



Nr. 351 / 11,05,2026

Se aprobă,  
Manager,  
Clementina Tudor

## CAIET DE SARCINI

Festivalul „Trofeul Tinereții”, ediția 58, Amara 1-2 August 2026

### LOT 1. PRODUCȚIE: ORCHESTRAȚII, ACOMPANIAMENT ORCHESTRĂ

#### 1. ORCHESTRAȚII

1.1 Scrierea orchestrațiilor pentru melodiile care vor fi interpretate în concurs, câte două piese pentru fiecare concurent, într-un total de 24 orchestrații;

1.2 Punerea la dispoziția instrumentiștilor a partiturilor scrise, pentru studiu individual, repetiții și concurs;

#### 2. ACOMPANIAMENT ORCHESTRAL

2.1 Asigurarea unei orchestre alcătuită dintr-un număr optim de instrumentiști care pot asigura acompaniamentul concurenților, în următoarea formulă: 4 vioară I, 3 vioară II, 3 viole, 2 violoncelle, 2 trompete, 1 trombon, 1 saxofon tenor + 1 saxofon sopran + clarinet, 1 chitară electrică, 1 chitară bas, 1 clăpă electrică, 1 set de tobe și 1 dirijor.

2.2 Repetiții cu orchestra în București, minimum 6 ore

2.3 Repetiții ale orchestrei cu concurenții ediției 2026, în Grădina de Vară Amara, pe 30 iulie 2026

2.4 Acompaniament orchestră pentru cei 12 concurenți, în spectacolul-concurs din 1 august 2026

2.5 Acompaniament orchestră pentru Gala Laureatilor din 2 august 2026.

### LOT 2. PRODUCȚIE: AUDIO-VIDEO, CREAȚIE, IDENTITATE, CAMPANIE DE PROMOVARE, WEBSITE

#### 1. PREGĂTIREA EVENIMENTULUI

1.1. Prezentări generale privind producția: context general, obiective, structură, public-țintă, etape și metode de promovare;

1.2. Prezentări tehnice: amplasament și schiță tehnică, scenă și backstage, zona publicului, food court, zona sponsorilor (activări de brand), acces logistic și parcare, hartă digitală;

1.3. Prezentarea programului oficial: redactarea detaliată pe zile și ore (înscireri, preselecție, semifinală, concurs, recitaluri și gala premiilor);

1.4. Prezentarea conceptului (poveste și viziune): propuneri inovatoare, originale, care nu au mai fost utilizate în campanii anterioare pentru alți clienți.

#### 2. IDENTITATEA EVENIMENTULUI

2.1 General și visual branding:

2.2 Elemente și structuri grafice pentru toate materialele online și offline.

2.3 Declinări materiale pentru online, social media, print și website.

2.4 Suporturi de comunicare corporate.

2.5 Crearea de conținut editorial și personalizarea subiectelor pentru toate materialele.

## 2.6 Creație web design.

Detalii: crearea conceptului vizual pentru ediția curentă, inspirat din valorile festivalului: stabilire paleta culori | stabilire fonturi | poziționare elemente de identitate | restricții comunicare vizuala | realizare elemente de identitate (logo, titulatura, moto, slogan etc) | realizare programare site | stabilire tema site | concepere text site | realizare declinări diferite device-uri | suport tehnic (3 luni).

Mesajele-cheie trebuie sa fie memorabile, asa încât să rămână în mintea receptorului mult timp după încheierea campaniei de promovare. Se va asigura coeziunea între cromatica utilizata (se vor utiliza culorile primare), compoziție și text. Se va urmări, prin imagini și text, crearea unor reacții emoționale puternice și pozitive. Trebuie folosit un registru stilistic care sa exprime naturalețe și sa inspire credibilitate.

## 3. MATERIALE EVENIMENT

### 3.1 Materiale vizuale tipărite

- afiș oficial al festivalului (în mai multe formate: A2, A3, A4).
- flyer de promovare (buzunar sau pliat).
- broșură de prezentare a festivalului (istoric, program, invitați, parteneri etc).
- bilete personalizate (dacă este cazul).
- badge-uri & brățări acces pentru: concurenți, staff, presă, VIP, parteneri.
- bannere și mesh-uri pentru promovare
- signalistică direcțională și informativă (cu identitate vizuală unitară).

### 3.2 Materiale digitale și social media

- template-uri grafice pentru postări pe: Instagram (feed, story, reels cover), Facebook (cover, postări, eveniment), TikTok (intro/closing branding).
- vizualuri pentru anunțuri sponsorizate, bannere web, articole online.
- e-mail header și vizual pentru newsletter.

### 3.3 Merchandising și suveniruri brand-uite

- design pentru tricouri, șepci, sacoșe din pânză, brățări, insigne.
- mapă oficială a festivalului pentru parteneri/media/juriu.
- diplomă personalizată pentru concurenți și colaboratori.
- și altele.

### 3.4 Materiale video festival

#### 1. Teaser video oficial (pre-eveniment)

Obiectiv: Generarea de interes, emoție și așteptare înainte de festival:

- concept creativ & scenariu teaser: storytelling inspirat din identitatea festivalului și sloganul ediției.

- asigurare echipamente profesionale
- asigurare echipa filmare
- stabilire locații filmări
- stabilire necesar materiale filmări
- editare și montaj filmări

Adaptare teaser în 3 formate:

- 60 -120 secunde (Instagram, Facebook, TikTok)
- 30 secunde (reels, story, ad)
- 10 secunde (promo bumper pentru TV/web).

#### 2. Aftermovie oficial (post-eveniment)

Obiectiv: Consolidarea brandului festivalului pentru edițiile viitoare.

- prezență echipă video pe toată durata festivalului
  - filmări live pe scenă
  - reacții public, juriu, backstage, detalii vizuale
  - selectare momente cheie + coloană sonoră potrivită
  - înserare grafică animată: logo, slogan, nume artiști/juriu, secvențe
- Versiune finală: 90 - 120 secunde

#### **4. CAMPANIA DE PROMOVARE A FESTIVALULUI**

- 4.1 Realizarea strategiei de promovare omnichannel (online + offline)
  - analiză public-țintă: tineri (concurenți), public larg (spectatori), profesioniști muzicali, autorități, sponsori
- 4.2 Promovare offline: materiale promoționale tipărite, spoturi radio
- 4.3 Promovare website oficial: landing page cu program, înscriere, regulament, galerie, parteneri.
- 4.4 Promovare pe rețelele de social media:
  - calendar editorial complet
  - copywriting profesional pentru fiecare postare
  - design grafic personalizat
  - postări individuale pentru concurenți, juriu și organizatori
- 4.5 Kit de presă digital: comunicat de presa oficial, versiuni pentru parteneri și sponsori
- 4.6 Propunerea de alte activități și evenimente pentru promovarea evenimentului, conform etapelor de eveniment: înscrieri, preselecție, semifinală și concurs(finală).
- 4.7 Identificarea canalelor media potrivite pentru prezentarea subiectelor legate de eveniment.

#### **5. MANAGEMENTUL EVENIMENTULUI**

- 5.1 Managementul general.
- 5.2 Managementul furnizorilor.
- 5.3 Managementul sponsorilor.
- 5.4 Managementul participanților/concurenților.
- 5.5 Managementul locației.
- 5.6 Managementul utilităților.
- 5.7 Managementul resurselor umane.

##### **Detalii:**

- inițiere, planificare, monitorizare și finalizarea activităților
- supraveghează desfășurarea producției proiectului
- participă la ședințe și la toate evenimentele proiectului, asigurând pregătirea adecvată a acestora
- propune spre aprobare Organigrama de personal necesară realizării proiectului
- propune și asigură implementarea conceptului stabilit al proiectului
- propune și asigură implementarea strategiei de promovare a proiectului
- propune un plan pentru amenajarea locațiilor din proiect
- stabilește proceduri de lucru între membrii echipei de proiect
- asigură executarea la timp a activităților
- facilitează cooperarea dintre participanții în proiect
- va asigura derularea proiectului în parametrii stabiliți: timp, cerințe, nivel de calitate (Project Integration Management)
- asigură realizarea și managementul graficului de execuție (Time Management)
- identifică, analizează și monitorizează riscurile (Risk Management)
- propune întâlniri de echipă
- monitorizează progresul proiectului
- asigură circulația informației în cadrul proiectului
- comunică cu membrii echipei pentru a asigura o eficiență maximă
- asigură rezolvarea problemelor apărute în producția proiectului
- oferă consultanță pentru celelalte activități ale proiectului.

#### **LOT 3. JURIZARE**

**2.1** Asigură participarea în juriu a unor personalități reprezentative specificului festivalului și îndeplinirii obiectivelor propuse, de selectare și promovare a celor mai talentați concurenți,

**2.2 Semifinală 29 iunie:** Ozana Barabancea(Presedinte), Silviu Padurar, Serban Cazan, Virgil Dulceanu si Melisa Antonesi(Amelissa) vor participa la semifinala care va avea loc la Sala Europa, în Slobozia, unde vor fi audiați toți concurenții care au trecut de preselecția on-line și vor decide cei 12 finaliști ai ediției 58 a Festivalului și Concursului Trofeul Tinereții Amara 2026;

**2.3 Concurs 01.08.2026 :** Șerban Cazan, Silviu Pădureanu, Virgil Dulceanu, Ozana Barabancea, Melissa Antonesi (Amelissa) vor constitui Juriul ediției 58 a Festivalului și Concursului Trofeul Tinereții Amara 2026, unde vor nota prestațiile celor 12 concurenți și vor decide laureații;

**2.4 Gala Laureatilor 02.08.2026:** Ozana Barabancea (Presedinte), Silviu Paduraru, Serban Cazan, Virgil Dulceanu si Melisa Antonesi(Amelissa) vor participa la anunțarea și înmânarea premiilor câștigătorilor, alături de organizatori.

#### **LOT 4. RECITALURI SUSȚINUTE DE ARTIȘTI CONSACRAȚI**

**Recitaluri 1 august 2026: ANTONIA**

**Recitaluri 2 august 2026: Vunk**

**Fiecare recital va avea o durată de 45 de minute.**

#### **LOT 5. MANAGEMENT ARTISTIC PENTRU CASTIGATORUL CONCURSULUI**

Sa asigure castigatorului trofeului Amara, editia a 58, un Contract de management Artistic in perioada de 1 septembrie – 31 decembrie 2026, zile ce includ urmatoarele:

##### **III.1. - 2 (doua) productii muzicale proprii:**

- realizare linie melodică
- compunere text
- realizare orchestrații
- realizare imprimări ale vocilor
- corectare voci
- realizare mix și master
- asigurare instrumente înregistrări
- asigurare instrumentiști înregistrări
- asigurare studio muzical înregistrări

##### **III.2. - 2 (doua) videoclipuri pentru producțiile muzicale:**

- asigurare echipamente profesionale
- asigurare echipă filmare
- realizare scenarii
- realizare script filmări
- stabilirea locații filmări
- stabilire necesar materiale (decoruri și scenografii)
- realizare editare videoclipuri
- realizare colorare videoclipuri
- asigurare sound design
- asigurare studio muzical pentru înregistrare voice over
- predarea bruturi filmări

##### **III. 3. un pachet de branding guidelines artist**

- stabilire paletă culori
- stabilire fonturi
- poziționare elemente de identitate
- restricții comunicare vizuală
- realizare elemente de identitate (logo, titulatură, motto, slogan etc)
- stabilire concert și design materiale (online și offline)
- creație materiale artist (online și offline)

##### **III. 4. training management artistic:**

- asigure sală training
- realizare suport curs

##### **III.5 strategie de promovare artist**

- realizare canale de promovare
- realizare comunicat de presă
- asigurare prezență artist în emisiuni radio/sau TV
- informare instituții media de specialitate
- compunere text campanie de promovare

-creație și editare materiale de promovare

### **III.6. un pachet de identitate artist**

-stabilire concert și design

-realizare programare

-stabilire temă

-concepere text

-realizare declinări diferite device-uri

-suport tehnic

Oferta financiară va cuprinde prețul total pentru prestarea serviciilor solicitate prin Caietul de Sarcini și prețul pe loturi.

Cerințele prevăzute în Caietul de Sarcini sunt minimale și obligatorii, oferta care nu respectă cerințele Caietului de Sarcini va fi declarată neconformă și va fi respinsă, iar la elaborarea ofertei financiare, ofertantul va ține seama de cerințele prevăzute în Caietul de Sarcini și de costurile aferente realizării serviciilor pentru perioada evenimentului.

La finalizarea prestării serviciilor, Prestatorul va prezenta un Raport de Activitate ce va conține detaliile referitoare la desfășurarea evenimentului și va fi însoțit de toate dovezile foto, video, audio, privind efectuarea serviciilor prestate, conform caietului de sarcini.

Raportul de Activitate astfel menționat va sta la baza încheierii Procesului Verbal de recepție cantitativă/calitativă, semnat de ambele părți.