


CAIET DE SARCINI
ACHIZIȚIA SERVICIILOR DE COMUNICARE ȘI PROMOVARE
a Programului 373 implementat de IP
ODA ET. 2/2024
SET 3



1. Context

La data de 2 mai 2023, Guvernul a anunțat lansarea Programului 373, instrument de susținere a accesului la finanțare. Programul 373 urmează să devină produsul de bază al Guvernului pentru încurajarea investițiilor realizate de mediul de afaceri care să se transforme în locuri de muncă noi, companii puternice și creștere economică. Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului, a realizat pe parcursul anului 2023 prima etapă a campaniei de comunicare cu privire la Programul 373. Etapa 1 a contribuit la amplificarea informării reprezentanților mediului de afaceri și la creșterea numărului de credite solicitate în cadrul Programului. Etapa 2 a campaniei de comunicare se desfășoară pe parcursul celei de a doua jumătăți a anului 2024 cu o concentrare a comunicării în lunile august – septembrie. Etapa 2 va include activități de difuzare a materialelor produse în cadrul etapei 1, ajustarea și producerea materialelor secundare și organizarea după caz a unor evenimente publice.

Etapa 2 Set 3 – Achiziție Servicii de Mediatizare a Materialor de Comunicare în internet

La această etapă Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului lansează procedura de achiziție pentru selectarea unei companii care să elaboreze să producă și să livreze Setul 3 de materiale/servicii de comunicare pentru Etapa 2 a Campaniei de Comunicare cu privire la Programul 373.

2. Informații generale

Prezentul caiet de sarcini constituie ansamblul cerințelor minime obligatorii pe baza conform cărora se elaborează de către fiecare ofertant propunerea tehnică și financiară. Operatorul economic va presta serviciile conform specificațiilor din prezentul caiet de sarcini.

2.1. Sursa de finanțare: Bugetul de stat.

2.2. Valoarea totală a achiziției constituie – 120 000,00 lei, fără TVA

2.3. Autoritatea Contractantă: Instituția Publică Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (IP ODA)

2.4. Beneficiar: Instituția Publică Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (IP ODA)

2.5. Termen de realizare a contractului -28 de zile (2-29 septembrie 2024).

3. Serviciile solicitate

Pentru a îndeplini această misiune, IP ODA caută să contacteze o companie specializată în prestarea serviciilor de mediatizare a materialelor de comunicare, inclusiv media planing și media buying, cu specializare în canalele de internet Meta (Facebook) și Google Ads. Prestatorul are obligația ca pe toată durata de derulare a contractului să presteze la solicitarea autorității contractante următoarele servicii:

1. Mediatizare spot 373 prin Meta Ads

Planificarea logistică (inclusiv recomandări de setare a mediatizării) și mediatizarea propriu zisă (inclusiv administrarea pe parcursul campaniei a canalului/instrumentelor respective) prin Meta Ads (Facebook ads) a spotului video existent al Programul 373 (inclusiv adaptarea acestuia la formatele necesare), conform următoarelor cerințe, aplicabile în funcție de capacitățile canalului:

- spot video existent în 2 variante a câte 30sec. fiecare,
- mediatizarea echivalentă a variantelor 50%/50%
- Intervale de timp:
 - dimineața 7:00 – 10:00
 - amiaza 11:00 – 14:00

seara 16:00 – 23:00

- Target 1.
Business owners: IMM / proprietari/administratori de afaceri, Moldova
Pondere mediatizării 90% din efort
- Target 2. 18+ Moldova
Pondere mediatizării 10% din efort
- Distribuția Geografică a mediatizării:
 - mun. Chișinău 10%
 - Regiunea Centru 10 %
 - Regiunea Nord 20 %
 - UTA Găgăuzia 15 %
 - Regiunea Sud 30 %
 - mun. Bălți 15 %
- Perioada 28 zile / 2 – 29 Sep. 2024
 - cu intensitate sporită în zilele 1, 2 și 26, 27, 28 ale perioadei
 - cu intensitate medie în zilele 3, 4, 5, 6, 7 și 22, 23, 24, 25 ale perioadei
 - cu intensitate mică în zilele 8 - 21 ale perioadei
- Ofertele vor include bugetele recomandate/zi, bugetele totale/campanie/canal, metricile corespunzătoare CPM, Reach, CPC în funcție de recomandări
- link spre < www.373.gov.md>
- Executorul va agreea tacticile de mediatizare cu beneficiarul anterior emisiei
- Executorul va informa săptămânal despre progresul și dinamica campaniei prin acest canal în baza dashboardurilor/metricilor pe care le oferă canalul.
- La încheierea campaniei Executorul va prezenta un raport de mediatizare care va include istoricul mediatizărilor și toate metricile de performanță.

2. Mediatizare spot 373 prin Google Ads inclusiv Youtube

Planificarea logistică (inclusiv recomandări de setare a mediatizării) și mediatizarea propriuzisă (inclusiv administrarea pe parcursul campaniei a canalului/instrumentelor respective) prin Google Ads (inclusiv Youtube) a spotului video existent al Programul 373 (inclusiv adaptarea acestuia la formatele necesare), conform următoarelor cerințe, aplicabile în funcție de capacitățile canalului:

- spot video existent în 2 variante a câte 30sec. fiecare,
- mediatizarea echivalentă a variantelor 50%/50%
- Intervale de timp:
 - dimineața 7:00 – 10:00
 - amiază 11:00 – 14:00
 - seara 16:00 – 23:00
- Target 1.
Business owners: IMM / proprietari/administratori de afaceri, Moldova
Pondere mediatizării 90% din efort
- Target 2. 18+ Moldova
Pondere mediatizării 10% din efort
- Distribuția Geografică a mediatizării:
 - mun. Chișinău 10%
 - Regiunea Centru 10 %
 - Regiunea Nord 20 %
 - UTA Găgăuzia 15 %
 - Regiunea Sud 30 %
 - mun. Bălți 15 %
- Perioada 28 zile / 2 – 29 Sep. 2024
 - cu intensitate sporită în zilele 1, 2 și 26, 27, 28 ale perioadei

- cu intensitate medie în zilele 3, 4, 5, 6, 7 și 22, 23, 24, 25 ale perioadei
- cu intensitate mică în zilele 8 - 21 ale perioadei
- Ofertele vor include bugetele recomandate/zi, bugetele totale/campanie/canal, metricile corespunzătoare CPM, Reach, CPC în funcție de recomandări
- link spre < www.373.gov.md>
- Executorul va agreea tacticile de mediatizare cu beneficiarul anterior emisiei
- Executorul va informa săptămânal despre progresul și dinamica campaniei prin acest canal în baza dashboardurilor/metricilor pe care le oferă canalul.
- La încheierea campaniei Executorul va prezenta un raport de mediatizare care va include istoricul mediatizărilor și toate metricile de performanță.

3. Mediatizare 373 prin bannere pe site-urile web de știri din Moldova animație simplă
Planificarea logistică (inclusiv recomandări de setare a mediatizării) și mediatizarea propriu zisă (inclusiv administrarea pe parcursul campaniei a canalului/instrumentelor respective) prin canalele enumerate mai jos a imaginii generice a Etapei 2 a Campaniei de Comunicare cu privire la Programul 373 (inclusiv elaborarea banerului animat și adaptarea acestuia la formatele necesare conform canalelor). Mediatizarea se va baza prioritar pe paginile de start a canalelor prin headere (BillBoard-uri și/sau similare) dar și pe paginile știrilor (prioritar bannere verticale laterale), conform următoarelor cerințe:

- adaptare imagine generică existentă la format de banner animat (animație simplă)
- adaptare banner animat la formatele canalelor în funcție de necesitate
- Intervale de timp, în cazul în care se aplică:
 - dimineața 7:00 – 10:00
 - amiază 11:00 – 14:00
 - seara 16:00 – 23:00
- Perioada 28 zile / 2 – 29 Sep. 2024
Unde e posibil se va aplica intensitatea diferențiată:
 - cu intensitate sporită în zilele 1, 2 și 26, 27, 28 ale perioadei
 - cu intensitate medie în zilele 3, 4, 5, 6, 7 și 22, 23, 24, 25 ale perioadei
 - cu intensitate mică în zilele 8 - 21 ale perioadei
- Ofertele vor include bugetele recomandate/zi, bugetele totale/campanie/canal, metricile corespunzătoare CPM, Reach, CPC în funcție de recomandări
- link spre < www.373.gov.md>
- Lista de canale:
 - anticoruptie.md
 - stiri.md
 - point.md
 - newsmaker.md
 - mold-street.com
 - tv8.md
 - zdg.md
 - gismeteo.md
 - protv.md
 - perfecte.md
 - agora.md
 - esp.md
 - diez.md
 - IPN
 - infomarket.md
 - logos.press.md
 - mybusiness.md

- infotag.md
- moldova.org
- tuk.md
- Executorul va agreea tacticile de mediatizare cu beneficiarul anterior emisiei
- Executorul va informa săptămânal despre progresul și dinamica campaniei prin acest canal în baza dashboardurilor/metricilor pe care le oferă canalul.
- La încheierea campaniei Executorul va prezenta un raport de mediatizare care va include istoricul mediatizărilor și toate metricile de performanță.

4. Criterii de eligibilitate: **cel mai bun raport calitate - preț**

- a) Experiență dovedită în dezvoltarea și implementarea campaniilor promoționale în instituțiile publice, centrale sau cele de specialitate (minim 2 campanii);
- b) Experiența în comunicare integrată (instrumentelor de comunicare, precum și conversia domeniilor (PR, advertising, Social Media, event etc.) (exemple de campanii cu descifrările de rigoare, minim 2 campanii);
- c) Experiența dovedită în dezvoltarea și implementarea campaniilor de comunicare de nivel național (minim 1 rapoarte de monitorizare media, care includ materialele de presă realizate.

Factorii de evaluare a ofertei celei mai avantajoase din punct de vedere economic și tehnic, precum și ponderile lor:

Nr. d/o	Denumirea factorului de evaluare	Ponderea%
1	Evaluarea financiară	40
2	Evaluarea criteriilor de performanță	60

Evaluarea financiară (S_f) a ofertelor înaintate va fi efectuată pentru fiecare ofertant în parte, în baza prețului ofertei financiare.

Scorul total al evaluării financiare (S_f) pentru fiecare Ofertant se va calcula după cum urmează:

$$S_f = 40 \times (P_{min}/P_o),$$

P_{min} – prețul minim al ofertelor prezentate;

P_o – prețul ofertei evaluate.

Evaluarea criteriilor de performanță (S_c) ale ofertelor se va efectua prin atribuirea unui număr de puncte pentru fiecare caracteristică, după cum e indicat în Tabelul de mai jos.

Criteriile de performanță: Obiectul achiziției: Servicii de comunicare și promovare a Programului 373 (et I)	Punctaj maxim
Experiență dovedită în dezvoltarea și implementarea campaniilor promoționale în instituțiile publice, centrale sau cele de specialitate (minim 2 campanii);	20
Experiența în comunicare integrată (instrumentelor de comunicare, precum și conversia domeniilor (PR, advertising, Social Media, event etc.) (exemple de campanii cu descifrările de rigoare, minim	20

2 campanii);		
<i>Experiența dovedită în dezvoltarea și implementarea campaniilor de comunicare de nivel național (minim 1 rapoarte de monitorizare media, care includ materialele de presă realizate.</i>	20	
TOTAL:	60	

Evaluarea cerințelor va fi efectuată în baza rezultatelor evaluării conținutului ofertei și documentelor depuse.

Scorul total al evaluării criteriilor de performanță, pentru fiecare ofertant în parte, se va calcula după următoarea formulă:

$S_c = \Sigma_c$, unde:

S_c – scorul total al evaluării criteriilor de performanță;

Σ_c – suma punctelor acumulate în urma evaluării fiecărui criteriu de performanță.

Oferta desemnată ca fiind câștigătoare va fi apreciată prin sumarea scorului obținut pentru evaluarea criteriilor de performanță și scorului obținut pentru evaluarea financiară, prin aplicarea ponderării menționate mai sus, după următoarea formulă:

$S_t = S_f + S_c$ unde:

S_t – scorul total al ofertei;

S_f – scorul evaluării ofertei financiare;

S_c – scorul evaluării criteriilor de performanță.

Notă: Numai ofertele cu punctaj de cel puțin 40 de puncte din 60 (evaluate tehnic), se vor califica pentru evaluarea financiară.

5. Perioada de contractare și locația:

Livrabilele (serviciile) vor fi prezentate separat, conform unui grafic, în ordinea agreată cu autoritatea contractantă la semnarea contractului. Locul de desfășurare este Republica Moldova.

6. Condiții speciale de executare a contractului:

1. Toate materialele promoționale și de vizibilitate dezvoltate și utilizate pe parcursul contractului, care vor include logo-urile finanțatorilor și implementatorilor, trebuie să fie concepute în conformitate cu regulile acestora.

2. Materialele de vizibilitate și comunicare vor fi coordonate înainte de publicare, diseminare sau utilizare cu Secția Marketing și Comunicare a IP. ODA. Numai după obținerea aprobării, executantul va publica, difuza sau utiliza aceste produse.

3. Orice publicare fără aprobarea prealabilă poate cauza penalizări pentru executant sau rezilierea unilaterală a contractului.

Solicitant _____

Secția marketing și comunicare