

ANUNȚ DE PARTICIPARE

privind achiziționarea serviciilor de PR, relații cu mass media și Social Media Management a campaniei anuale de comunicare pe piața din România.

(se indică obiectul achiziției)
prin procedura de achiziție Licitatie deschisă
 (tipul procedurii de achiziție)

1. Denumirea autorității contractante: **IP Oficiul National al Viei si Vinului**
2. IDNO: **1013620012945**
3. Adresa: **RM. mun. Chișinău, str. Mitropolit Dosoftei, 126**
4. Adresa de e-mail și de internet a autorității contractante:
achiziții_onvv@wineofmoldova.com
5. Adresa de e-mail sau de internet de la care se va putea obține accesul la documentația de atribuire: ***documentația de atribuire este anexată în cadrul procedurii în SIA RSAP***
6. Tipul autorității contractante și obiectul principal de activitate (dacă este cazul, mențiunea că autoritatea contractantă este o autoritate centrală de achiziție sau că achiziția implică o altă formă de achiziție comună): -
7. Cumpărătorul invită operatorii economici interesați, care îi pot satisface necesitățile, să participe la procedura de achiziție privind livrarea/prestarea/executarea următoarelor bunuri /servicii/lucrări:

Nr. d/o	Cod CPV	Denumirea bunurilor/serviciilor/lucrărilor solicitate	Unitatea de măsură	Cantitatea	Specificarea tehnică deplină solicitată, Standarde de referință	Valoarea estimată (se va indica pentru fiecare lot în parte)
1	2	3	4	5	6	7
79342200-5		Servicii de elaborare a strategiei anuale de comunicare, strategiei de imagine, a planului calendaristic de comunicare cu realizarea materialelor de comunicare necesare pentru promovarea brandului de țară wine of moldova pe piața României.				
1.1		Servicii de elaborare a strategiei anuale de comunicare și a planului calendaristic de comunicare pe piața României	Serviciu	1	Agencia va analiza posibilitățile de comunicare a brandului de țară Wine of Moldova pe piața României și va elabora : 1. Strategia anuală de comunicare; 2. Planul calendaristic de comunicare pentru perioada mai 2021-decembrie 2022 ; 3. Liniile și mesajele de comunicare ; 4. Canalele de comunicare (PR, digital, media, influenceri) ; 5. Micro campanii dedicate evenimentelor ; 6. Servicii de optimizare SEO profesionale și Advertoriale SEO, permanente, în limba română pe toată perioada indicată. Strategia anuală de comunicare va fi coordonată și aprobată de autoritatea contractantă. Termen : în 10 zile după semnarea contractului.	
1.2		Servicii de realizare a strategiei anuale de	Servicii	12	1. Account management /Relatia cu clientul / meetings/zoom -16 unități per luna ; 2. Strategie si consiliere 6 unități per luna ; 3. Media Relations 8 unități per luna ; 4. Copywriting 4 unități per luna ;	

		comunicare și a planului calendaristic de comunicare pe piața României		5. Influencer management 6 unități per luna; 6. Servicii administrative- contracte, organizare de trimitere de vin 8 unități per luna : Monitoring and reporting 8 unități per lună. 7. <u>Relații mass media continuu</u>: Agenția va avea în sarcina răspunderea la întrebările parvenite de la reprezentanții mass media, furnizare de conținut foto/video, minim 20 ore/lună. Expedierea mostrelor de vin Adhoc către presă cu acoperirea costurilor logistice pentru livrarea în București. 8. Agenția va analiza și alte posibilități de comunicare a brandului de țară Wine of Moldova pe piața României în baza planului de marketing oferit de ONVV și va identifica: a. evenimente de PR pentru asociere și/sau susținere în urma cărora Wine of Moldova va avea posibilitate să beneficieze de imagine și vizibilitate în mass-media din România (minim 3 evenimente a câte minim 3 apariții gratuite în mass media (online, TV, radio, scrisă). Notă : Toate sursele necesare pentru a asigura susținerea evenimentelor (materiale promoționale și sau alt tip de materiale) vor fi asigurate de ONVV suplimentar. b. posibilități de a realiza cu negociere și încheiere a parteneriatelor media gratuite cu mass media din România (cu mediile unde nu se va realiza plasare de publicitate), unde brandul de țară va obține vizibilitate gratuită și plasamente gratuite a oricăror materiale de comunicare (articole, comunicate, interviuri, reportaje video, etc) *Agentia va asigura minim 2 parteneriate media cu fiecare din următoarele categorii de surse mass-media: presa scrisă, online, radio și TV. Partenerii media vor fi publicații cunoscute la nivel național provenind din diverse medii: economic, business, HORECA, food, lifestyle, un radio și o televiziune cu acoperire națională: (de exemplu: HORES, Forbes, Wall-Street Journal, România Libera, Adevărul, Radio Europa FM, DigiTV, Jurnalul Național, HO RE CA etc). **Mediile țargetate vor fi din top 10 mass-media cu acoperire națională. ***Agentul economic își va justifica oferta prin prezentarea raportului BRAT cu audiența fiecărui mediu mass-media. Agenția va urmări aparițiile media, crearea de content pentru asigurarea parteneriatelor, livrarea materialelor online, radio, TV. c. Influencer marketing- stabilirea parteneriatelor cu rețele de blogheri, influenceri și lideri de opinie (dintre care vedete radio, TV, online, artiști, etc) cu care se vor stabili relații de colaborare (implicare în evenimente marca Wine of Moldova) pentru a putea amplifica mesajele comunicaționale ale brandului de țară, preluările gratuite și distribuirea informațiilor	
--	--	--	--	--	--

					în grupurile de influență ale acestora. *Agenția va asigura în perioada menționată minim 8-12 conexiuni cu influenceri, care vor produce conținut ce poate fi preluat. 8. PROFIL ENDORSER a) Comunitate relevantă pentru target 25-55 ani ; b) Conținutul este axat pe travel, lifestyle ; c) Vorbesc pe un ton firesc și relaxat comunității lor. <u>Livrabile :</u> aa) O postare/luna/influencer ; bb) Reach total anual estimativ/postări/an va fi de +4,5 milioane ; cc) Urmăritori noi : + 2 mii pe an pe paginile de social media Facebook/Instagram; dd) Vizualizări estimative/stories/an : +3.5 milioane. ** Agenția va justifica alegerea acestora prin prezentarea raportului de audiență, minim 5000 de followeri/număr de membri activi: grupul iubitorilor de vin, somelierilor, pasionaților de cooking, influencer-ilor din domeniu vitivinicol, lifestyle. 10. Agenția va transmite lunar pe perioada menționată planul de acțiuni pentru fiecare din sarcinile solicitate și va executa materialele de comunicare necesare pentru buna implementare a acestora.	
1.3		Adaptarea poziționării globale Wine of Moldova pentru piața României	Serviciul	1	Adaptarea mesajelor principale și sloganului (cel puțin 3 variante de adaptare din care se va alege 1 final)	
1.4		Adaptarea poziționării globale Turism Wine of Moldova pentru piața României	Serviciul	1	Adaptarea mesajelor principale și sloganului (cel puțin 3 variante de adaptare din care se va alege cel final)	
1.5		Crearea scenariului TVC de imagine Wine of Moldova	Serviciul	1	Crearea scenariului spotului TVC de durată 1 minut conform poziționării globale WoM cu focus și adaptare pe piața României. Prezentarea a cel puțin 3 variante, iar autoritatea contractantă va alege varianta finală.	
1.6		Realizarea evenimentelor de PR/ conferința de presă	Servicii	2	1. Producerea banerului Photo wall 4x4 WoM, imaginea să fie agreată cu ONVV. 2. Agenția va realiza în perioada menționată Briefinguri Media după cum urmează : a) total 2 conferințe de presă online sau off-line cu reprezentanții ONVV/Vinurile Moldovei pe diverse subiecte, de ex : -Planuri de Marketing, Retail Promo; -Soriuri de Struguri, Evenimente organizate în România, date privind recolta anuală, alte subiecte relevante, toate pentru sporirea vizibilității brandului de țară Wine of Moldova pe piața din România, dintre care poate fi și nu se va	

					limita doar la : - Conferință de presă și/sau alt eveniment dedicat presei pentru care va asigura : a. invitarea presei (emiterea invitației); b. pregătirea press kiturilor (realizare conținutului se vor coordona ulterior cu ONVV); c. Asigurarea spațiului de organizare cu respectarea tuturor măsurilor de siguranță, sau asigurarea managementului evenimentelor în formatul online. Asigurarea listei de invitați online (numărul nu va fi mai mic de 15 surse mass media, cu accent pe partenerii media, influenceri, bloggheri și lideri de opinie identificați anterior pentru colaborare; d. Coordonarea conținutului materialelor de presă apărute ulterior în presă; e. Realizarea press clippings și a raportului final al acțiunii cu furnizarea nu mai târziu decât 1-2 săptămâni de la încheierea evenimentului; f. asigurarea cadourilor pentru presa; g. asigurare photo și video . 3. La fel Agenția va asigura campaniile de PR& Comunicare pentru 3-5 campanii de organizarea a unor acțiuni în retail, E-commerce, alte evenimente ce vor contribui la promovarea și creșterea notorietății brandului vinicol de țară Wine of Moldova. Campania de PR& Comunicare va dura 1 lună per fiecare eveniment separat, iar pentru evenimente emblematice, Ziua Națională a Vinului, 2 luni, fiind însoțite de - pre campanie, în timpul campanie și PR post campanie. Livrabile per eveniment : a) minim 40 000 de click-uri; b) minim 2 milioane de afisari; c) minim 450.000 de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 4 x per cookie) d) minim 700.000 de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).	
1.7		Servicii de adaptare/creare de conținut foto/video)	Servicii	19	Agenția va realiza în perioada menționată : 1. Sesiuni foto și crearea/cumpărarea de conținut foto relevant pentru a genera conținut vizual pentru promovarea brandului de țară Wine of Moldova pe piața României. 2. Adaptarea conținutului existent furnizat de către autoritatea contractantă. 3. Crearea și designul machetelor pentru presă Cantitate: 2-4 lunar bucăți, Agenția va asigura minim 3 ajustări până la aprobarea finală a ONVV a acestora. 4. Alte materiale la solicitare, adaptate spațiului și solicitărilor aparute ulterior. Cantitatea nu va depăși 8 buc. NB! Conținutul și forma tuturor materialelor va fi coordonată cu ONVV până la aprobarea finală de către contractant.	
1.8		Social Media Management	servicii	12	Agenția va fi responsabilă de gestionarea paginilor de Social Media dedicate după cum urmează:	

					1. <u>Pagina de FACEBOOK Wine of Moldova România:</u> a) Agenția va elabora un plan lunar de postări B2C. Content plan cel puțin 8 unități lunar dintre care 4 dedicate vinului+ 4 postare dedicată turismului vinicol; b) Community Management: 6 unități lunar; c) Copywriting: 8 unități lunar; d) Ads management: 4 unități lunar; e) Monitoring and reporting: 1 unități lunar; 1.1 <u>KPIs:</u> aa) Reach estimativ lunar: +100 000 mii bb) Urmăritori noi, anual : + 15 mii cc) Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității. 2. <u>INSTAGRAM:</u> a) Realizarea planului lunar de postări B2C; b) 4 postări pe săptămână dintre care 3 dedicate vinului+ 1 postare dedicată turismului vinicol; c) Instagram Ads pentru 15 postări/lună; 2.1 <u>KPIs:</u> aa) Reach estimativ lunar: +100 mii; bb) Urmăritori noi pe pagină anual: +15 mii; cc) Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității; 3. <u>LinkedIn:</u> a) Realizarea planului lunar de postări B2B; b) Cel puțin 8 postări lunare; c) Realizare interviuri corporate, câte 1 lunar.	
1.9		Organizarea Campaniei de Comunicare și digital pentru: "Rețea 1"	Serviciu	1	a) Comunicat de presă – cel puțin 2 buc. b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale c) Preluarea de catre media – cel puțin 8 media; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influenseri – 6 buc. f) Impressions: minimum 2 milioane; g) minim 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecventa de afisare de cel puțin 4 x per cookie) z) minim 700.000+ de români (reach, la o frecventa de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).	
1.10		Organizarea Campaniei de Comunicare și digital "Rețea2"	Serviciu	1	a) Comunicat de presă – 2 buc. b) Preluarea de catre media – cel puțin 8 media; c) Organizarea și gestionarea campaniei digitale. d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influenseri – 6 buc; f) Impressions – 2 milioane; g) 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecventa de afisare de cel puțin 4 x per cookie)) minim 700.000+ de români (reach, la o frecventa de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).	
1.11		Organizarea campanie de Comunicare și digital E-Commerce	Serviciu	1	a) Comunicat de presă – 2 buc. b) Preluarea de catre media – cel puțin 8 media; c) Organizarea și gestionarea campaniei digitale. d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influenseri – 6 buc; f) Impressions – 2 milioane; g) 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecventa de afisare de cel puțin 4 x per cookie)) minim 700.000+ de români (reach, la o	

					frecventa de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).	
1.12		Organizarea Campaniei de Comunicare și Digital "Ziua vinului Rose"	Serviciu	1	a) Comunicat de presă – 1 buc; b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale; c) Preluarea de catre media – cel puțin 5 media; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influencersi – 6 buc; f) Impressions – 500 mii.	
1.13		Organizarea Campaniei de Comunicare și digital "Ziua Natională a vinului"	Serviciu	1	a) Comunicat de presă – 2 buc; b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale; c) Preluarea de catre media – cel puțin 10 media; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influencersi – 6 postari; f) Impressions – 2 mil impressions; g) 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecventa de afisare de cel puțin 4 x per cookie) z) minim 700.000+ de români (reach, la o frecventa de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie)	
1.14		Organizarea Campaniei de Comunicare "Vin in Moldova"	Serviciu	1	a) Comunicat de presă – 2 buc; b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale; c) Preluarea de catre media – cel puțin 5 buc; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influencersi – 6 buc; h) Impressions – 500 mii.	
1.15		Serviciu de organizare Vizite de presă	Serviciu	2	Agencia va fi responsabilă de organizarea unei vizite de presă și pentru influencersi, pentru un număr de 8-10 de influencersi/reprezentanți media. Notă: Serviciile de asigurare transport, mese (mic dejun, prînz, cina), vizite/tururi la vinării, cazare vor fi asigurate de autoritatea contractantă. Livrabile: Asigurarea a cel puțin cate un articol de la fiecare participant In total unui minim de 1,5 – 2 milioane de impressii.	
1.16		Serviciu de organizare Degustări online pentru media & PR gifting	Serviciu	1	Agencia va fi responsabilă de elaborarea conceptului și organizarea de degustări de vinuri online pentru 6-8 reprezentanți media și influencersi, realizate de un expert cu renume în domeniu. Agencia va fi responsabilă și de livrarea directă a vinurilor către participanții la sesiune. Agencia va fi responsabilă de asigurarea a minim 150 cadouri pentru influencersi și media, cu o valoare maximă per/cadou : 15 EUR, pe întreaga perioadă sus menționată. NB! Vinul va fi oferit de către ONVV. Toate cadourile vor fi agreeate și aprobate de către ONVV.	
Valoarea estimativă totală fără TVA MDL						2 100 000

9. În cazul în care contractul este împărțit pe loturi un operator economic poate depune oferta (se va selecta):

1) Pe întreaga listă.

10. Admiterea sau interzicerea ofertelor alternative: intrunirea integrala a cerintelor minime solicitate in pct.8.

(indicați se admite sau nu se admite)

11. Termenii și condițiile de livrare/prestare/executare solicitați: conform cerintelor stipulate în pct.8
12. Termenul de valabilitate a contractului: 12 luni .
13. Contract de achiziție rezervat atelierelor protejate sau că acesta poate fi executat numai în cadrul unor programe de angajare protejată (după caz): NU
(indicați da sau nu)
14. Prestarea serviciului este rezervată unei anumite profesii în temeiul unor acte cu putere de lege sau al unor acte administrative (după caz):

(se menționează respectivele acte cu putere de lege și acte administrative)

15. Scurta descriere a criteriilor privind eligibilitatea operatorilor economici care pot determina eliminarea acestora și a criteriilor de selecție; nivelul minim (nivelurile minime) al (ale) cerințelor eventual impuse; se menționează informațiile solicitate (DUAE, documentație):

Nr. d/o	Descrierea criteriului/cerinței	Mod de demonstrare a îndeplinirii criteriului/cerinței:	Nivelul minim/ Obligatorietatea
1	Formularul ofertei F 3.1	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică și se va urca în cadrul platformei electronice	Obligatoriu
2	Specificatia tehnica F 4.1	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică și se va urca în cadrul platformei electronice	Obligatoriu
3	Specificatia de pret F 4.2	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică și se va urca în cadrul platformei electronice	Obligatoriu
4	Formularul standard al Documentului Unic de Achiziții European (DUAE)	La solicitare, Ofertantul va întruni și prezenta confirmările aferente criteriilor de calificare și selecție a operatorilor economici prevăzute în Capitolul IV. Formularul va fi completat integral și confirmat prin aplica semnătura electronică și se va urca în cadrul platformei electronice	Obligatoriu
5	Garanția pentru ofertă – formularul garanției bancare completată în conformitate cu Formularul (F 3.2)	Garanția pentru ofertă urmează a fi confirmată documentar. Aceasta poate fi efectuată prin: 1- transfer pe contul bancar al autorității contractante conform rechizitelor anexate la procedură. Se va prezenta confirmarea plății/transferului efectuat cu aplicarea semnăturii electronice și se va urca în cadrul platformei electronice. 2- sau poate fi o garanție bancară (emisă de către instituție bancară). În acest caz, operatorul economic va fi obligat să atașeze scanat aceasta garanție în cadrul platformei electronice, împreună cu celelalte documente solicitate, și aplicată semnătura electronică. NB! Totodată garanția bancară, va fi prezentată în original (în plic) la sediul instituției autorității contractante, în termen de 3 zile lucrătoare, din data solicitării. Mărimea garanției pentru ofertă constituie 1% din valoarea ofertei fara TVA.	Obligatoriu
6	Garanția de bună execuție – formularul garanției bancare completată în conformitate cu Formularul (F 3.3)	Garanția de bună execuție urmează a fi prezentată doar de către ofertant declarat câștigător, până la semnarea contractului. Aceasta poate fi efectuată prin: 1- transfer pe contul bancar al autorității contractante conform rechizitelor anexate la procedură. Se va prezenta confirmarea plății/transferului efectuat. 2- sau poate fi o garanție bancară (emisă de către instituție bancară). În acest caz, operatorul economic declarat	Obligatoriu

		câștigător, va fi obligat să prezinte la sediul autorității contractate originalul actului. Mărimea garanției pentru ofertă constituie 1% din valoarea ofertei fara TVA.	
7	Declarație privind confirmarea identității beneficiarilor efectivi și neîncadrarea acestora în situația condamnării pentru participarea la activități ale unei organizații sau grupări criminale, pentru corupție, fraudă și/sau spălare de bani	Se îndeplinește și se prezintă în original semnat și ștampilat de către operatorul economic declarat câștigător la semnarea contractului	Obligativ

16. Motivul recurgerii la procedura accelerată (în cazul licitației deschise, restrânse și al procedurii negociate), după caz _____ - _____

17. Tehnici și instrumente specifice de atribuire (dacă este cazul specificați dacă se va utiliza acordul-cadru, sistemul dinamic de achiziție sau licitația electronică): NU

18. Condiții speciale de care depinde îndeplinirea contractului (indicați după caz):conform cerintelor din pct.8.

19. Criteriul de evaluare aplicat pentru adjudecarea contractului: cel mai mic preț și întrunirea integrală a caietului de sarcini.

Conform prevederilor art.20 alin.(8) al Legii nr.131/2015, privind achizițiile publice, Ofertantul va prezenta în termen de 5 zile, de la data solicitării din partea autorității contractante, documentele justificative prin care va demonstra îndeplinirea tuturor criteriilor de calificare și selecție în conformitate cu informațiile cuprinse în DUAE, după cum urmează:

Nr. d/o	Descrierea criteriului/cerinței	Mod de demonstrare a îndeplinirii criteriului/cerinței:	Nivelul minim/Obligativitatea
1	Experiența profesională	1.Experiența similară de comunicare&advertising minim 5 ani pe piața românească dovedită prin acte confirmative . 2.Ofertantul va prezenta minim 5 proiecte (studii de caz) cu activități similare de promovare produselor alcoolice.	Obligativ
2	Nominalizări	Prezentarea nominalizărilor drept cea mai bună/eficientă Agenție Media din România sau/si alte distincții naționale, vor constitui un avantaj în selectarea Agenției.	Avantaj
3	Scrisori de recomandare	Prezentarea a minim 3 scrisori de recomandare de la clienți/ reprezentanții Media notorii din România (reviste, jurnale, publicații).	Obligativ
4	Demonstrarea accesului la personalul necesar pentru îndeplinirea corespunzătoare a obiectului contractului ce urmează a fi atribuit (personalul de specialitate care va avea un rol esențial în îndeplinirea acestuia)	Declarație privind personalul de specialitate propus confirmat prin documente (CV sau alte acte confirmative) ce atestă experiența în proiecte similare realizate pentru implementarea contractului corespunzător se solicită disponibilitatea unei echipe multidisciplinare, cu experiența în: -consultanță strategică de comunicare, -jurnalism în presa scrisă, -publicitate, -domeniile social media și digital, -în influencer relations , -organizare de evenimente.	Obligativ

5	Capacitatea profesională	In contextul volumului și specificului caietului de sarcini solicitat mai sus, în vederea executării și implementării cu succes a contractului, Operatorul economic va demonstra expertiza solidă în: - Elaborare de strategii de comunicare în zona FMCG; - Relații media; - Influencer Marketing; - PR de criză; - Organizare de evenimente; - Gestionare de conturi de Social Media – Facebook, Instagram, You Tube & LinkedIn; - Producere POSM.	
6	Experiența profesională	Ofertantul va demonstra experiență în promovare brandurilor notorii internaționale a produselor alcoolice.	Obligativ

20. 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%
	-	-

21. Termenul limită de depunere/deschidere a ofertelor:

- până la: Conform SIA RSAP (Mtender)
- pe: Conform SIA RSAP (Mtender)

22. Adresa la care trebuie transmise ofertele sau cererile de participare:

Ofertele sau cererile de participare vor fi depuse electronic prin intermediul SIA RSAP

23. Termenul de valabilitate a ofertelor: 30 zile.

24. Locul deschiderii ofertelor: SIA RSAP
(SIA RSAP sau adresa deschiderii)

Ofertele întârziate vor fi respinse.

25. Persoanele autorizate să asiste la deschiderea ofertelor:

Ofertanții sau reprezentanții acestora au dreptul să participe la deschiderea ofertelor, cu excepția cazului când ofertele au fost depuse prin SIA "RSAP".

26. Limba sau limbile în care trebuie redactate ofertele sau cererile de participare: romana sau engleza.

27. Respectivul contract se referă la un proiect și/sau program finanțat din fonduri ale Uniunii Europene:

(se specifică denumirea proiectului și/sau programului)

28. Denumirea și adresa organismului competent de soluționare a contestațiilor:

Agencia Națională pentru Soluționarea Contestațiilor

Adresa: mun. Chișinău, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt nr.124 (et.4), MD 2001;

Tel/Fax/email: 022-820 652, 022 820-651, contestatii@ansc.md

29. Data (datele) și referința (referințele) publicărilor anterioare în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene privind contractul (contractele) la care se referă anunțul respective (dacă este cazul):

30. În cazul achizițiilor periodice, calendarul estimat pentru publicarea anunțurilor viitoare:

31. Data publicării anunțului de intenție sau, după caz, precizarea că nu a fost publicat un astfel de anunț: BAP nr.10 din 09.02.2021

32. Data transmiterii spre publicare a anunțului de participare: conform SIAR SAP

33. În cadrul procedurii de achiziție publică se va utiliza/accepta:

Denumirea instrumentului electronic	Se va utiliza/accepta sau nu
depunerea electronică a ofertelor sau a cererilor de participare	da
sistemul de comenzi electronice	da
facturarea electronică	da
plățile electronice	da

34. Contractul intră sub incidența Acordului privind achizițiile guvernamentale al Organizației Mondiale a Comerțului (numai în cazul anunțurilor transmise spre publicare în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene): nu

(se specifică da sau nu)

35. Alte informații relevante: În temeiul art.17, din Legea achizițiilor publice nr.131 din 03.07.2015, operatorul economic participant va putea prezenta informații/cerințe/documente suplimentare de calificare, prevăzute în capitolul IV din DUAЕ, în original sau/și copii autentificate prin semnătură și ștampila întreprinderii, într-un plic sigilat prin semnătură și ștampilă, la adresa sediului autorității contractante sau/și prin opțiunea electronică la adresa: achizitii_onvv@wineofmoldeva.com.

Conducătorul grupului de lucru: _____

