

Romanian Angel Appeal Foundation (RAA) works for improving the quality of life of children and young people in need, affected by chronic conditions, subject to discrimination and social exclusion.

**Main activities and expertise areas:**

Direct multidisciplinary services for underserved people

Programs enhancing women and children's health

Development of social involvement initiatives of the young people belonging to vulnerable groups

Consultancy and distance and residential learning programs that target:

medical, social and psychological assistance services

long learning life skills enhancement for vulnerable children, young and adults

Technical assistance and Monitoring and Evaluation of programs to combat epidemics with major impact over population (HIV/AIDS, Tuberculosis).

VAT registration number:  
7274690

**Address for correspondence:**  
52 Rodiei Street • Sector 3 •  
Bucharest • 030956 • Romania  
Ph 021 323 68 68 • Fax 021  
323 24 90 [office@raa.ro](mailto:office@raa.ro)

**Initiators and original founders (1991):**  
OLIVIA HARRISON • ELTON JOHN •  
BARBARA BACH STARKEY •  
YOKO ONO • LINDA McCARTNEY

**Founder and partner (1997):**  
FONDAZIONE FRANCO  
MOSCHINO

**REGISTERED CHARITY:**  
COURT DECISION NO. 531 (28-08-1991)  
ISSUED BY BUCHAREST COURT  
SECTOR 1 ROMANIA

*Nr. Înreg. 381 I /31.03.2025*

***Raspuns solicitari clarificari  
primate pana la 31.03.2025***

***REF: Servicii de filmare, editare, promovare și analiză impact video***

Fundația Romanian Angel Appeal (RAA) raspunde solicitarilor de clarificare primite cu privire la cererea de oferta pentru achizitia de Servicii de filmare, editare, promovare și analiză impact video:

**1. Ref oferta financiara** – trebuie sa ne incadram in cele 3 randuri din anexa 2 sau o putem structura astfel incat sa fie si defalcate, conform criteriilor de evaluare?

**Raspuns:** cele 3 randuri din anexa 2 sunt orientative, puteti structura oferta financiara conform propunerii societatii dvs. Astfel incat sa cuprinda toate cerintele din Anexa 1 – termini de referinta.

**2. Ref. Anexa 1** – trebuie sa semnam anexa 1 sau e doar informativa cu privire la cerintele tehnice?

**Raspuns:** Anexa 1 cuprinde toate cerintele achizitiei si trebuie asumata prin semnatura si stampila

**3. Ref. promovare** – este nevoie de un mediaplan sau doar sa detaliem niste tipuri de Activitati?

**Raspuns:** nu este nevoie de un mediaplan (acesta este in responsabilitatea achizitorului). Se solicita detalierea unor tipuri de activitati.

**4. Ref. sonorizare:** Mixerul și sistemul de sonorizare al evenimentului sunt puse la dispoziție de către partea dumneavoastră sau de către terți, aflați în subcontractarea dumneavoastră. Sau trebuie ca sonorizarea evenimentului să fie asigurată tot de către noi?

**Raspuns:** Toate serviciile vor fi asigurate de catre operatorul declarat castigator, inclusiv sonorizarea.

**5. Ref. documente solicitate:** solicitarea documentelor din partea noastră privind “experiența echipei implicate” (CV, diplome, portofoliu) și documentele pentru persoanele juridice române (Certificat de înregistrare fiscală și certificat constator), sub ce formă trebuie să fie livrate – există un format tip agreat sau le transmitem atașat, alături de documentul Word ce conține oferta principală?

**Raspuns:** Documentele solicitate se vor transmite atasate formularului de oferta tehnico-financiara.

6. Conform solicitării menționate în ofertă, la pagina 5 – „Minim 800 de lead-uri calificate (8 ateliere – minim 100 lead-uri calificate per atelier)” – considerăm că generarea unui total de 800 lead-uri calificate este un obiectiv realizabil.

**Raspuns:** Bugetul mentionat in cererea de oferta este maximal. Considerăm că ținta de minim 800 lead-uri calificate este fezabilă, însă înțelegem că pot interveni factori neprevăzuți care să influențeze acest rezultat. În cazul în care apar dificultăți în atingerea targetului intermediar (100 lead-uri/atelier), suntem deschiși să discutăm ajustări punctuale în funcție de context și de justificările oferite. De asemenea, suntem deschiși la propuneri argumentate privind optimizarea bugetului pentru atingerea obiectivului general al campaniei. Penalizări vor fi discutate doar în situația în care, la finalul campaniei, indicatorul total de 10.000 lead-uri nu este atins.