**!!! Prezentul caiet de sarcini a fost elaborat în limba română și în limba engleză și va fi publicat în ambele variante.**

**!!! Current terms of reference were elaborated both in Romanian and English and both versions will be published.**

**Caiet de sarcini privind**

**achiziția de servicii de consultanță în publicitate pentru definitivarea strategiei de comunicare SUERD și a activităților conexe**

1. **INFORMAȚII GENERALE DESPRE SUERD:**

Strategia UE pentru regiunea Dunării (EUSDR) este o strategie macroregională adoptată de Comisia Europeană în decembrie 2010 și aprobată de Consiliul European în 2011. Strategia a fost elaborată în comun de către Comisie împreună cu țările din regiunea Dunării și cu părțile interesate, pentru a aborda împreună provocările comune.

Strategia oferă un cadru durabil pentru integrarea politicilor și dezvoltarea coerentă a regiunii Dunării. Ea stabilește acțiuni prioritare pentru a deveni o regiune a UE pentru secolul XXI. Trebuie să fie însoțită de informații și publicitate suficiente pentru a se asigura că obiectivele sale sunt cunoscute.

Cele 14 state participante în Strategia Dunării sunt: Germania (landurile Bavaria și Baden-Württemberg), Cehia, Austria, Slovacia, Slovenia, Croatia, Bosnia Hertegovina, Serbia, Muntenegru, Ungaria, Ucraina (regiunile Odessa, Odessa, Ivano-Frankivsk, Chernivtsy si Zakarpatya), R. Moldova, Romania și Bulgaria.

Strategia Regiunii Dunării abordează o gamă largă de probleme; acestea sunt împărțite între 4 piloni și 12 arii prioritare (AP), respectiv domenii distincte de acțiune:

1. Conectarea regiunii Dunării

(Ap 1a) Mobilitatea pe căi navigabile interioare

(AP 1b) Mobilitatea rutieră, feroviară și aeriană

(AP 2) Încurajarea energiei durabile

(AP 3) Promovarea culturii și a turismului

2. Protecția mediului în regiunea Dunării

(AP 4) Refacerea și menținerea calității apelor

(AP 5) Gestionarea riscurilor de mediu

(AP6) Conservarea biodiversității, peisajelor și calitatea aerului și a solurilor

3. Construirea prosperității în regiunea Dunării

(AP 7) Dezvoltarea societății cunoașterii prin cercetare, educație și IT

(AP 8) Sprijinirea competitivității întreprinderilor, inclusiv a dezvoltării clusterelor

(AP 9) Investiții în oameni și abilitățile lor

4. Consolidarea regiunii Dunării

(AP 10) Creșterea capacității instituționale și a cooperării

(AP 11) Promovarea securității și combaterea criminalității organizate în regiune

**Contextul actual:**

În prezent, țintele și obiectivele strategice ale EUSDR sunt în proces de aliniere cu viitoarea politică europeană de coeziune. Autoritățile naționale responsabile de coeziunea teritorială, economică și socială ar trebui să înțeleagă mai bine că abordarea macroregională și obiectivele strategice ale SUERD-ului sprijină obiective comune.

Sprijinul politic pentru acest proces este esențial, iar activitățile de comunicare necesită o cooperare mai puternică de la diferite niveluri politice (europene, naționale, regionale și locale) pentru a spori vizibilitatea și pentru a permite implicarea politică a Strategiei Dunării.

Elemente care pot susține comunicarea SUERD:

* angajamentul și implicarea mai puternică a SUERD la nivel politic și în rândul factorilor de decizie de la nivel național, regional și local,
* intensificarea schimbului de informații și de experiență între actorii care pun în aplicare EUSDR, inclusiv societatea civilă, ca actori și diseminatori de importanță crucială,
* crearea sensului unei regiuni comune,
* promovarea eficienței prin utilizarea resurselor și a cunoștințelor comune și, prin urmare, aducerea unei valori adăugate,
* evidențiați faptul că "marile provocări" comune au nevoie și pot oferi soluții comune

Începând cu septembrie 2018, Danube Strategy Point (DSP) funcționează cu birouri la București și Viena, prin activitățile sale, asigurând secretariatul Strategiei UE pentru Regiunea Dunării (SUERD) până la sfârșitul anului 2021. Proiectul este implementat în parteneriat de Primăria Viena (Austria) și Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice (România), fiecare dintre cele două instituții partenere, găzduind câte un birou.

Rolul secretariatului va fi de a sprijini părțile interesate ori de câte ori este necesar, în cooperare cu instrumentele de finanțare, în comunicarea cu publicul și în construirea de capacități pentru nevoile specifice ale unuia sau altui PAC și / sau pentru consolidarea capacităților pentru EUSDR în țările terțe.

Vizibilitatea SUERD este una scăzută, de aceea una dintre atribuțiile importante ale DSP este creşterea vizibilităţii SUERD. Sprijinul politic al Strategiei a fost în declin în ultimii ani. Din multe motive, SUERD a fost nu a mai fost considerată o prioritate politică în unele state membre și acest lucru a fost remarcat și de Comisia Europeană,

Scăderea vizibilității ar trebui privită ca o șansă de a sprijini tendința din ultimii ani și de a avansa. Acest fapt ar trebui luat literalmente ca o șansă pentru o schimbare, în special în legătură cu revizuirea planului de acțiune al SUERD prevăzut pentru octombrie 2019.

DSP va spori vizibilitatea EUSDR prin implementarea măsurilor de comunicare pentru întreaga regiune a Dunării. DSP va servi, de asemenea, ca un sprijin strategic pentru toate părțile interesate de EUSDR care vor găsi un punct de contact profesional și comunicare pentru a promova strategia în mod eficient.

În trecut nu a existat o coordonare comună a comunicării externe, DSP dorește să intervină și să furnizeze concepte și soluții ca parte a unei strategii de comunicare pentru SUERD.

SUERD este o strategie, nu un instrument de finanțare, și trebuie să ofere o imagine a viitorului regiunii Dunării în ceea ce privește coeziunea sa socială, ecologică și economică. Astfel, trebuie să se comunice o narațiune a strategiei și a poveștilor de succes.

Comunicarea externă nu este coordonată în prezent. Există o pagină web comună, un design comun pentru paginile ariilor prioritare, însă managementul conținutului - nu numai pentru paginile web, ci și pentru comunicare în general - lipsește. Prin urmare, o nouă strategie de comunicare va trebui să definească responsabilitățile, instrumentele (broșuri, buletine de știri, pagini web, conturi sociale media etc.) și grupurile țintă pentru fiecare dintre aceste instrumente.

Strategia de comunicare pusă în aplicare va sprijini utilizarea ulterioară a acesteia, inclusiv ghidul de comunicare pentru organismele de conducere ale UE-UE, prezența în mass-media virtuală sau alte instrumente de comunicare. În acest fel, strategia de comunicare stabilită poate fi utilizată de toate grupurile țintă, cum ar fi organismele de guvernanță ale SUERD, publicul și, de asemenea, proiectele privind domenii prioritare aferente.

Prin implementarea Strategiei de Comunicare a SUERD se urmăresc două obiective:

* creșterea vizibilității SUERD (comunicare externă);
* creșterea coerenței activității prin diseminarea informațiilor utile către publicul intern (comunicare internă).

Comunicarea internă trebuie îmbunătățită prin intermediul canalelor de comunicare internă (buletin informativ, întâlniri, seminarii pentru capacitatea internă, în special pentru actorii din statele non-membre ale UE etc.).

În ceea ce priveşte publicul intern, vor avea loc schimburi de informații cu și între următoarele instituții SUERD: Comisia Europeană - DG Regio, TRIO (reprezentanți din cele trei țări care au deținut, dețin și vor deține Președinția SUERD anual), Grupul la Nivel Înalt (reprezentanții oficiali ai ministerelor de linie din statele regiunii), Coordonatorii Naţionali din statele partenere în SUERD, Coordonatorii de Arii Prioritare, Comitete Directoare, DSP, Programul Transnațional Dunărea.

Comunicarea externă include promovarea SUERD către alți actori naționali, regionali și locali folosind instrumente dedicate, cum ar fi pagini web, publicații, broșuri, buletine de știri, conturi de social media, evenimente dedicate etc.

Crearea unor legături mai strânse între SUERD și părțile interesate relevante (regional, național și internațional), prin creșterea vizibilității SUERD (unul dintre rolurile DSP este promovarea SUERD) și a realizărilor sale pentru a consolida legăturile cu regiunile regionale, actori naționali și internaționali, ceea ce necesită o adaptare a mesajului la fiecare categorie de public țintă.

Având în vedere contextul actual al SUERD, precum și atribuțiile DSP, operatorul economic selectat în urma prezentei proceduri va asigura toate serviciile necesare pentru:

* finalizarea Strategiei de Comunicare SUERD, împreună cu elaborarea unui narativ al SUERD, care va fi inclus în Strategia de Comunicare. Acestea au scopul de a oferi îndrumări și sprijin tuturor părților interesate din cadrul SUERD și de a asigura un mod coordonat de comunicare internă și externă,
* elaborarea unui ghid de comunicare,
* organizarea unui workshop în domeniul comunicării.

1. **CERINȚE MINIME ȘI OBLIGATORII**
2. **STRATEGIA DE COMUNICARE ȘI NARATIVUL SUERD**

SUERD nu este un instrument de finanțare, dar poate face o sprijini crearea unei imagini a viitorului regiunii Dunării în ceea ce privește coeziunea sa socială, ecologică și economică. Astfel, crearea unui narativ a SUERD și evidențierea unor povești de succes poate și ar trebui să aibă un impuls pozitiv asupra politicii naționale și locale.

Unul dintre obiectivele Danube Strategy Point (DSP) este de a dezvolta un narativ pentru regiunea Dunării și de a readuce Strategia europeană pentru regiunea Dunării la masa politică. Pentru a atinge acest obiectiv, este important să se dezvolte o înțelegere comună a rolului Strategiei.

Pe de o parte, crearea unui mesaj comun ar trebui să fie primul pas crucial pentru a ajunge la toți actorii politici - la nivel european, național, regional și local. Pe de altă parte, narațiunea trebuie să fie capabilă să ajungă la oamenii din regiune prin imagini pozitive pe care un număr mare de grupuri țintă le poate avea în legătură într-un mod pozitiv și cu care se pot identifica.

Cooperarea între frontierele interne și externe ale UE - unul dintre principalele subiecte ale SUERD - este crucială. Crearea prosperității, stimularea creșterii economice și consolidarea cooperării reprezintă cheia stabilizării și extinderii relațiilor interne și externe.

Narativul ca parte a strategiei trebuie să țină seama de situația economică, socială, culturală și teritorială extrem de diversă a acestei părți a Europei, cu peste 114 milioane de locuitori. O cooperare mai strânsă în această macroregiune este esențială nu numai pentru țările din regiune, ci și pentru restul Europei. Poziția geopolitică a regiunii Dunării a fost întotdeauna sensibilă și, prin urmare, este și mai important să se dezvolte o abordare de înțelegere. Cu toate acestea, în ciuda diferențelor, regiunea oferă un număr mare de similitudini și teme comune. Este exact aici cazul în care o poveste comună poate și ar trebui să intervină - pentru a găsi reciprocitate din diversitate.

Prin urmare, este foarte important să se transmită mesajul comun că țările din macroregiunea dunăreană depind una de cealaltă. Prosperitatea și buna educație permit, de asemenea, incluziunea socială, îmbunătățirea veniturilor forței de muncă și oferă un temei pentru crearea de soluții pentru provocările legate de mediu, energie și alte probleme. Îmbunătățirea stabilității administrațiilor regionale și locale este la fel de importantă ca și îmbunătățirea continuă a infrastructurii, încurajarea mobilității multimodale, precum și abordarea diverselor chestiuni de securitate.

Prin urmare, țările dunărene ar trebui încurajate să dezvolte o înțelegere comună a ”spațiului dunărean ca o regiune cu un viitor comun”.

Elaborarea narativului pentru SUERD se va face ținând cont de următoarele:

1. se va realiza pe baza experienței anterioare a SUERD. Informațiile pot fi găsite pe site-ul principal al Strategiei https://www.danube-region.eu și pe site-urile web a 12 domenii prioritare, pentru a accesa prin: https://www.danube-region.eu/about/priorities

2. va fi în concordanță cu informațiile despre SUERD menționate mai sus

Narativul va fi folosit de implementatorii principali ai strategiei (NC, PAC, membrii grupului de conducere) și Comisia Europeană, în special DG Regio (dar și DG EMPL, DG MOVE, DG HOME etc.) pentru a promova SUERD în cadrul guvernelor naționale, regionale și locale, precum și către publicul larg, prin măsuri de comunicare și canalele aferente.

Strategia de comunicare urmărește să ofere îndrumare și sprijin tuturor părților interesate ale SUERD, să le implice și să le includă în procesele de abordare a diferitelor grupuri țintă. Strategia de comunicare trebuie să asigure un mod coordonat de comunicare internă și externă cu scopul principal de a spori vizibilitatea EUSDR. Acest lucru se va face prin:

* implicarea eficientă a părților interesate
* exemplificarea poveștilor de succes și a proiectelor cheie
* furnizarea unei narațiuni comune și pozitive la care se pot referi cât mai mulți actori posibil
* încurajarea necesității de asumare a responsabilității politice

Contextul în care este implementată Strategia de comunicare ia în considerare și continuă să îmbunătățească următoarele:

* cultura cooperării,
* conectarea instituțiilor existente la schimbul de know-how și experiență,
* dialogul și cooperarea cu organizațiile internaționale,
* consolidarea coordonării dintre factorii de decizie și instituțiile de la nivel național,
* intensificarea cooperării tematice cu cele 5 țări non-UE dunărene.

Pentru a sprijini autoritatea contractantă, respectiv Biroul DSP din București, în finalizarea Strategiei de comunicare SUERD, ofertanții vor avea în vedere și o analiză a contextului actual în care se comunică despre SUERD, precum și gradul de conștientizare existent în cele 14 state din Regiunea Dunării. Flash Eurobarometer nr. 452 elaborat de Comisia Europeană în 2017 poate fi un document de sprijin în acest sens, dar operatorii economici vor utiliza și alte instrumente disponibile, fără a se limita la acesta. Astfel, pentru a extrage informații utile de la structurile de guvernanță ale SUERD, ținând cont de experiența acestora în lucru cu SUERD, respectiv coordonatorii naționali și coordonatorii de arii prioritare, ofertanții vor organiza discuții de grup pe platforme online sau un webinar, de scurtă durată (maxim 1.5 ore).

1. **GHIDUL DE COMUNICARE**

Ghidul de comunicare ce trebuie elaborat va fi utilizat de toți actorii implicați în promovarea SUERD (coordonatori naționali, coordonatori de arii prioritare, Danube Strategy Point, beneficiari ai unor proiecte care vizează atingerea obiectivelor SUERD ETC.).

Ghidul de comunicare va fi instrumentul de lucru al Strategiei de Comunicare SUERD, astfel încât acesta va preciza modalități de implementare a tuturor elementelor din Strategia de comunicare, inclusiv modul de promovare a sloganului și mesajelor-cheie definite în aceasta.

Acest ghid are scopul de asprijini activitatea de comunicare și va conține secțiuni care vor include cel puțin: scopul și modul de utilizare al acestui ghid, comunicarea SUERD, conform nivelurilor de guvernare, descrierea elementelor ce contribuie la o comunicare eficientă SUERD, descrierea și exemplificarea utilizării instrumentelor și canalelor.

Un capitol ce va inclus in ghidul de comunicare va conține o descriere a modului de utilizare a elementelor de identitate vizuală, pentru a sprijini o comunicare unitară și acceași identitate de brand. Pentru devoltarea acetui capitol, se va porni de la un scurt ghid de identitate vizuală existent, care poate fi consultat aici: https://www.danube-region.eu/images/Visual\_Identity\_Quick\_Guide.pdf De asemenea, și alte elemente de identitate vizuală pot fi identificate și utilizate de aici: https://www.danube-region.eu/communication/eusdr-visual-identity.

Acest ghid va conține detalii și pentru activitatea de comunicare adresată jurnaliștilor. Astfel, va conține elemente privind selectarea celor mai potrivite canale media, identificarea agendei media și redactarea materialelor ținând cont de aceasta, dar și de particularitățile comunicării cu jurnaliștii, modalități de creare de parteneriate cu aceștia, pregătirea pentru interviuri etc.

Un element important ce va fi dezvoltat în Ghidul de comunicare este componenta de social media, respectiv cum se crează conținut atractiv și modalități de atragere a publicului, astfel încât cel care alege acest canal de informare în masă să devină o sursă credibilă și constantă de informații utile.

Ofertanţii vor livra autorității contractante Ghidul de comunicare în două formate: pentru tipar și varianta electronică. În acest sens, ofertanții vor fi responsabili de realizarea layout-ul şi machetarea Ghidului de comunicare pentru ambele variante, după obținerea unei forme agreate cu responsabilii autorității contractante.

1. **WORKSHOP**

Prestatorul va organiza si livra un workshop dedicat Coordonatorilor de Arii Prioritare ai SUERD privind mesajele cheie identificate, modalitatea de utilizare a narativului dezvoltat și redactarea de texte pe modelul stroytelling-ului.

Evenimentul va avea loc în Croația/Belgia/Romania/Austria, într-o zi din perioada septembrie - noiembrie 2019. Precizăm aceste locații, întrucât decizia aparține unor terțe părți, independent de Autoritatea Contractantă.

*Nr indicativ de participanți*: max 40 de persoane

*Durata*: max 8 ore

Conținutul prezentărilor și modalitatea de implementare a evenimentului vor fi stabilite cu Autoritatea Contractantă.

Costurile ofertanților ocazionate de organizarea acestui eveniment includ doar: cheltuielile de deplasare și onorariul formatorului, cheltuieli privind asigurarea materialelor necesare pentru buna desfășurare a cursului, precum și transportul acestora la locație.

**Echipa de proiect:**

Ofertanții vor propune următoarele tipuri de experți:

- 1 coordonator proiect

- 1 consultant comunicare (responsabil de strategie de comunicare + elaborare narativ + ghid de comunicare)

- 1 formator

Pentru conformitatea ofertei, cerințele minime pentru echipa de experți sunt:

- coordonator proiect: 1 proiect în care expertul propus a fost implicat în calitate de coordonator de proiect

- consultant comunicare (responsabil de strategie de comunicare + elaborare narativ + ghid de comunicare): 2 proiecte în care expertul propus a fost implicat în calitate de consultant comunicare în proiecte/programe europene/ internaționale

- formator: 2 proiecte în care expertul propus a fost implicat în calitate de formator în domeniul comunicării pentru adulți

Pentru fiecare expert propus, operatorii economici vor include în oferta tehnică documente justificative care să demonstreze experiența acestor experți pe poziții similare, după cum urmează: copia fișei de post, a contractului de muncă, recomandare sau un document similar emis de angajator din care să reiasă îndeplinirea cerințelor privind experiența. Pentru calcularea punctajului, se vor lua în considerație doar proiectele finalizate până la momentul depunerii ofertei.

Nu se accepta CV-urile ca documente justificative pentru experiența acumulată, deoarece acestea sunt documente personale asumate de persoanele care le elaborează, nu de angajatori.

Există posibilitatea ca un expert să ocupe atât poziția de consultant comunicare pentru elaborare narativ + strategie de comunicare, cât și poziția de formator, doar dacă activităţile pe care le derulează sunt consecutive, nu simultane, iar operatorii economici își vor asuma acest lucru.

De asemenea, având în vedere că limba de lucru a proiectului (livrarea suportului de curs și a cursului de comunicare, precum și livrabilele furnizate) este limba engleză, este obligatoriu ca experții propuși să vorbească fluent această limbă, fiind capabili de interacțiune cu interlocutori din toate cele 14 state participante la Strategia UE privind Regiunea Dunării. Pentru îndeplinirea acestei cerințe, operatorii economici își vor asuma că experții propuși dețin competențe lingvistive pentru limba engleză la nivel minim C1 (citit, vorbit, scris și nivel de înțelegere). Pentru demonstrarea îndeplinirii cerințelor, se vor prezenta documente relevante din care rezultă informaţiile solicitate de autoritatea contractantă;

Având în vedere că experții sunt evaluați individual, iar atribuirea contractului se face pe baza rezultatelor obținute după evaluarea ofertelor tehnice, membrii echipei se pot înlocui pe durata implementării contractului doar în următoarele condiții, respectate cumulativ:

* concediu medical mai lung de 30 de zile sau concediu de creștere copil sau mutarea din localitate sau demisie sau deces - situații care trebuie justificate cu documente relevante (ex. copie a certificatului medical) - sau la solicitarea argumentată a autorității contractante (ex. expertul propus spre înlocuire nu deține competențele necesare privind comunicarea în limba engleză cu actorii implicați în implementarea SUERD), dacă experții nu respectă termenele de livrare sau nu prestează servicii de calitate

și

* cu respectarea prevederilor art. 162 din HG nr. 395/2016, respectiv dacă noul expert propus îndeplineşte cel puţin criteriile de calificare/ selecţie prevăzute în cadrul documentaţiei de atribuire și dacă, aplicându-i-se grila de evaluare, va obține cel puțin același punctaj ca expertul propus inițial.

1. **OFERTA TEHNICĂ**

Participanţii la procedura de achiziție publică au obligaţia să includă în oferta tehnică următoarele elemente cu privire la serviciile solicitate prin caietul de sarcini:

* Pentru a demonstra intelegerea sarcinii, ofertantii vor depune o descriere a conceptului pentru narativ de max. 5 pagini, care va conține 3 exemple scurte despre modul în care poate fi implementat conceptul, astfel încât acesta să cuprindă mesaje către:

1. nivelului politic național (ex. miniștrii și instituțiile responsabile de SUERD în special purtătorii de cuvânt), actorii de la nivelul UE (DG Regio/ comisar și personalul de presă)
2. alți actori SUERD (coordonatori naționali, coordonatori ai ariilor prioritare, grupuri de coordonare, societatea civilă). Mai multe informații: https://www.danube-region.eu/about/governance
3. publicul larg (18+, cele 14 state din SUERD).

* Echipa de proiect, inclusiv documente justificative pentru experienţa menţionată.
* Descrierea procedurii de lucru privind elaborarea strategiei de comunicare, inclusiv a narativului, elaborarea ghidului de comunicare, design-ul și livrarea cursului de comunicare. Aceasta va conține și etapele de lucru/ calendar estimativ pentru îndeplinirea tuturor activităților din contract.

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

**Toate cerinţele din prezentul caiet de sarcini sunt minime şi obligatorii. Neîndeplinirea oricăreia dintre acestea va atrage descalificarea ofertei.**

1. **OFERTA FINANCIARĂ** va conține următoarele informații și va fi detaliată după cum urmează:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Servicii prestate** | **Unitatea de măsură** | **Preţ unitar (fără TVA)** |
| Elaborarea narativului pentru SUERD | 1 buc. |  |
| Elaborarea Strategiei de comunicare pentru SUERD | 1 buc. |  |
| Elaborarea Ghidului de comunicare SUERD | 1 buc. |  |
| Organizarea workshop-ului de comunicare | 1 buc. |  |
| **Valoarea totală a ofertei** | |  |

1. **RECEPȚIE**

Recepția livrabilelor și a serviciilor prestate pentru derularea workshop-ului se va face pe bază de proces-verbal de predare-primire, precum și pe bază de proces-verbal de recepție calitativă și cantitativă.

Aceste documente vor sta la baza plății serviciilor prestate conform cerințelor din caietul de sarcini.

1. **DURATA CONTRACTULUI:** maxim 5 luni, dar nu mai târziu de 31 decembrie 2019
2. **DREPTURI DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ**

Orice rezultate sau drepturi legate de acestea, inclusiv drepturi de autor şi/sau orice alte drepturi de proprietate intelectuală şi/sau industrială, obţinute în executarea sau ca urmare a executării serviciilor ce fac obiectul prezentului Caiet de sarcini vor fi proprietatea Autorităţii Contractante, care le poate utiliza, publica sau transfera după cum consideră necesar, fără nici un fel de limitare geografică sau de altă natură.

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

Oferta care va obţine cel mai mare punctaj total va fi declarată câştigătoare.

În cazul în care două sau mai multe oferte sunt clasate pe primul loc, cu punctaje egale, departajarea se va face având în vedere punctajul obţinut la factorii de evaluare în ordinea descrescătoare a ponderilor acestora. În situaţia în care egalitatea se menţine, autoritatea contractantă are dreptul să solicite noi propuneri financiare, şi oferta câştigătoare va fi desemnată cea cu propunerea financiară cea mai mică.

***GRILA DE EVALUARE A OFERTELOR:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Factori de evaluare** | **Punctaj** |
| **A.** | **PUNCTAJ FINANCIAR** | **30 de puncte** |
| **B.** | **PUNCTAJ TEHNIC, echipa de proiect:** | **70 de puncte:** |
| B.1 | Coordonator de proiect | 15 puncte |
| B.2 | Consultant comunicare | 30 puncte |
| B.3 | Formator | 25 puncte |
| **TOTAL A+B** | | **100 de puncte** |

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

a) pentru cel mai scăzut dintre preţurile ofertelor se acordă punctajul maxim alocat factorului de evaluare, respectiv 30 de puncte

b) pentru alt preţ decât cel prevăzut la lit. a) punctajul se calculează după algoritmul:

|  |
| --- |
| **Pfinanciar (n) = (Pminim / Pn) x 30** |

**Unde**:

**Pfinanciar (*n*)** = punctajul financiar al ofertei curente (*n*)

**Pminim** = preţul celei mai scăzute oferte financiare

**Pn** = preţul ofertei curente (*n*)

Preţurile care se compară în vederea acordării punctajului sunt preţurile totale ofertate pentru produsele și serviciile solicitate prin caietul de sarcini, exclusiv TVA.

**B ) Punctajul pentru factorul de evaluare „OFERTA TEHNICĂ - echipa de proiect”** se acordă conform conform grilei de evaluare din tabelul de mai sus. Punctajul maxim alocat factorului de evaluare este de **70 puncte, calculat conform algoritmului:**

**Ptehnic (*n*) = B.1 + B.2 + B.3**

**Unde**:

**Ptehnic (*n*)** = punctajul tehnic obţinut de oferta curentă (*n*) prin însumarea punctajelor obţinute la criteriile **B.1, B.2 și B.3**

Punctajul se va calcula conform detalierii de mai jos:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nr. crt.** | **Poziţia ocupată în echipa de proiect** | **Punctajul maxim pentru fiecare expert propus** | **Modul de calcul al punctajului obţinut pentru fiecare expert propus** |
| 1. | Coordonator proiect | **15 puncte** | * Pentru **2 proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de coordonator de proiect, se acordă **5 puncte.** * Pentru 3 **proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de coordonator de proiect, se acordă **10 puncte.** * Pentru 4 **proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de coordonator de proiect, se acordă **13 puncte.** * Pentru **5 proiecte sau mai multe proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de coordonator de proiect, se acordă **15 puncte.** |
| 2. | Consultant comunicare | **30 puncte** | * Pentru **3 proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de consultant comunicare în proiecte/programe europene/ internaționale, se acordă **10 puncte.** * Pentru **4 proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de consultant comunicare în proiecte/programe europene/ internaționale, se acordă **15 puncte.** * Pentru **5 proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de consultant comunicare în proiecte/programe europene/ internaționale, se acordă **20 puncte.** * Pentru **6 proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de consultant comunicare în proiecte/programe europene/ internaționale, se acordă **25 puncte.** * Pentru **7 sau mai multe proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de consultant comunicare în proiecte/programe europene/ internaționale, se acordă 30 **puncte.** |
| 3. | Formator | **25 puncte** | * Pentru **3proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de formator în domeniul comunicării pentru adulți, se acordă **10 puncte**. * Pentru **4 proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de formator în domeniul comunicării pentru adulți, se acordă **15 puncte.** * Pentru **5 proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de formator în domeniul comunicării pentru adulți, se acordă **20 puncte**. * Pentru **6 sau mai multe proiecte** derulate, în care expertul propus a fost implicat în calitate de formator în domeniul comunicării pentru adulți, se acordă **25 puncte.** |

**Procurement of consultancy services for finalizing the EUSDR communication strategy and related activities**

1. **GENERAL INFORMATION ON EUSDR**

The EU Strategy for the Danube Region (EUSDR) is a macro-regional strategy adopted by the European Commission in December 2010 and endorsed by the European Council in 2011. The Strategy was jointly developed by the Commission together with the Danube countries and stakeholders to address together with the common challenges.

The strategy provides a sustainable framework for policy integration and the coherent development of the Danube region. It sets out priority actions to become an EU region for the 21st century. It must be accompanied by sufficient information and publicity to ensure that its objectives are known.

The 14 participating countries in the Danube Strategy are: Germany (Bavaria and Baden-Württemberg), Czech Republic, Austria, Slovakia, Slovenia, Croatia, Bosnia Herzegovina, Serbia, Montenegro, Hungary, Ukraine (Odessa, Odessa, Ivano-Frankivsk, Chernivtsy and Zakarpatya regions), Republic of Moldova, Romania and Bulgaria.

The Strategy of the Danube Region addresses a wide range of issues; they are divided between 4 pillars and 12 priority areas (PAs), respectively distinct areas of action:

1. Connecting the Danube region

(PA. 1a) Inland waterway mobility

(PA 1b) Road, rail and air mobility

(PA 2) Encouraging sustainable energy

(PA 3) Promoting culture and tourism

2. Environmental protection in the Danube region

(PA 4) Recovering and Maintaining Water Quality

(PA 5) Environmental risk management

(PA 6) Conservation of biodiversity, landscapes and air and soil quality

3. Building prosperity in the Danube region

(PA 7) Developing the knowledge society through research, education and IT

(PA 8) Supporting the competitiveness of enterprises, including cluster development

(PA 9) Investing in people and their abilities

4. Consolidating the Danube Region

(PA 10) Increasing institutional capacity and cooperation

(AP 11) Promoting security and combating organized crime in the region

**Current situation:**

At the moment the EUSDR’s targets and strategic goals are being put in line with the future European Cohesion Policy. The national authorities responsible for territorial, economic and social cohesion should get a better understanding that the macro-regional approach and the strategic goals of EUSDR also support their own goals.

The political support for this process is crucial and the communication activities need a stronger cooperation of different political levels (European, national, regional and local) to increase the visibility and enable the raise of political ownership of the Danube Strategy.

Elements that may support the communication of EUSDR:

* stronger commitment to and ownership of the EUSDR on political level and among decision makers on national, regional and local levels,
* intensified exchange of information and experience among actors implementing the EUSDR including civil society as crucial actors and disseminators,
* creating the sense of a common region,
* fostering efficiency by using common resources and knowledge and therefore bringing added value,
* highlight that the common “grand challenges” need and can offer joint solutions.

Starting September 2018, the Danube Strategy Point (DSP) operates with offices in Bucharest and Vienna through its activities, ensuring the secretariat of the EU Strategy for the Danube Region (SUERD) by the end of 2021. The project is implemented in partnership by the Vienna City Hall (Austria) and the Ministry of Regional Development and Public Administration (Romania), each of the two partner institutions, hosting one office.

The role of the secretariat will be to support stakeholders wherever needed, in cooperation with funding instruments, in communication to the public and in building capacities for specific needs of one or the other PAC and/or for capacity building for EUSDR in non-EU countries.

EUSDR visibility is low, so one of the important tasks of the DSP is to increase the visibility of SUERD. The political impetus of the Strategy has been on decline during the past years. Due to many reasons, the Danube Strategy has moved out of focus in some member states and this has also been noted by the EU commission.

The decline of visibility should be seen as a chance to back the trend of the past years and to leap forward. The notorious window of opportunity should be taken literally as a chance for a change, especially in connection with the Revision of the EUSDR’s Action Plan scheduled for October 2019.

The DSP will increase the visibility of EUSDR by implementing communication measures for the whole Danube region. The DSP will also serve as a strategic support for all EUSDR stakeholders who will find a professional point of contact and communication to foster the strategy efficiently.

In the past there was no joint coordination of the external communication, the DSP wants to step in and provide concepts and solutions as a part of a communication strategy for the EUSDR.

EUSDR is a strategy not a funding tool, but it has to give a picture of the future of the Danube Region in its social, environmental and economic cohesion. Thus, a narrative of the strategy and success-stories have to be communicated.

External communication is not coordinated at the moment. A common webpage, a common design for the PACs webpages exist, but the management of the content – not only for the webpages but for communication in general – is missing. Therefore, a new Communication Strategy will have to define responsibilities, tools (brochures, newsletters, webpages, social media accounts etc.) and the target groups for each of the tools.

The implemented Communication Strategy will support the further use of it including the communication guide for the EUSDR governance bodies, virtual media presence, or further communication tools. This way, the established Communication Strategy can be used by all target groups such as EUSDR governance bodies, the public, and also related priority areas projects.

By implementing the Communication Strategy of SUERD, two objectives are pursued:

* increase the visibility of SUERD (external communication);
* increasing the coherence of the activity by disseminating useful information to the internal public (internal communication).

The internal communication has to be improved by internal communication channels (newsletter, meetings, seminars for internal capacity, especially for actors in non EU member-states etc.).

As for the internal public, information exchanges will be exchanged with and between the following SUERD institutions: European Commission - DG REGIO, TRIO (representatives of the three countries that have owned, hold and will hold the SUERD Presidency each year), the High Level Group (the official representatives of the line ministries in the countries of the region), the National Coordinators from the partner countries in SUERD, the Priority Areas Coordinators, the Steering Committees, the DSP, the Transnational Danube Program.

External communication includes promotion of EUSDR towards other national, regional and local actors using dedicated tools as webpages, publications, brochures, newsletters, social media accounts, dedicated events etc.

Building stronger ties between the EUSDR and relevant Stakeholders (regional, national and international alike) by increasing the visibility of the EUSDR - One of the roles of the DSP is to promote the EUSDR and its achievements in order to build stronger ties to the regional, national and international stakeholders. For this, the message has to be adapted to the receiver.

Considering the current context of SUERD as well as the DSP attributions, the selected economic operator following this procedure will provide all necessary services for:

* finalizing the SUERD Communication Strategy, together with the development of the narrative which will be included in the Communication Strategy. These are designed to provide guidance and support to all stakeholders in the SUERD and to ensure a coordinated way of internal and external communication,
* developing a communication guide
* organizing a communication workshop.

1. **MINIMUM AND MANDATORY CONDITIONS TO BE FULFILLED**
2. **COMMUNICATION STRATEGY AND NARRATIVE FOR EUSDR**

The EUSDR is not a funding tool, but it can draw a picture of the future of the Danube Region in its social, environmental and economic cohesion. Thus, the creation of a narrative of the strategy and by highlighting success-stories can and should have a positive impetus on the national and local politics.

One of the goals of the Danube Strategy Point (DSP) is to develop a narrative for the Danube Region and bring the European Strategy for the Danube Region back to the political table. To achieve this aim, it is important to develop a common understanding of the Strategy’s role.

On one hand the creation of a common narration should be the first and crucial step to reach out to all political stakeholders – European, national, regional and local likewise. On the other hand, the narrative must also be able to reach the people of the Region through positive pictures that a vast number of target groups can relate to in a positive way and can identify with.

Cooperating across the external and internal borders of the EU – one of the main topics of the EUSDR – is crucial. Creating prosperity, fostering the economic growth and strengthening cooperation is the key to stabilize and broaden internal and external relations.

The Strategy narrative must take into account the highly diverse economic, social, cultural and territorial situation of this part of Europe with its way over 114 Million inhabitants. A closer cooperation in this macro-region is essential not only for the countries of the region but also for the rest of Europe. The geopolitical position of the Danube region has always been sensitive and therefore it is even more important to develop an understanding approach. However, despite the differences, the region offers a vast number of similarities and common ground themes. It is exactly here where a common Narrative can and should step in – to find mutuality out of diversity.

Therefore, it is highly important to elaborate the common understanding that the countries of the Danube macro-region depend on each other. Prosperity and good education also enable social inclusion, improve the income of the labour force and offer a ground for creating solutions for environmental, energy and other challenges. Enhancing the stability of regional and local administrations is as important as the continuous improving of infrastructure, fostering multimodal mobility as well as addressing diverse security issues.

The Danube countries should therefore be encouraged to develop a common understanding of the “Danube space as one region with one future”.

The narrative for the EU Strategy for the Danube Region will be developed considering:

1. past EUSDR experience. The information is being found on the Strategy’s main website https://www.danube-region.eu and on the websites of 12 Priority Areas, to access via: https://www.danube-region.eu/about/priorities

2. in line with the above stated background information about EUSDR.

The narrative will be used by key implementers of the Strategy (NCs, PACs, Steering Group Members) and by the European Commission, especially DG Regio (but also DG EMPL, DG MOVE, DG HOME, etc.) in order to reach national, regional and local governments and general public / broad audience.

The Communication Strategy aims to offer guidance and support to all EUSDR stakeholders and to involve and include them in the processes to reach out to the different target groups. The communication strategy has to ensure a coordinated manner of internal and external communication with the main goal to increase the visibility of EUSDR.

This will be done via:

* engaging effectively with the stakeholders
* showcases of success stories and flagship projects
* providing a common and positive narrative to which as many actors as possible can relate
* contributing to encourage the need for political ownership

The context in which the Communication Strategy shall be implemented, takes into account and continues to improve the following:

* culture of cooperation,
* connection of existing institutions to share know how and experience,
* dialogue and cooperation with international organizations,
* strengthened coordination between policy makers and institutions at national level,
* intensified thematic cooperation with the 5 Non-EU Danube countries.

In order to support the contracting authority, namely the Bucharest DSP Office, finalizing the EUSDR Communication Strategy, the bidders will also take into consideration an analysis of the current context in which EUSDR is communicated, as well as the degree of awareness existing in the 14 states in the Danube Region. Flash Eurobarometer no. 452 developed by the European Commission in 2017 may be used as a supporting document, but economic operators may also use other available instruments. Therefore, in order to extract useful information from the EUSDR governance structures, national coordinators and priority area coordinators, taking into account their experience with EUSDR, bidders will organize group discussions on online platforms or a webinar (duration maximum 1.5 hours).

1. **COMMUNICATION GUIDE**

The communication guide to be developed will be used by all actors involved in the promotion of EUSDR (national coordinators, priority area coordinators, Danube Strategy Point, beneficiaries of projects aimed at achieving the objectives of EUSDR ETC.).

The Communication Guide will be the working tool of the EUSDR Communication Strategy and it will specify ways to implement all elements of the Communication Strategy, including how to promote the slogan and key messages defined in it.

This guide is intended to support communication activity and will contain sections that will include at least the following: how to use this guide, governance and communication flow process, elements of efficient communication and communication channels and tools.

A chapter that will be included in the communication guide will contain a description of how to use visual identity elements to support a unified communication and brand identity. The starting to expand this chapter can be found in this short visual identity guide: https://www.danube-region.eu/images/Visual\_Identity\_Quick\_Guide.pdf

Also, other visual identity elements can be identified here: https://www.danube-region.eu/communication/eusdr-visual-identity

This guide will also contain details of the communication activity related to journalists. It will contain elements to help selecting the most appropriate media channels, identifying the media agenda and drafting the materials, taking into account the particularities of communicating with journalists, how to create partnerships with them, preparing for interviews, etc.

An important element to be developed in the Communication Guide is the social media component, namely how to create attractive content and ways of attracting the public, so that this media channel can become a credible and constant source of useful information.

The bidders will deliver the Communication Guide in two formats: for printing and electronic version. In this respect, the bidders will be responsible for the layout and design of the Communication Guide for both formats, after obtaining a version agreed with the contracting authority.

1. **WORKSHOP ORGANIZATION AND DELIVERY**

The Contractor will organize and deliver a workshop dedicated to the Priority Area Coordinators on key messages and storytelling using the developed narrative.

This will be 1-day event organized in Croatia/Belgium/Romania/Austria, Zagreb, between September - November, 2019. These locations are mentioned as such, since the final decision belongs to third parties, independent from teh contracting authority.

*Indicative no. of participants*: max. 40 pax.

*Duration*: max. 8 hours

The content of the presentations and development of the event will be agreed on with the Contracting Authority.

Contractor costs associated with organizing this event cover only the following items: travel expenses and trainer's fees, expenses for the materials needed to be produced for the event and their transportation to the venue.

**THE PROJECT TEAM:**

Bidders will propose the following types of experts:

- 1 project coordinator

- 1 communication consultant (responsible for communication strategy + narrative development + communication guide)

- 1 trainer

For the compliance of the offer, the minimum requirements for the team of experts are:

- project coordinator: 1 project, where the expert occupied the position of a project coordinator

- communication consultant (responsible for communication strategy + narrative development + communication guide): 2 projects, where the expert occupied the position of a communication consultant in European/internationalprojects /programmes

- trainer: 2 projects, where the expert occupied the position of a communication trainer for adults

For each proposed expert, the economic operators will include in the technical offer supporting documents demonstrating the experience of these experts on similar positions in communication projects, as follows: copy of the job description, employment contract, recommendation or a similar document issued by the employer as proof to fulfil experience requirements. For calculating the score, only projects completed by the time the offer is submitted will be considered.

CVs are not accepted as evidence of the experience gained because they are personal documents assumed by the developers, not by the employers.

It is possible for an expert to occupy the position of communication consultant for narrative development + communication strategy and the position of trainer at the same time, but only if the activities they carry out are consecutive, not simultaneous, and the economic operators will assume this.

Also, given that the working language of the project (delivery of the training support and the communication session, as well as the delivered deliverables) is English, it is mandatory for the proposed experts to speak fluently this language, being able to interact with all 14 states participating in the EU Strategy for the Danube Region. To meet this requirement, economic operators will assume that the proposed experts have English language skills at least C1 (read, spoken, written, and level of understanding).

Since the experts are evaluated individually and the award of the contract is based on the results obtained after the evaluation of the technical offers, the team members can be replaced during the implementation of the contract only under the following conditions, simultaneously satisfied:

* documented medical leave longer than 30 days or parental leave or relocation or resignation or death (eg. copy of the medical certificate) - or at the justified request of the contracting authority (eg. the expert proposed as replacement does not have the necessary skills to communicate in English with the EUSDR stakeholders) if the experts do not meet the delivery deadlines or do not provide quality services

and

* in compliance with the provisions of art. 162 of GD no. 395/2016, respectively, if the newly proposed expert meets at least the qualification / selection criteria provided in the awarding documentation and if, by applying the rating grid, he / she obtains at least the same score as the originally proposed expert.

1. **TECHNICAL OFFER**

Participants in the procurement procedure have the obligation to include in the technical offer the following elements regarding the services requested by the tender specifications:

* In order to demonstrate their understanding of the task, the bidders will submit a concept description no longer than 5 pages, which includes 3 brief case examples on how the concept can be implemented, so that it would contains messages to:

1. reach out the National politics (e.g. Ministers and their offices responsible for EUSDR strategy – especially the spokespersons), EU stakeholders (DG Regio / Commissioner and the press staff),
2. reach out the Stakeholders (National Coordinators, Priority Area Coordinators, Steering groups, civil society). Further information: https://www.danube-region.eu/about/governance,
3. reach out the general public (18+, Danube Region countries).

* Description of the narrative and communication guide working process, completion of the communication strategy and delivery of the communication course. It will also contain the estimated work steps / timetable for performing all activities in the contract.
* The project team, including supporting documents for their experience.

**If, as a result of the checks at the tender evaluation stage, it is found that the data provided is incorrect or inconsistent with reality, the tenderer will be disqualified.**

**All requirements in this specification are minimum and mandatory. Failure to comply will result in the disqualification of the offer.**

1. The **FINANCIAL OFFER** will contain the following information and will be detailed as follows:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Provided services** | **Unit of measurement** | **Price per unit (excluding VAT)** |
| Drawing the narrative for EUSDR | 1 pc. |  |
| Developing the Communication Strategy for EUSDR | 1 pc. |  |
| Elaboration of the EUSDR Communication Guide | 1 pc. |  |
| Organization of the communication workshop | 1 pc. |  |
| **Total bid value** | |  |

1. **RECEPTION**

Reception of the deliverables and services provided for the workshop will be done on the basis of a delivery-receipt report, as well as on the basis of a qualitative and quantitative handover report.

These documents are mandatory in order to pay the services provided according to the requirements of this tender.

1. **LENGHT OF THE CONTRACT:** maximum 5 months but not later than 31 December 2019
2. **INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS**

Any results or rights related thereto, including copyrights and / or any other intellectual and / or industrial property rights, obtained during the execution of or as a result of the fulfilment of the services subject to this Tender will be the property of the Contracting Authority which may use, publish or transfer them as it deems necessary, without any geographical or other limitation.

1. **AWARD CRITERION: BEST REPORT QUALITY / PRICE**

The bid that will get the highest total score will be declared winner. If two offers are ranked first with the same score on the technical offer, the contracting authority will conclude a contract with the bidder whose bid has the lowest price.

***Evaluation grid***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Evaluation Criteria** | **Points** |
| **A.** | **Financial Offer** | **30 points** |
| **B.** | **Technical Offer, project team:** | **70 points:** |
| B.1 | Project Coordinator | 15 points |
| B.2 | Communication Consultant | 30 points |
| B.3 | Trainer | 25 points |
| **TOTAL A+B** | | **100 points** |

**A) The score for the *FINANCIAL OFFER*** is granted as following:

a) the lowest of the bided prices gets the maximum number of points allocated for this evaluation criterion, i.e. 30 points

b) any other bided price than the one stipulated at letter a), gets points according to the algorithm:

|  |
| --- |
| **P financial (n) = (P minimum / P n) x 30** |

**Where**:

**P financial (*n*)** = the score of the current offer (*n*)

**P minimum** = the lowest bided price

**P n** = current offer price (*n*)

Prices compared to get points are the total offer price for products and services required through the technical specifications, without VAT.

**B)** The score for the ***TECHNICAL OFFER* - project team** is granted according to the evaluation grid above. The maximum number of points allocated for this evaluation criterion, i.e. 70 points**, calculated according to the algorithm:**

**P technical (*n*) = B.1 + B.2 + B.3**

**Where**:

**P technical (*n*)** = points got by the current offer (*n*) by summing the points obtained for **B.1, B.2 and B.3**

The score will be calculated observing the details below:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Position for which the expert is proposed within the project team** | **Maximum points got by each proposed expert** | **Calculation for the points granted to each proposed expert** |
| 1. | Project Coordinator | **15 points** | * For **2 projects** where the expert occupied the position of a project coordinator, **5 points** are granted. * For **3 projects** where the expert occupied the position of a project coordinator, **10 points** are granted. * For **4** **projects** where the expert occupied the position of a project coordinator, **13** **points** are granted. * For **5 or more projects** where the expert occupied the position of a project coordinator, **15 points** are granted. |
| 2. | Communication consultant | **30 points** | * For **3 projects** where the expert occupied the position of a communication consultant in European/internationalprojects /programmes, **10 points** are granted**.** * For **4 projects** where the expert occupied the position of a communication consultant in European/internationalprojects/ programmes, **15 points** are granted**.** * For **5 projects** where the expert occupied the position of a communication consultant in European/internationalprojects/programmes, **20 points** are granted**.** * For **6 projects** where the expert occupied the position of a communication consultant in European/internationalprojects/programmes, **25 points** are granted**.** * For **7 or more projects** where the expert occupied the position of a communication consultant in European/internationalprojects/programmes, 30 **points** are granted**.** |
| 3. | Trainer | **25 points** | * For **3 projects** where the expert occupied the position of a communication trainer for adults, **10 points** are granted. * For **4 projects** where the expert occupied the position of a communication trainer for adults, **15 points** are granted**.** * For **5 projects** where the expert occupied the position of a communication trainer for adults, **20 points** are granted. * For **6 or more projects** where the expert occupied the position of a communication trainer for adults, **25 points** are granted**.** |

Avizat: Maria Magdalena RACOVIȚĂ JALOVA VOINEA, șef serviciu, SANPE

Întocmit: Andreea STOENESCU, consilier, SANPE