

COMPARTIMENTUL STRATEGIE ȘI COMUNICARE

S.C. CNI S.A.
29.174
20.11.20

Către G4Media.ro

În atenția domnului Redactor Șef Cristian Pantazi

Referitor: solicitare privind campania de publicitate a Companiei Naționale de Investiții

Ca urmare a solicitării dumneavoastră, înregistrată la CNI cu numărul 29.174/18.11.2020, vă transmitem alăturat următoarele:

SC Compania Națională de Investiții "CNI" S.A. este o persoană juridică română având forma juridică de societate comercială pe acțiuni care își desfășoară activitatea în conformitate cu prevederile Legii nr. 31/1990.

Compania Națională de Investiții este finanțată **exclusiv din venituri proprii**, provenite din serviciile de asistență tehnică oferite în pregătirea și derularea programelor de interes public și social. Pentru aceste servicii se calculează o cotă forfetară din valoarea lucrărilor realizate, la care se adaugă și alte venituri realizate din activități proprii cuprinse în obiectul de activitate.

CNI nu beneficiază de alocații bugetare sau credite rambursabile sau garantate de stat.

În ultimii 10 ani, CNI nu a beneficiat de nicio campanie de promovare, ci a comunicat doar prin intermediul paginii proprii de internet și a rețelelor sociale (Facebook), deși în toți acești ani, compania a finalizat peste 890 de proiecte cu o valoare totală de peste 2,8 miliarde de lei.

În acest moment, CNI are în implementare peste 480 de obiective de investiție a căror valoare este de peste 5 miliarde de lei. Dintre acestea, publicului larg îi sunt cunoscute doar câteva precum cele 3 arene din București (Steaua, Arcul de Triumf și Giulești) sau Cazinoul din Constanța deși avem în lucru 19 unități sanitare în localități precum Bacău, Brașov, Călărași, Techirghiol, Iași, Piatra Neamț, Rădăuți sau Vaslui, reabilitări de monumente istorice precum Ansamblul Bisericii Înălțarea Sfintei Cruci din Pătrăuți - monument UNESCO (jud. Suceava), Consolidarea și modernizarea Colegiului Național "Liviu Rebreanu" din Bistrița (jud. Bistrița Năsăud) etc. De asemenea, numai anul acesta am finalizat până la această data, investiții de peste 317 milioane de lei, dintre care amintim Reabilitarea, modernizarea și dotarea pavilionului secției Boli infecțioase la Spitalul Județean de Urgență din Zalău (jud. Sălaj), Extinderea și dotarea Spitalului Orășenesc din Lipova (jud. Arad), Construirea spațiului clinic de Recuperare Oncologică în localitatea Slatina Nera (jud. Caraș Severin), Construirea unui pod peste râul Bistrița în comuna Tarcău (jud. Neamț) și refacerea Podului peste râul Olt situat pe DJ 104K pe raza comunei Comana (jud. Brașov), consolidarea sau refacerea și modernizarea drumurilor afectate de calamități în localități precum Maurenii, Fârlug, Vermeș (jud. Caraș Severin), Dragomirești (jud. Vaslui) etc.

În aceste condiții, ca orice companie care derulează proiecte în România, am considerat oportună lansarea unei campanii de promovare a proiectelor noastre menită să crească vizibilitatea companiei, campanie care a fost inclusă în strategia generală de dezvoltare a societății. Drept urmare, în bugetul anual de venituri și cheltuieli a fost prevăzută o sumă dedicată serviciilor de promovare și publicitate,

COMPARTIMENTUL STRATEGIE ȘI COMUNICARE

aproximativ 2,8% din bugetul total de cheltuieli. Aceste sume nu provin de la bugetul de stat, ci din fonduri proprii ale CNI și nu puteau fi utilizate în finanțarea de obiective de investiții din cadrul PNCIPS.

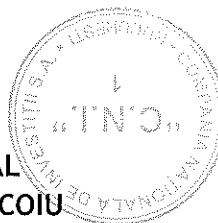
Cheltuielile angajate de CNI pentru derularea de campanii de promovare nu aduc niciun prejudiciu bugetului de stat și nici nu influențează deficitul bugetar. Astfel de campanii de promovare/publicitate se realizează inclusiv la nivelul proiectelor care beneficiază de finanțare prin fonduri europene, fiind vorba de sume special dedicate pentru aceste activități, pentru fiecare proiect în parte, sume care în unele cazuri ar putea ajunge până la 10% din valoarea totală a proiectului. Dacă încercăm o comparație, bugetul alocat pentru această campanie, raportat la valoarea totală a investițiilor aflate în derulare la acest moment, reprezintă doar 0,01% din valoarea acestora.

Campania avută în vedere de CNI nu este dedicată unui proiect punctual, ci tuturor investițiilor pe care societatea noastră le derulează și ai căror beneficiari sunt, în principal, autoritățile publice locale și comunitățile pe care acestea le reprezintă.

Procedura de achiziție publică pentru contractarea acestor servicii a fost demarată încă din luna mai a acestui an (anunț de participare publicat în SICAP nr. SCN1068728/25.05.2020) și a fost finalizată în la sfârșitul lunii iulie a acestui an (anunț de atribuire publicat în SICAP SCNA1040226/27.07.2020). Durata contractuală pentru această achiziție este de 6 luni, de la data semnării contractului.

Cu stimă,


DIRECTOR GENERAL
Manuela Irina PĂTRĂȘCOIU



COMPARTIMENTUL STRATEGIE ȘI COMUNICARE

Adina MITRAN
