

Caiet de sarcini

Publicitate și servicii de promovare (susținerea vizibilității aplicației EVO și a serviciilor publice digitale)

1. Informații generale

Autoritatea contractantă: Agenția de Guvernare Electronică (AGE)
Obiectul achiziției: Prestarea de servicii integrate de promovare și publicitate
Scopul: Promovarea serviciilor publice digitale și creșterea gradului de informare și utilizare a acestora de către populație.

2. Obiectul achiziției

Obiectul prezentei achiziții îl constituie prestarea de servicii de promovare, comunicare și publicitate, în scopul susținerii vizibilității proiectelor implementate de Agenția de Guvernare Electronică (AGE), în special promovarea aplicației EVO și a utilizării serviciilor publice digitale de către populație.

Prestatorul sau prestatorii selectați vor asigura planificarea, producția, livrarea și monitorizarea unei campanii integrate de comunicare, care va include, următoarele componente:

Lot 1

- Servicii de publicitate online și promovare pe rețele sociale, inclusiv planificarea, configurarea campaniilor, derularea campaniilor prin achiziția inventarului de media (impresii și afișări), monitorizarea și optimizarea campaniilor, dar și raportarea pentru următoarele sub - componente:
 - Promovarea a minim 4 spoturi video existente pe parcursul a 3 luni;
 - Promovarea conținutului generat de AGE (publicații (posts), video (reels)) pe Facebook, Instagram și LinkedIn pe parcursul a 3 luni;

Lot 2

- Activități de promovare prin lideri de opinii și creatori de conținut ce vor crea și publica serii de materiale de promovare din nume propriu, inclusiv identificarea creatorilor și liderilor de opinii conform unor parametri agreeți cu AGE și prezentarea unei "liste lungi" către aprobarea AGE, verificarea conținutului acestora pentru a elimina riscul reputațional, verificarea veridicității indicatorilor de acoperire (urmăritori, reach, etc) a fiecărui candidat, briefing-ul creatorilor și liderilor de opinii validați, aprobarea conceptelor "proiectelor speciale" cu AGE, asigurarea creatorilor și liderilor de opinii cu materialele informaționale, grafice și vizuale necesare, asigurarea consistenței vizuale de comunicare a brandului EVO, monitorizarea și supervizarea producerii conținutului agreeat, monitorizarea și colectarea indicatorilor de performanță, constând în:

- 4 proiecte speciale derulate cu lideri de opinii și creatori de conținut pe parcursul a 4 luni;

Lot 3

- Activități de promovare prin plasamente pe afișaj stradal pe ecrane LED în 4 centre regionale (Bălți, Cahul, Comrat și Ungheni), ce vor presupune identificarea furnizorilor de media cu acoperire relevantă, elaborarea unei liste de locații propuse și planului cu frecvența de difuzări în baza criteriilor de vizibilitate, trafic și acoperire geografică; elaborare obținerea aprobării AGE asupra listei scurte de locații, contractarea spațiilor media, furnizarea cerințelor tehnice și monitorizarea adaptării conținutului video la cerințele tehnice ale fiecărui ecran, transmiterea materialelor către operatori, supravegherea procesului de difuzare și verificarea respectării planului de rotație și frecvenței de emisie agreeat cu AGE, documentarea dovezilor de difuzare, colectarea rapoartelor tehnice și de audiență, precum și elaborarea unui raport final de performanță.
 - Plasament pe 4 ecrane LED în centre regionale timp de 3 luni;

Lot 4

Activități de promovare prin plasamente pe afișaj stradal în municipiul Chișinău, constând în afișarea de conținut vizual pe 12 ecrane LED digitale, inclusiv identificarea locațiilor cu trafic pietonal și auto intens, întocmirea unei liste suprafețe și ecrane propuse pentru plasament conform criteriilor agreeate cu AGE, prezentarea acestora pentru aprobare, contractarea furnizorilor de media, prezentarea specificațiilor tehnice și monitorizarea producerii materialelor de campanie la cerințele fiecărui suport, transmiterea și supravegherea plasamentelor, asigurarea calității redării și coerenței vizuale a mesajului, monitorizarea afișajului pe durata întregii perioade de difuzare, colectarea dovezilor de plasament prin rapoarte foto lunare, precum și întocmirea unui raport final de implementare.

- Minim 12 panouri publicitare stradale de tip LED în municipiul Chișinău timp de 3 luni;

3. Servicii solicitate

Lot 1 – Publicitate online și promovare pe rețele sociale

Nr.	Sub-componentă	Specificații tehnice minime	Durata	Cantitate
1.1	Promovare spoturi video	Minim 4 spoturi video, format 16:9, HD (1080p), livrate prin campanii Video in Google Ads, DV360 ș.a.; targeting comportamental și geografic.	3 luni	Minim 2.400.000 impresii estimate
1.2	Promovare conținut (posts, reels, story-uri) pe	Minim 3 postări pe săptămână promovate (postări imagini și text/video reels, story-uri); targeting comportamental pe	3 luni	Minim 6.000.000 impresii estimate.

	Meta: Facebook și Instagram	interese și audiențe existente, optimizare pentru reach și engagement; Minim 36 promovări		
1.3	Promovare conținut pe LinkedIn	Minim 1 publicare pe săptămână promovată (imagini/video și text); targeting comportamental și pe interese, optimizare pentru reach și engagement; min. 12 promovări	3 luni	Minim 58.000 impresii estimate

Lot 2 – Proiecte speciale cu liderii de opinie și creatori de conținut

Nr.	Sub-componentă	Specificații tehnice minime	Durata	Cantitate
2.1	Proiecte speciale cu liderii de opinie și creatori de conținut	Minim 4 proiecte speciale; liderii de opinie și creatori de conținut cu audiențe de până la 100 mii, selectați conform parametrilor validați de AGE; briefing, supervizare, furnizare materiale și raportare KPI.	4 luni	4 proiecte

Lot 3 – Plasamente media pe ecrane LED regionale

Nr.	Sub-componentă	Specificații tehnice minime	Durata	Cantitate estimativă
3.1	Ecrane LED în 4 centre regionale	Plasament pe 4 ecrane dintre cele 4 orașe (Bălți, Cahul, Comrat, Ungheni); rezoluție minimă 768x384 px, min. 100 rotații/zi, durata spotului estimată: 20 secunde, difuzare între 06:00–23:00, cu opțiunea de modificare a spoturilor la solicitarea beneficiarului	3 luni	4 ecrane LED

Lot 4 – Plasamente pe afișaj stradal în municipiul Chișinău

Nr.	Sub-componentă	Specificații tehnice minime	Durata	Cantitate estimativă
4.1	Ecrane LED Chișinău	Minim 12 locații cu ecrane LED digitale externe; rezoluție minimă 768x384 px, minim. 100 rotații/zi, durata spotului estimată: 20 secunde, difuzare între 06:00–	3 luni	12 ecrane LED

		23:00, cu opțiunea de modificare a spoturilor la solicitarea beneficiarului		
--	--	---	--	--

4. Cerințe față de ofertant

Pentru a asigura prestarea serviciilor la un standard profesional adecvat și în conformitate cu obiectivele Agenției de Guvernare Electronică, ofertanții trebuie să îndeplinească cumulativ următoarele cerințe minime:

4.1. Cerințe generale de eligibilitate

- Ofertantul trebuie să fie o persoană juridică înregistrată legal în Republica Moldova, cu dreptul de a presta servicii de publicitate, comunicare și promovare, conform legislației în vigoare;
- Ofertantul nu se află în stare de faliment, lichidare, reorganizare judiciară sau alte proceduri similare;
- Ofertantul nu are datorii restante față de bugetul de stat;
- Ofertantul nu este implicat în litigii legale sau contractuale cu instituții publice care ar putea afecta buna executare a contractului.

4.2. Cerințe privind capacitatea profesională

- Experiență demonstrabilă de minim **3 ani** în domeniul serviciilor de comunicare, publicitate digitală, media buying sau influencer marketing;

Prestarea, în ultimii 3 (trei) ani, a cel puțin două (2) contracte similare pentru fiecare lot la care operatorul economic participă, fiecare contract având o valoare minimă după cum urmează:

- *Lotul nr. 1 – Publicitate online și promovare pe rețele sociale: minim 300 000 MDL per contract;*
- *Lotul nr. 2 – Proiecte speciale cu liderii de opinie și creatori de conținut: minim 140 000 MDL per contract;*
- *Lotul nr. 3 – Plasamente media pe ecrane LED regionale: minim 77 000 MDL per contract;*
- *Lotul nr. 4 – Plasamente pe afișaj stradal în municipiul Chișinău: minim 213 000 MDL per contract.*

Contractele prezentate trebuie să fi inclus campanii de promovare integrate, cu cel puțin trei dintre următoarele componente: OOH, digital, social media, influencer marketing.

Ofertanții vor prezenta studii de caz care demonstrează implementarea campaniilor luând cont de segmentarea pe grupuri țintă, rezultate în baza scopurilor propuse și optimizările relevante efectuate.

În cazul în care operatorul economic participă pentru toate loturile, se va solicita o experiență similară cumulată în valoare totală minimă de 730 000 MDL.

- Disponibilitatea unei echipe de proiect formată din minimum:
 - 1 coordonator de proiect cu experiență relevantă în gestionarea campaniilor de comunicare pentru loturile 1-4;

și cel puțin un specialist din următorii în dependență de Lotul/rile, pentru care a fost depusă oferta:

- 1 specialist media digitală (DV360, Meta Ads, LinkedIn Ads) pentru lotul nr. 1;
- 1 specialist în OOH (out-of-home) media pentru lotul nr.3 și lotul 4;
- 1 coordonator campanii cu influenceri/creatori de conținut pentru lotul nr.2.

4.3. Cerințe privind capacitatea tehnică

- Acces demonstrabil și certificări ale personalului în utilizarea platformelor de media buying (Meta Ads Manager, Google Ads, Google DV360, LinkedIn Campaign Manager ș.a.);
- Capacitatea de a furniza dovezi privind plasamentele OOH, inclusiv raportare lunară foto și dovezi de difuzare (video, capturi ecran, rapoarte rotație);
- Capacitatea de a efectua segmentări avansate pentru publicul țintă (demografic, geografic, comportamental) și de a optimiza în timp real campaniile livrate.

4.4. Cerințe privind etica și reputația profesională

- Ofertantul trebuie să demonstreze absența conflictelor de interese în raport cu AGE;
- Ofertantul se obligă să respecte principiile etice ale comunicării publice, inclusiv cele privind protecția datelor cu caracter personal, nediscriminarea, transparența și responsabilitatea socială;
- Ofertantul trebuie să demonstreze capacitatea de a evalua riscurile reputaționale în asociere cu influenceri sau canale media propuse și să asigure conformitatea acestora cu standardele și identitatea vizuală a brandului EVO.

5. Termen de executare

Serviciile vor fi prestate pentru loturile 1, 3, 4 în termen de 3 luni și pentru lotul 2 în termen de 4 luni.

6. Buget estimativ

Valoarea totală estimativă: 627 500 lei, fără TVA.

7. Livrabile așteptate

Lot 1 – Publicitate online și promovare pe rețele sociale

- Media plan, cu repartizarea bugetului pe platforme și obiective (reach, engagement, video views), precum și propuneri de optimizare;
- Rapoarte lunare de performanță: reach, impresii, cost per result, audiențe atinse;

- Dovezi de implementare: capturi ecran din platforme, linkuri de postări active, detalii despre perioada și bugetul fiecărei promovări;
- Raport final cu analiza rezultatelor vs. obiective, optimizări efectuate și recomandări pentru campanii viitoare

Lot 2 – Proiecte speciale cu liderii de opinii și creatori de conținut

- Listă lungă de influenceri/creatori propuși, cu date despre audiență, engagement, domeniu de activitate, veridicitatea indicatorilor (reach, followers);
- Concepte de proiecte speciale (minim 4) dezvoltate și aprobate împreună cu AGE, inclusiv conținutul propus (video, text, vizual), calendarul de publicare și obiectivul de comunicare;
- Dovezi de difuzare: linkuri către postări, capturi ecran, indicatori de performanță (reach, like-uri, comentarii, salvări, vizualizări);
- Raport final: analiză comparativă a performanței proiectelor, grad de livrare, lecții învățate și concluzii privind impactul asupra notorietății aplicației EVO.

Lot 3 – Plasamente media pe ecrane LED regionale

- Listă scurtă de locații aprobate de AGE, cu detalii tehnice ale ecranelor și frecvența propusă de difuzare;
- Rapoarte lunare cu dovezi de plasament: materiale foto/video din teren, rapoarte de rotație zilnică/săptămânală, date despre funcționarea ecranelor;
- Raport final: confirmarea execuției conform planificării și impact estimat în funcție de locație și trafic.

Lot 4 – Plasamente pe afișaj stradal în municipiul Chișinău

- Lista scurtă locațiilor de ecrane LED aprobate de AGE, cu descrierea tipului de plasament, frecvenței pentru ecrane LED, dimensiunilor și specificațiilor tehnice;
- Rapoarte lunare cu dovezi de plasament: materiale foto/video din teren, rapoarte de rotație zilnică/săptămânală, date despre funcționarea ecranelor;
- Raport final: confirmarea execuției conform planificării și impact estimat în funcție de locație și trafic.