


CAIET DE SARCINI
ACHIZIȚIA SERVICIILOR DE COMUNICARE ȘI PROMOVARE
a Programului 373 implementat de
IP ODA



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. În acest context Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului, lansează procedura de achiziție pentru selectarea unei companii care să elaboreze și implementeze o strategie de comunicare pentru promovarea Programului.

Obiectivele programului 373 sunt:

- Încurajarea inovației: Încurajarea IMM-urilor să dezvolte soluții, produse sau servicii inovatoare care să contribuie la încurajarea inovației și a creșterii economice în Moldova;
- Creșterea predispoziției pentru investiții: Oferirea de finanțare la prețuri accesibile IMM-urilor care doresc să-și dezvolte afacerile și să contribuie la creșterea PIB-ului;
- Consolidarea economiei locale: Susținerea mediului de afaceri general din Moldova, prin promovarea investițiilor;
- Stimularea colaborării: între IMM-uri, bănci, agenții guvernamentale și alte părți interesate pentru a crea un ecosistem mai prielnic pentru antreprenoriat și creștere economică;

Obiectivele campaniei de comunicare pentru promovarea produsului 373:

Obiectiv 1: Motivarea băncilor comerciale de a participa la program;

Obiectiv 2: Convingerea antreprenorilor de a investi în economia națională;

Obiectiv 3: Sporirea încrederii în economia națională, respectiv de încurajare în dezvoltarea afacerilor și crearea locurilor de muncă.

2. Informații generale

Prezentul caiet de sarcini constituie ansamblul cerințelor minime obligatorii pe baza 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. Autoritatea Contractantă: Instituția Publică Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (IP ODA)

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

2.4. Durata contractului: 12 luni

Valoarea totală a achiziției constituie – **795 000,00 lei, fără TVA**

3. Serviciile solicitate

Pentru a îndeplini această misiune, IP ODA caută să contacteze o companie specializată în comunicare strategică. Aceasta trebuie să asigure colaborarea cu comunicatorii Guvernului și ai instituțiilor subordonate cu privire la acoperirea evenimentelor, promovarea încrucișată și alte oportunități de a valorifica resursele de comunicare. Prestatorul are obligația ca pe toată durata de derulare a contractului să presteze la solicitarea autorității contractante următoarele servicii:

1. elaborarea unui plan de campanie care va prezenta o viziune detaliată asupra îndeplinirii misiunii. Planul va include și indicatori de performanță cu scopul de a urmări succesul campaniei și de a optimiza eficacitatea acesteia, bugetul detaliat și calendarul de implementare;
2. întocmirea unor proceduri standard de operare specifice pentru echipele de comunicare din Cancelaria de Stat, Ministere, Agenții de stat și instituții publice;
3. realizarea unor proceduri standard de operare specifice pentru echipele de comunicare din cadrul băncilor comerciale (ghid de comunicare);
4. conceperea și livrarea instruirilor pe produsele de comunicare ale campaniei 373 pentru echipa managerială și echipa de experți din cadrul IP ODA;
5. acordarea asistenței în comunicarea strategică pe parcursul perioadei derulării campaniei.
6. implementarea planului de comunicare și elaborarea produselor specifice de comunicare, asigurarea serviciilor de traducere a textelor din limba română în limba engleză/rusă;
7. proiectarea designului produselor de comunicare: dezvoltare brandbook, billboard, bannere online, materiale print cu descrierea programului;
8. crearea de conținut captivant, inclusiv studii de caz, spoturi video, postări, infografice, comunicate de presă cu scopul de a prezenta beneficiile Programului;
9. elaborarea planului de participări la emisiuni și talkshow-uri cu pregătirea materialelor necesare (fișe informative, linii de mesaj, potențiale întrebări/răspunsuri);
10. asigurarea mentenanței paginii web 373.gov.md, inclusiv copywriting, design grafic și programare.
11. asigurarea desfășurării evenimentelor: planificarea și organizarea evenimentului de lansare, webinar, ateliere de lucru, sesiuni de informare;
12. elaborarea speech-urilor pentru evenimente (la necesitate);
13. menținerea relațiilor media înainte, în timpul și post eveniment;
14. elaborarea comunicatelor de presă;
15. documentarea mersului campaniei: video și foto cu participanți ai programului și transpunerea acestora într-un raport;
16. întocmirea raportului de monitorizare și evaluare cu includerea datelor despre acoperirea, implicarea și impactul campaniei, precum și propunerea de recomandări pentru campaniile viitoare;
17. asigurarea actualizărilor regulate de progres și rapoartare.
18. realizarea unui spot video filmat (cu actori), în limba română, cu subtitrare în limba rusă, de promovare a Programului 373. Durata spotului video va fi de 60 secunde în variantă lungă pentru rețele de socializare și 30 secunde în variantă scurtă. Spotul de 30 secunde va fi ajustat și pentru Radio, în variantă română și rusă.

4. Criterii de eligibilitate:

- a) Experiență dovedită în dezvoltarea și implementarea campaniilor promoționale în instituțiile administrației publice centrale de specialitate (minim 3 campanii);
- b) Experiența în comunicare strategică și integrată (conversia canalelor și instrumentelor de comunicare, precum și conversia domeniilor (PR, CSR, advertising, Social Media, event etc.) (exemple de campanii cu descifrările de rigoare, minim 3 campanii);
- c) Experiența dovedită în scrierea planurilor de comunicare (minim 2 planuri de comunicare drept confirmare);
- d) Experiența dovedită în dezvoltarea și implementarea campaniilor de comunicare de nivel național (minim 2 rapoarte de monitorizare media, care includ materialele de presă realizate și indicatorii de eficiență).

Notă: Ofertantul în mod obligatoriu va anexa suplimentar la actele indicate în pct. 16 al invitației de participare, un portofoliu care urmează să conțină acte confirmative a experienței deținute (informația privind campaniile desfășurate, planuri de comunicare, rapoarte de monitorizare media, orice acte relevant îndeplinirii criteriilor de eligibilitate).

Urmează a fi evaluate ofertele în baza factorilor de evaluare dacă ofertanții vor îndeplini cerințele minime de calificare indicate la rubrica criteriilor de eligibilitate.

4. Criteriul de evaluare aplicat pentru adjudecarea contractului: Cel mai bun raport calitate-preț

Criterii de evaluare:

Factorii de evaluare a ofertei celei mai avantajoase din punct de vedere economic, 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:
 $S_f = 60 \times (P_{min}/P_o)$,
 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 expert în scopul comunicării și promovării Proiectului UE pentru IMM-uri implementat de Instituția Publică Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului	Punctaj maxim
---	----------------------

<p><i>Experiența în domeniul prestării serviciilor de expert în cadrul promovării Proiectelor UE deja realizate:</i></p> <p><i>Numărul de proiecte similare din portofoliul prezentat, prestate unor instituții publice sau private (denumirea companiei/instituției comanditare și o descriere a proiectului în câteva fraze).</i></p> <p><i>a) de la 3 până la 5 proiecte similare10 puncte;</i></p> <p><i>b) de la 6 proiecte similare25 puncte.</i></p>	25
<p><i>Experiența dovedită în dezvoltarea și implementarea campaniilor de comunicare de nivel național, (rapoarte de monitorizare media, care includ și: materialele de presă realizate, indicatorii de eficiență etc.):</i></p> <p><i>a) 3 proiecte.....10 puncte;</i></p> <p><i>b) de la 4 proiecte.....15 puncte;</i></p>	15
<p><i>Calitatea ofertei (relevanța portofoliului de materiale, certificate relevante prezentate, claritatea și nivelul de detaliere a răspunsului la ofertă.....5 puncte;</i></p>	5
<p><i>Experiență dovedită în dezvoltarea și implementarea campaniilor promoționale:</i></p> <p><i>a) de la 3 până la 5 proiecte desfășurate în cadrul instituțiilor administrației publice centrale de specialitate.....10 puncte</i></p> <p><i>b) de la 6 proiecte desfășurate în cadrul instituțiilor administrației publice centrale de specialitate Guvernului.....15 puncte</i></p>	15
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.

5. Perioada de contractare și locația:

Serviciile de consultanță vor fi implementate pe durata contractului, conform unui grafic stabilit; 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