secunda 5.</i>
A.2 Google Display Ads General (cu trimitere către www.blacksea-cbc.net)	4 bannere animate cu 4 mesaje diverse, toate responsive	1 afișare banner/user/campanie	Geografic, cu respectarea ariei eligibile a Programului <u>Interese 1:</u> afaceri, știință și tehnologie, călătorii și turism, tehnologia informației și a comunicațiilor, economic și financiar, social, educație, cultură și artă, transport,	Pentru bannere: minim 5.000 de click-uri și 750.000 de afișări

Componente campanie online	Materiale promovate	Frecvența de afișare (capping)	Zona țintă	Indicatori
	8 articole în limbile naționale ale statelor participante în Program	1 afișare text / user / campanie	energie, mediu, instituții publice <u>Interese 2:</u> Audiență generală, excludere conținut sensibil, tragedie și conflict, limbaj violent, sexual, senzațional, cancan, celebrități, tabloid, scandal, sport, divertisment vârstă (18+)	Pentru articole: minim 10.000 de click-uri și 1.500.000 de afișări
B. Facebook Ads (cu trimitere către pagina de Facebook a Programului https://www.facebook.com/BlackSeaBasin)	1 spot video cu durata de 30 secunde, care va fi însoțit de 4 texte de promovare a Programului	1 afișare spot video / user / campanie	Geografic, cu respectarea ariei eligibile a Programului <u>Interese 1:</u> afaceri, turism, călătorii, educație, agricultură, acvacultură, știință și tehnologie, economic și financiar, social, cultură și artă, transport, energie, instituții publice, ONG-uri vârstă (18+)	minim 1.000 de click-uri și 100.000 de vizualizări* • <i>durata de la care se consideră vizualizare este de la secunda 5.</i>
C. Promovare pe portaluri web care au conținut socio-politic (știri / analize)	1 articol general despre Program în limba engleză	1 afișare articol / user / campanie	Pentru comunicarea instituțională în vederea targetării factorilor de decizie la nivel politic, se vor selecta portaluri web care au conținut	Pentru articol: minim 5.000 de click-uri și 750.000 de afișări

Componente campanie online	Materiale promovate	Frecvența de afișare (capping)	Zona țintă	Indicatori
	4 bannere animate cu 4 mesaje diverse, toate responsive	1 afișare banner/user/campanie	de informare din categoria social-politic Geografic, cu respectarea ariei eligibile a Programului Interese: social, politic, afaceri europene, inclusiv cooperarea UE cu state nemembre UE, Europa globală, situația în UE, regiuni inteligente, politici UE vârstă (18+)	Pentru banner: minim 5.000 de click-uri și 750.000 de afișări

Cerințe minime obligatorii pentru A.1 Google Display Ads News Focus

Oferta trebuie să includă cel puțin un portal web de știri / generalist cu notorietate din fiecare dintre cele 8 state eligibile, respectiv: Republica Moldova, Georgia, Armenia, România, Bulgaria, Grecia, Turcia, Ucraina.

Portalurile web vor fi selectate din top 5 portaluri web la nivelul fiecărei țări, calculat pe baza *numărului de vizitatori unici*, conform Similar Web sau echivalent. Se va lua în calcul top 5 pentru cele mai recente 3 luni integrale anterioare depunerii ofertei, care va fi calculat prin însumarea numărului de vizitatori unici din fiecare lună menționată, pentru fiecare portal web propus. În acest sens, ofertanții vor depune documente justificative care să demonstreze situarea în top 5 (*print screen* sau echivalent, în care lunile pentru care se efectuează calculul să fie vizibile).

Dacă, după stabilirea top 5 portaluri web la nivelul fiecărei țări, calculat pe baza numărului de vizitatori unici, conform Similar Web sau echivalent, nu există niciun portal web care să aibă placement pe Google Ads, se va stabili top 10 portaluri web în fiecare țară, respectând aceleași criterii de calcul al numărului de vizitatori unici. Se va accepta un portal web care ocupă un loc inferior celor aflate în top 5, doar dacă ofertantul face dovada că nu există placement pe Google Ads pentru portalurile din top 5.

În cazul în care ofertanții demonstrează că, pentru anumite state, nu există informații disponibile referitoare la numărul de vizitatori unici, rezultate din utilizarea unor instrumente recunoscute la nivel național sau internațional de măsurare a traficului, sau din alte surse profesionale, ca de exemplu studii sau rapoarte ale unor companii recunoscute de măsurare a traficului, încadrarea în top 5 a portalurilor web ofertate se poate demonstra prin raportarea la sisteme de agregare a datelor/ ranking disponibile la nivelul acestor state, cu justificarea selectării și utilizării lor. Pentru fiecare portal web propus pentru fiecare stat din campania media, operatorul economic va seta reclama către:

- un public vorbitor al limbilor naționale ale statelor participante la Program, pentru spot-ul video;
- un public vorbitor de limba engleză, pentru bannere, care vor face trimitere la website-ul Programului (www.blacksea-cbc.net).

Materialele vor fi afișate o singură dată unui vizitator unic al fiecărui portal web propus, pentru maximizarea impactului în bugetul alocat.

Cerințe obligatorii pentru A.2 Google Display Ads General

Oferta trebuie să includă cel puțin un portal web de știri / generalist cu notorietate din fiecare dintre cele 8 state eligibile, respectiv: Republica Moldova, Georgia, Armenia, România, Bulgaria, Grecia, Turcia, Ucraina.

Portalurile web vor fi selectate din top 5 portaluri web la nivelul fiecărei țări, calculat pe baza *numărului de vizitatori unici*, conform Similar Web sau echivalent. Se va lua în calcul top 5 pentru cele mai recente 3 luni integrale anterioare depunerii ofertei, care va fi calculat prin însumarea numărului de vizitatori unici din fiecare lună menționată, pentru fiecare portal web propus. În acest sens, ofertanții vor depune documente justificative care să demonstreze situarea în top 5 (*print screen* sau echivalent, în care lunile pentru care se efectuează calculul să fie vizibile).

Dacă, după stabilirea top 5 portaluri web la nivelul fiecărei țări, calculat pe baza numărului de vizitatori unici, conform Similar Web sau echivalent, nu există niciun portal web care să aibă placement pe Google Ads, se va stabili top 10 portaluri web în fiecare țară, respectând aceleași criterii de calcul al numărului de vizitatori unici. Se va accepta un portal web care ocupă un loc inferior celor aflate în top 5, doar dacă ofertantul face dovada că nu există placement pe Google Ads pentru portalurile din top 5.

În cazul în care ofertanții demonstrează că, pentru anumite state, nu există informații disponibile referitoare la numărul de vizitatori unici, rezultate din utilizarea unor instrumente recunoscute la nivel național sau internațional de măsurare a traficului, sau din alte surse profesionale, ca de exemplu studii sau rapoarte ale unor companii recunoscute de măsurare a traficului, încadrarea în top 5 a portalurilor web ofertate se poate demonstra prin raportarea la sisteme de agregare a datelor/ ranking disponibile la nivelul acestor state, cu justificarea selectării și utilizării lor.

Pentru fiecare portal web propus pentru fiecare stat din campania media, operatorul economic va seta reclama către:

- un public vorbitor de limba engleză, pentru bannere, care vor face trimitere la website-ul Programului (www.blacksea-cbc.net);
- un public vorbitor al limbilor naționale ale statelor participante la Program, pentru articole.

Materialele vor fi afișate o singură dată unui vizitator unic al fiecărui portal web propus, pentru maximizarea impactului în bugetul alocat.

Cerințe obligatorii pentru B. Facebook Ads

Campania pe Facebook va avea două componente: Ads in Audience Network (in-stream video) și Ads in news feed. Spotul video va fi însoțit de 4 texte diferite de tip "call to action" care vor trimite la pagina de Facebook a Programului.

Pentru această componentă, statele participante în cadrul Programului se vor împărți în trei categorii, în funcție de numărul populației:

1. 5 state cu un număr mic de locuitori în aria eligibilă a Programului (până în 3 milioane): Armenia, Bulgaria, Grecia, Republica Moldova și România.
2. 1 stat cu număr mediu de locuitori (între 3 milioane și 9 milioane): Georgia
3. 2 state cu număr mare de locuitori în aria eligibilă a Programului (peste 9 milioane): Ucraina (și Turcia)

Având în vedere această clasificare, pentru conformitate, ofertanții vor include în oferte câte o pagină Facebook din fiecare stat, care oferă informații la *nivel național* în următoarele domenii: afaceri, turism, călătorii, educație, agricultură, acvacultură, știință și tehnologie, economic și financiar, social, cultură și artă, transport, energie, instituții publice, ONG-uri și fiecare pagină ofertată va avea o comunitate minimă de urmăritori/followers, după cum urmează:

1. pentru statele cu un număr mic de locuitori, fiecare pagină de Facebook propusă pentru fiecare dintre cele 5 state, va avea un număr minim de 10.000 de urmăritori (followers)/ pagină propusă;
2. pentru statul cu un număr mediu de locuitori, fiecare pagină de Facebook propusă va avea un număr minim de 15.000 de urmăritori (followers) /pagină propusă;

3. pentru statele cu un număr mare de locuitori, fiecare pagină de Facebook propusă pentru fiecare dintre cele 2 state, va avea un număr minim de 30.000 de urmăritori (followers) /pagină propusă

Fiecare pagină de Facebook ofertată, cu acoperire națională, va trebui să aibă minimul de urmăritori, iar dovada acestuia se face cu *print screen* al paginii, pe secțiunea *Comunitate*. Ofertantul va furniza date valide cu 15 zile calendaristice înainte de depunerea ofertei și va evidenția acest aspect pe *print screen*-ul furnizat, asumându-și validitatea informației prin semnătură. Se vor oferta pagini Facebook deja existente din fiecare țară, care în momentul ofertării au deja numărul minim de urmăritori solicitat prin caietul de sarcini.

Dacă ofertantul va propune mai multe pagini, autoritatea contractantă va lua în considerație, în analiza ofertei/ acordarea punctajului, doar pagina cu cel mai mare număr de urmăritori, pagină pe care ofertantul va avea obligația să realizeze promovarea, în cazul în care oferta sa va fi declarată câștigătoare.

Spotul video va fi afișat o singură dată unui utilizator unic, pentru maximizarea impactului în bugetul alocat.

Cerințe obligatorii pentru C. Promovare pe portaluri web care au conținut socio-politic (știri / analize)

Se vor selecta portaluri web cu tematică socio-politică la nivel european: social, politic, afaceri europene, inclusiv cooperarea UE cu state nemembre UE, Europa globală, situația în UE, regiuni inteligente, politici UE.

Având în vedere că se doresc portaluri cu adresabilitate la nivel european, al căror conținut este disponibil în limba engleză, nu se vor accepta portaluri naționale. Pentru conformitatea ofertei, se vor propune minim 3 portaluri web având un trafic mediu de minim 50.000 vizitatori unici în cele mai recente 3 luni integrale anterioare depunerii ofertei (se va calcula numărul de vizitatori unici prin însumarea numărului din fiecare lună menționată, iar pentru obținerea traficului mediu se va împărți rezultatul la trei). În acest sens, ofertanții vor depune documente justificative care să demonstreze veridicitatea cifrelor (*print screen* sau echivalent din platforme de măsurare, cu acoperire la nivel european și național, în care lunile pentru care se efectuează calculul să fie vizibile).

Banner-ul și articolul vor fi afișate o singură dată unui vizitator unic al fiecărui portal web propus, pentru maximizarea impactului în bugetul alocat.

Pentru creșterea vizibilității campaniei, bannerele vor fi însoțite de 4 mesaje diferite de tip "call to action".

VI. IMPLEMENTARE, MONITORIZARE ȘI RAPORTARE

Prestatorul va desemna un coordonator de proiect care va asigura comunicarea cu Autoritatea Contractantă.

Prestatorul are la dispoziție 3 luni de la semnarea contractului pentru pregătirea materialelor (spot video, bannere și articole) conform strategiei campaniei. După aprobarea acestora de către Autoritatea Contractantă, campania se va derula pe parcursul a 12 săptămâni consecutive.

Raportul/rapoartele de monitorizare privind obținerea indicatorilor va fi exportat din instrumentele folosite pentru promovare.

După fiecare lună de campanie, operatorul economic câștigător va elabora un raport de monitorizare cu stadiul derulării campaniei. Acesta va fi trimis spre aprobare Autorității Contractante în primele 10 zile lucrătoare ale lunii următoare și va conține:

- monitorizarea materialelor promovate,
- raport de monitorizare privind numărul de persoane care au interacționat cu cele trei componente ale campaniei (engagement - click-uri, afișări, vizualizări),
- erori apărute din diferite cauze și descrierea modului în care s-a făcut remedierea acestora,
- bugetul consumat, conform derulării campaniei,
- observații, recomandări.

Aprobarea raportului de monitorizare va coincide cu recepția serviciilor prestate, ceea ce dă dreptul operatorului economic să emită factura fiscală aferentă serviciilor prestate, conform prețurilor oferite.

La sfârșitul campaniei, prestatorul va elabora un raport final, care va conține aceleași elemente obligatorii ca și rapoartele lunare, va sintetiza informațiile pe toată durata campaniei și va furniza numărul/ procentul persoanelor care au fost atinse de campania online.

Aprobarea raportului final va fi notificată prestatorului, iar acesta, ulterior, va putea emite ultima factură fiscală pentru solicitarea plății serviciilor. Totodată, aprobarea raportului final va coincide cu recepția serviciilor prestate conform cerințelor din caietul de sarcini.

VII. DURATA CONTRACTULUI

Durata contractului este de 10 luni

VIII. 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 Autorității Contractante, care le poate utiliza, publica sau transfera după cum consideră necesar, fără nici un fel de limitare geografică sau de altă natură.

IX. OFERTA TEHNICĂ

Participanții la procedura de achiziție au obligația să includă în oferta tehnică următoarele elemente:

- **strategia media** a campaniei detaliată pentru cele trei componente (A.1 Google Display Ads News Focus, A.2 Google Display Ads General, B. Facebook Ads și C. Promovare pe portaluri web care au conținut socio-politic (știri / analize)): mix-ul de media propus, cu includerea numelor portalurilor web; numărul de utilizatori de Facebook țintiți pentru campanie.
- pentru certificarea traficului înregistrat pentru fiecare portal web propus, se vor prezenta documente justificative (*print screen* sau echivalent, în care luna pentru care se efectuează calculul să fie vizibilă).
- toate paginile ofertei depuse vor fi numerotate.

Dacă în urma verificărilor din etapa de evaluare a ofertelor se constată că datele furnizate sunt incorecte sau nu sunt conforme cu realitatea, Ofertantul respectiv va fi descalificat.

X. OFERTA FINANCIARĂ

Oferta financiară va conține următoarele informații și va fi detaliată după cum urmează:

Componentele campaniei online	Material expus	Unitate a de măsură*	Indicatori de performanță (KPIs)	Preț unitar pe unitate de măsură (RON - fără TVA)	Valori indicatori conform caietului de sarcini	Preț/compo nentă (RON fără TVA)**
A.1 Google Display Ads News Focus	Spot video (30")	CPC	Click-uri		1.000	
		CPV	Vizualizări (views)		100.000	
	Banner	CPC	Click-uri		5.000	
		CPV	Afișări (impressions)		750.000	
A.2 Google Display Ads General	Banner	CPC	Click-uri		5.000	
		CPV	Afișări (impressions)		750.000	
	Articol	CPC	Click-uri		10.000	
		CPV	Afișări (impressions)		1.500.000	
B. Facebook Ads	Spot video (30")	CPC	Click-uri		1.000	
		CPV	Vizualizări (views)		100.000	
C. Promovare pe portaluri web care au conținut socio-politic (știri / analize)	Banner	CPC	Click-uri		5.000	
		CPV	Afișări (impressions)		750.000	
	Articol	CPC	Click-uri		5.000	
		CPV	Afișări (impressions)		750.000	
Valoarea totală a ofertei fără TVA (RON)						
Valoare TVA (RON)						
Valoarea totală a ofertei cu TVA (RON)						

*CPC - cost-per-click; CPV - cost-per-view

** Se obține din adunarea prețurilor unităților de măsură pentru fiecare componentă înmulțite cu valorile indicatorilor conform caietului de sarcini (ex. pentru componenta A1., preț unitar pe componentă se obține din: preț unitar CPC spot video X valoare indicator + preț unitar CPV spot video X valoare indicator + preț unitar CPC banner X valoare indicator + preț unitar CPV banner X valoare indicator).

NOTA: Contractul de prestări servicii se va încheia pe valoarea estimată de către autoritatea contractanta, urmând ca serviciile efectiv prestate de către operator să fie plătite conform prețurilor unitare incluse în oferta financiară.

XI. CRITERIUL DE ATRIBUIRE: CEL MAI BUN RAPORT CALITATE /PREȚ

Oferta care va obține cel mai mare punctaj total va fi declarată câștigătoare.

În cazul în care două oferte se vor clasa pe locul întâi cu același punctaj obținut la oferta tehnică, autoritatea contractantă va încheia contract cu ofertantul a cărui ofertă are cel mai mic preț.

GRILA DE EVALUARE A OFERTELOR:

	Factori de evaluare	Punctaj
A.	PUNCTAJ FINANCIAR	40 de puncte
A.1	Preț unitar pentru Componenta A.1 Google Display Ads News Focus	10 puncte
A.1.1	Preț unitar pe CPC pentru spot video (30'')	4 puncte
A.1.2	Preț unitar pe CPV pentru spot video (30'')	2 puncte
A.1.3	Preț unitar pe CPC pentru banner	2 puncte
A.1.4	Preț unitar pe CPV pentru banner	2 puncte
A.2	Preț unitar pentru Componenta A.2 Google Display Ads General	10 puncte
A.2.1	Preț unitar pe CPC pentru banner	2 puncte
A.2.2	Preț unitar pe CPV pentru banner	2 puncte
A.2.3	Preț unitar pe CPC pentru articol	4 puncte
A.2.4	Preț unitar pe CPV pentru articol	2 puncte
A.3	Preț unitar pentru Componenta B. Facebook Ads	10 puncte
A.3.1	Preț unitar pe CPC pentru spot video (30'')	5 puncte
A.3.2	Preț unitar pe CPV pentru spot video (30'')	5 puncte
A.4	Preț unitar pentru componenta C. Promovare pe portaluri web care au conținut socio-politic (știri / analize)	10 puncte
A.4.1	Preț unitar pe CPC pentru banner	3 puncte
A.4.2	Preț unitar pe CPV pentru banner	2 puncte
A.4.3	Preț unitar pe CPC pentru articol	3 puncte
A.4.4	Preț unitar pe CPV pentru articol	2 puncte
B.	PUNCTAJ TEHNIC, din care:	60 de puncte:

	Factori de evaluare	Punctaj
B.1	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web, propus conform cerințelor, pentru Componenta A.1 Google Display Ads News Focus	16 puncte
B.1.1	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Ucraina	2 puncte
B.1.2	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Turcia	2 puncte
B.1.3	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Georgia	2 puncte
B.1.4	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Armenia	2 puncte
B.1.5	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Bulgaria	2 puncte
B.1.6	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Grecia	2 puncte
B.1.7	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Republica Moldova	2 puncte
B.1.8	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din România	2 puncte
B.2	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web, propus conform cerințelor, pentru Componenta A.2 Google Display Ads General	16 puncte
B.2.1	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Ucraina	2 puncte
B.2.2	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Turcia	2 puncte
B.2.3	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Georgia	2 puncte
B.2.4	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Armenia	2 puncte
B.2.5	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Bulgaria	2 puncte
B.2.6	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Grecia	2 puncte
B.2.7	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Republica Moldova	2 puncte
B.2.8	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din România	2 puncte
B3	Numărul de urmăritori din comunitatea paginii de Facebook ale unor publicații care oferă informații la nivel național în domeniile: afaceri, turism, călătorii, educație, agricultură, acvacultură, știință și tehnologie, economic și financiar, social, cultură și artă, transport, energie, instituții publice, ONG-uri, pentru Componenta B. Facebook Ads	18 puncte

	Factori de evaluare	Punctaj
<u>B.3.1</u>	<u>Numărul de urmăritori pentru statele participante în cadrul Programului cu un număr mic de locuitori</u>	<u>4 puncte</u>
<u>B.3.2</u>	<u>Numărul de urmăritori pentru statele participante în cadrul Programului cu un număr mediu de locuitori</u>	<u>6 puncte</u>
<u>B.3.3</u>	<u>Numărul de urmăritori pentru statele participante în cadrul Programului cu număr mare de locuitori</u>	<u>8 puncte</u>
B.4	Portaluri web europene care au conținut de informare din categoria social-politic și vizitatori unici	10 puncte
<u>B.4.1</u>	<u>Numărul de portaluri web europene care au conținut de informare din categoria social-politic incluse în ofertă</u>	<u>4 puncte</u>
<u>B.4.2</u>	<u>Numărul de vizitatori unici ai portalurilor oferite*</u>	<u>6 puncte</u>
TOTAL A+B		100 de puncte

*Numărul de vizitatori unici se calculează însumând numărul de vizitatori unici de la fiecare portal oferit.

ALGORITMUL DE CALCUL PENTRU PUNCTAREA OFERTELOR

A) Punctajul pentru factorul de evaluare "OFERTA FINANCIARĂ" se acordă astfel:

Descrierea modului în care se acordă punctajul:

	Factori de evaluare	Punctaj
A.	PUNCTAJ FINANCIAR	40 de puncte
A.1	Preț unitar pentru Componenta A.1 Google Display Ads News Focus	10 puncte
A.1.1	Preț unitar pe CPC pentru spot video (30")	$P_{A.1.1} = P_{\min} / P_n \times 4$
A.1.2	Preț unitar pe CPV pentru spot video (30")	$P_{A.1.2} = P_{\min} / P_n \times 2$
A.1.3	Preț unitar pe CPC pentru banner	$P_{A.1.3} = P_{\min} / P_n \times 2$
A.1.4	Preț unitar pe CPV pentru banner	$P_{A.1.4} = P_{\min} / P_n \times 2$
A.2	Preț unitar pentru Componenta A.2 Google Display Ads General	10 puncte
A.2.1	Preț unitar pe CPC pentru banner	$P_{A.2.1} = P_{\min} / P_n \times 2$
A.2.2	Preț unitar pe CPV pentru banner	$P_{A.2.2} = P_{\min} / P_n \times 2$
A.2.3	Preț unitar pe CPC pentru articol	$P_{A.2.3} = P_{\min} / P_n \times 4$
A.2.4	Preț unitar pe CPV pentru articol	$P_{A.2.4} = P_{\min} / P_n \times 2$

	Factori de evaluare	Punctaj
A.3	Preț unitar pentru Componenta B. Facebook Ads	10 puncte
A.3.1	Preț unitar pe CPC pentru spot video (30'')	$P_{A.3.1} = P_{min} / P_n \times 5$
A.3.2	Preț unitar pe CPV pentru spot video (30'')	$P_{A.3.2} = P_{min} / P_n \times 5$
A.4	Preț unitar pentru componenta C. Promovare pe portaluri web care au conținut socio-politic (știri / analize)	10 puncte
A.4.1	Preț unitar pe CPC pentru banner	$P_{A.4.1} = P_{min} / P_n \times 3$
A.4.2	Preț unitar pe CPV pentru banner	$P_{A.4.2} = P_{min} / P_n \times 2$
A.4.3	Preț unitar pe CPC pentru articol	$P_{A.4.3} = P_{min} / P_n \times 3$
A.4.4	Preț unitar pe CPV pentru articol	$P_{A.4.4} = P_{min} / P_n \times 2$

Legendă:

$P_{A.1.1}$ = punctajul obținut pentru factorul A.1.1

P_{min} = preț minim oferat

P_n = prețul ofertei curente

Prețurile care se compară în vederea acordării punctajului sunt prețurile totale oferite per componentă pentru prestarea serviciilor solicitate prin caietul de sarcini, exclusiv TVA. Prețurile cuprinse în ofertă sunt finale, nu pot fi majorate și cuprind toate taxele și costurile necesare derulării contractului.

B) Punctajul pentru factorul de evaluare „OFERTA TEHNICĂ” se acordă astfel:

B.1 Cel mai bine poziționat în top 5 portal web¹, propus conform cerințelor, pentru Componenta A.1 Google Display Ads News Focus (maxim 16 puncte)

Descrierea modului în care se acordă punctajul:

Nr. sub-factor	Sub-factor de evaluare	Punctajul maxim pentru fiecare sub-factor	Modul de calcul al punctajului obținut
B.1.1	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Ucraina	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte.

¹ Dacă nu există placement pe Google Ads pentru portalurile din top 5, se va accepta un portal web care ocupă un loc în top 10 portaluri web în fiecare țară. În acest caz, punctajul acordat pentru portalul web aflat pe oricare dintre locurile 6-10 va fi de 0.5 puncte.

Nr. sub-factor	Sub-factor de evaluare	Punctajul maxim pentru fiecare sub-factor	Modul de calcul al punctajului obținut
			<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.1.2	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Turcia	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.1.3	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Georgia	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.1.4	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Armenia	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 4 sau 5 în top 5, se acordă, se acordă 0,5 puncte.
B.1.5	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Bulgaria	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.1.6	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Grecia	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.1.7	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct.

Nr. sub-factor	Sub-factor de evaluare	Punctajul maxim pentru fiecare sub-factor	Modul de calcul al punctajului obținut
	Republica Moldova		<ul style="list-style-type: none"> Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.1.8	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Romania	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.

B.2 Cel mai bine poziționat în top 5 portal web², propus conform cerințelor, pentru Componenta A.2 Google Display Ads General (maxim 16 puncte)

Nr. sub-factor	Sub-factor de evaluare	Punctajul maxim pentru fiecare sub-factor	Modul de calcul al punctajului obținut
B.2.1	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Ucraina	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.2.2	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Turcia	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.2.3	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Georgia	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.

² Dacă nu există placement pe Google Ads pentru portalurile din top 5, se va accepta un portal web care ocupă un loc în top 10 portaluri web în fiecare țară. În acest caz, punctajul acordat pentru portalul web aflat pe oricare dintre locurile 6-10 va fi de 0.5 puncte.

Nr. sub-factor	Sub-factor de evaluare	Punctajul maxim pentru fiecare sub-factor	Modul de calcul al punctajului obținut
B.2.4	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Armenia	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 4 sau 5 în top 5, se acordă, se acordă 0,5 puncte.
B.2.5	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Bulgaria	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.2.6	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Grecia	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.2.7	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Republica Moldova	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.
B.2.8	Cel mai bine poziționat în top 5 portal web din Romania	2 puncte	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru portalul web aflat pe locul 1 în top 5, se acordă 2 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 2 în top 5, se acordă 1,5 puncte. • Pentru portalul web aflat pe locul 3 sau 4 în top 5, se acordă 1 punct. • Pentru portalul web aflat pe locul 5 în top 5, se acordă, se acordă 0.5 puncte.

B.3 Numărul de urmăritori din comunitatea paginii de Facebook ale unor publicații care oferă informații la nivel național în domeniile: afaceri, turism, călătorii, educație, agricultură, acvacultură, știință și tehnologie, economic și financiar, social, cultură și artă, transport, energie, instituții publice, ONG-uri, pentru Componenta B. Facebook Ads (maxim 18 puncte)

B.3.1 Numărul de urmăritori pentru statele participante în cadrul Programului cu un număr mic de locuitori (maxim 4 puncte)

Descrierea modului în care se acordă punctajul:

	Sub-factor de evaluare	Punctaj acordat
1	Pentru pagini Facebook care au între 50.000 și 75.000 de urmăritori	1 punct
2	Pentru pagini Facebook care au între 75.001 și 100.000 de urmăritori	2 puncte
3	Pentru pagini Facebook care au peste 100.001 urmăritori	4 puncte

Pentru a calcula punctajul pentru factorul de evaluare B.3.1 se adună comunitățile/următorii tuturor paginilor de Facebook oferite.

Exemplu:

Dacă alegem pagini de Facebook cu următoarele caracteristici:

- pagina Facebook din Armenia relevantă pentru domeniile menționate are o comunitate de 10.000 de urmăritori
- pagina Facebook din Bulgaria relevantă pentru domeniile menționate are o comunitate de 10.000 de urmăritori
- pagina Facebook din Grecia relevantă pentru domeniile menționate are o comunitate de 10.000 de urmăritori
- pagina Facebook din Republica Moldova relevantă pentru domeniile menționate are o comunitate de 10.000 de urmăritori
- pagina Facebook din România relevantă pentru domeniile menționate are o comunitate de 10.000 de urmăritori

Prin însumarea tuturor următorilor, se obține un număr total de 50.000 de urmăritori, iar punctajul se va acorda pe baza algoritmului prezentat în tabelul de mai sus. Dacă fiecare pagină Facebook oferită pentru fiecare stat are o comunitate mai mare de 10.000 de urmăritori, aceasta va contribui la suma tuturor următorilor, ceea ce va duce la obținerea unui punctaj mai mare pentru fiecare sub-factor în parte.

B.3.2 Numărul de urmăritori pentru statul participant în cadrul Programului cu un număr mediu de locuitori (maxim 6 puncte)

	Sub-factor de evaluare	Punctaj acordat
1	Pentru pagini Facebook care au între 15.000 și 30.000 de urmăritori	2 puncte
2	Pentru pagini Facebook care au între 30.001 și 45.000 de urmăritori	4 puncte
3	Pentru pagini Facebook care au peste 45.001 de urmăritori	6 puncte

B.3.3 Numărul de urmăritori pentru statele participante în cadrul Programului cu un număr mare de locuitori (maxim 8 puncte)

	Sub-factor de evaluare	Punctaj acordat
1	Pentru pagini Facebook care au între 60.000 și 80.000 de urmăritori	1 punct

2	Pentru pagini Facebook care au între 80.001 și 120.000 de urmăritori	2 puncte
3	Pentru pagini Facebook care au între 120.001 și 180.000 de urmăritori	4 puncte
4	Pentru pagini Facebook care au între 180.001 și 260.000 de urmăritori	6 puncte
5	Pentru pagini Facebook care au peste 260.000 de urmăritori	8 puncte

Pentru a calcula punctajul pentru factorul de evaluare B.3.3 se adună comunitățile tuturor paginilor de Facebook oferite.

Exemplu:

Dacă alegem pagini de Facebook cu următoarele caracteristici:

- pagina Facebook din Ucraina relevantă pentru domeniile menționate are o comunitate de 30.000 de urmăritori
- pagina Facebook din Turcia relevantă pentru domeniile menționate are o comunitate de 30.000 de urmăritori

Prin însumarea tuturor urmăritorilor, se obține un număr total de 60.000 de urmăritori, iar punctajul se va acorda pe baza algoritmului prezentat în tabelul de mai sus. Dacă fiecare pagină Facebook oferită pentru fiecare stat are o comunitate mai mare de 30.000 de urmăritori, aceasta va contribui la suma tuturor urmăritorilor, ceea ce va duce la obținerea unui punctaj mai mare pentru fiecare sub-factor în parte.

B.4 Portaluri web europene care au conținut de informare din categoria social-politic și vizitatori unici (maxim 10 puncte)

B.4.1 Numărul de portaluri web europene care au conținut de informare din categoria social-politic incluse în ofertă (maxim 4 puncte)

Descrierea modului în care se acordă punctajul:

Nr. sub-factor	Sub-factor de evaluare	Punctajul maxim pentru fiecare sub-factor
B.4.1.1	Pentru 3 portaluri web europene care au conținut de informare din categoria social-politic incluse în ofertă	1 punct
B.4.1.2	Pentru 4 portaluri web europene care au conținut de informare din categoria social-politic incluse în ofertă	2 puncte
B.4.1.3	Pentru 5 portaluri web europene care au conținut de informare din categoria social-politic incluse în ofertă	3 puncte
B.4.1.4	Pentru 6 sau mai multe portaluri web europene care au conținut de informare din categoria social-politic incluse în ofertă	4 puncte

B.4.2 Numărul de vizitatori unici ai portalurilor ofertate (maxim 6 puncte)

Descrierea modului în care se acordă punctajul:

Nr. sub-factor	Sub-factor de evaluare	Punctajul maxim pentru fiecare sub-factor
B.4.2.1	Un număr total* între 50.000 și 500.000 de vizitatori unici	2 puncte
B.4.2.2	Un număr total* între 500.001 și 1.500.000 de vizitatori unici	4 puncte
B.4.2.2	Un număr total* mai mare de 1.500.001 de vizitatori unici	6 puncte

**Numărul de vizitatori unici se calculează însumând numărul de vizitatori unici de la fiecare portal oferit.*

Întocmit:

Ofițer de comunicare,

Jesica PĂPUȘĂ

