

ANUNȚ DE PARTICIPARE INCLUSIV PENTRU PROCEDURILE DE PRESELECȚIE/PROCEDURILE NEGOCIATE

privind achiziționare serviciilor de PR&Comunicare 2023 România
prin procedura de achiziție Licitația Deschisă

1. Denumirea autorității contractante: IP "Oficiul Național al Viei și Vinului" (ONVV)
IDNO: 1013620012945
2. Adresa : RM. mun. Chișinău, str. Sfatul Țării, 59
3. Numărul de telefon/fax: : +373 22 105 560
4. Adresa de e-mail și pagina web oficială ale autorității contractante:
ccebotari@wineofmoldova.com, www.wineofmoldova.com
5. Adresa de e-mail sau pagina web oficială 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 următoarelor bunuri/servicii:

Nr. d/o	C o d C P V	Denumirea bunurilor/serviciilor/lucrărilor solicitate	Unitate a de măsură	Can titat ea	Specificarea tehnică deplină solicitată, Standarde de referință
		<i>[Bunurile/serviciile/lucrările necesare]</i>			
LOT 1 - SERVICII DE ELABORARE A STRATEGIEI ANUALE DE COMUNICARE, STRATEGIEI DE IMAGINE, A PLANULUI CALENDARISTIC DE COMUNICARE CU REALIZAREA MATERIALOR 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	serv	1	Agenția 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 aprilie 2023-decembrie 2023. 3. Liniile și mesajele de comunicare 4. Canalele de comunicare (PR, digital, media, influenceri) 5. Micro campanii dedicate evenimentelor

					<p>Strategia anuală de comunicare va fi coordonată și aprobată de autoritatea contractantă.</p> <p>Executarea 10 zile după semnarea contractului.</p>
1.2		<p>Servicii de PR și realizare a strategiei anuale de comunicare și a planului calendaristic de comunicare pe piața României</p>	serv	1	<p>Dezvoltarea tacticilor de comunicare și implementare pe durata contractată.</p> <p>Dezvoltare conținut materiale de presă (advertoriale, interviuri).</p> <p>Dezvoltarea comunicatelor de presă (minim 4 materiale și crearea rapoartelor de monitorizare & follow-up presă pentru generare apariții.</p> <p>Servicii de organizare media trip.</p> <p>Relații mass media continuu – Agenția va avea în sarcina răspunderea la întrebările parvenite de la reprezentanții mass media, furnizare de conținut foto/video.</p> <p>Expedierea mostrelor de vin Adhoc către presă cu acoperirea costurilor logistice pentru livrarea în București.</p> <p>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:</p> <p>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).</p> <p>Notă: Toate sursele necesare pentru a asigura susținerea evenimentelor (materiale promoționale și sau alt tip de materiale) vor fi asigurate de ONVV suplimentar.</p> <p>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) *Agenția 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 Ziarul Financiar, Forbes, Wall-Street Journal, România Libera, Adevărul, Radio Europa</p>

					<p>FM, DigiTV, Jurnalul Național, HO RE CA etc).</p> <p>**Mediile țargetate vor fi din top 10 mass-media cu acoperire națională.</p> <p>***Agentul economic își va justifica oferta prin prezentarea raportului BRAT cu audiența fiecărui mediu mass-media.</p> <p>Agenția va urmări aparițiile media, crearea de content pentru asigurarea parteneriatelor, livrarea materialelor online, radio, TV.</p> <p>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.</p>
1.3		Advertoriale&Interviuri (print&online)	Servicii	8	<p>Agenția va analiza 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 Ziarul Financiar, Forbes, Wall-Street Journal, România Libera, Adevărul, Radio Europa FM, DigiTV, Jurnalul Național, HO RE CA etc).</p> <p>**Mediile țargetate vor fi din top 10 mass-media cu acoperire națională.</p> <p>***Agentul economic își va justifica oferta prin prezentarea raportului BRAT cu audiența fiecărui mediu mass-media.</p> <p>Agenția va urmări aparițiile media, crearea de content pentru asigurarea parteneriatelor, livrarea materialelor online, radio, TV.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revista Forbes (print&online) – un articol/interviu cu conducerea ONVV pentru o audiență elevată din domeniul business pentru a prezenta evoluția Wine of Moldova și a industrie vitivinicole în timp. 2. Libertatea (print &online) – un articol online pe libertatea.ro și o pagină tipărită în ziar. 3. Hotnews (online)- un articol pe g4media.ro și postare în Social Media. <p>Agenția va transmite lunar pe perioada menționată planul de acțiuni pentru fiecare din sarcinile</p>

					solicitate și va executa materialele de comunicare necesare pentru buna implementare a acestora.
1.4		Articole în publicații de specialitate (online&print)	Servicii	4	1. TrendsHRB (print&online) – un articol online pe trendshrb.ro & o pagină în revistă (print) 2. Revista Piața (print&online) – un articol online pe revista piata.ro și o pagină în revista 3. Vinul.ro – un articol online 4. Vinuripovestite.ro – un articol online
II SERVICII DE COLABORARE CU INFLUENCERI & PRESS TRIP					
2.1		Colaborare cu influenceri	Serviciu	2	Identificarea și colaborarea cu 4-5 influenceri renumiți din România, nano și microinfluenceri ce au peste 50 mii de urmăritori din domeniul de wine&food pairing, travel&cooking,etc.printre care preferabil să fie asigurat parteneriatul cu Chef Florin Dumitrescu și Sonia Argintcare va asigura următorul conținut online și participare la eveniment: - 2 postări pe Social Media (feed) cu drepturi de redistribuire - 2 IG stories u drepturi de redistribuire - Participare în press/media trip în Moldova. Toată lista de influenceri va fi agreată și aprobată de către ONVV.
III. ÎNTREȚINERE ȘI MENTENANȚĂ SOCIAL MEDIA					
3.1		Social Management Media	Serviciu	8	<p>Agencia va fi responsabilă de gestionarea paginilor de Social Media dedicate după cum urmează: Pagina de FACEBOOK Wine of Moldova România: Agencia va elabora un plan lunar de postări B2C</p> <ul style="list-style-type: none"> - Content plan cel puțin 12 unități lunar dintre care 8 dedicate vinului+ 4 postare dedicată turismului vinicol; - Copywriting 12unități lunar - Ads management 4 unități lunar - Monitoring and reporting 1 unități lunar - Crearea vizualurilor pentru Social Media și asigurarea c9nținutului vizual din timpul evenimentelor. - Pregătirea propunerilor de vizualuri și conținut pentru Social Media în funcție de engagementul paginilor și aprobarea acestora de către ONVV - Organizarea unui fotograf la evenimentele organizate în RO, care să asigure poze și video de la evenimnt pentru a fi utilizate în scop de promovare. - Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității <p>INSTAGRAM:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizarea planului lunar de postări B2C; - 4 postări pe săptămână dintre care 3 dedicate vinului+ 1 postare dedicată turismului vinicol;

					<ul style="list-style-type: none"> - Instagram Ads pentru 15 postări/lună; <p>KPIs: Reach estimativ lunar: +100 mii; Urmăritori noi pe pagină anual: +15 mii; Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității.</p> <p>LinkedIn: <ul style="list-style-type: none"> - Realizarea planului lunar de postări B2B; - Cel puțin 8 postări lunare - Realizare interviuri corporate, câte 1 lunar. </p>
3.2		Organizarea Campaniei de Comunicare "Ziua Natională a vinului"	Serviciu	1	<p>Comunicat de presă – 2 Organizarea și gestionarea campaniei digitale</p> <p>Preluarea de catre media – cel puțin 10 Postare pe FB, Instagram, Postări influencersi – 6. Impresions – 2 mil impresions 40 000 de click-uri >450.000+ de români (reach, la o frecventa de afisare de cel puțin 4 x per cookie) >700.000+ de români (reach, la o frecventa de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie)</p>
4	EVENIMENTE DE PROMOVARE (PR, campanii de promovare radio, parteneriate media)				
4.1		Colaborare Podcast	Serviciu	1	Prezență/Menționarea ONVV și recomandarea brandurilor din portofoliu. Promovarea se va realiza în cadrul a minim 4 episoade. ONVV va aproba acțiunea de integrare în podcast.
4.2		Colaborare Radio	Serviciu	1	Organizarea unor concursuri la Radio (exemplu Radio Guerilla sau Europa FM) în format online&radio. Promovarea ONVV se va face timp de 2 săptămâni. Se va organiza un concurs pentru ascultători și se va premia câștigătorul.
4.3		Colaborare evenimente	Seviciu	5	Creare&producție stands Wine of Moldova pentru plasare la evenimente în calitate de partener cu participarea a vinărilor din RM la minim 5 evenimente. Propuneri creative, propuneri de activare în timpul evenimentelor , simulări booth&producție. Standul trebuie să fie unul elegant, modular, care poate fi montat și demontat pentru fiecare eveniment. La evenimente agenția va asigura resurse suficiente pentru activări, materiale promoționale, hostess, etc.
4.4		Serviciu de organizare Vizite de presă	Serviciu	1.00	Agenția va fi responsabilă de organizarea unei vizite de presă și pentru influencersi pentru un număr de 8-10 de influencersi/reprezentanți media.

					Livrabile: Asigurarea a cel puțin cate un articol de la fiecare participant In total unui minim de 1,5 – 2 milioane de impresii.
5	PROIECTE SPECIALE				
5.1		Proiecte speciale Radio&Editorial	Servicii	5	Operatorul economic va asigura Intervenție a Radio Guerilla prin intermediul transmisiunilor de la Radio cu mențiunea ONVV în contextul unor evenimente la care va participa Wine of Moldova; - Colaborare extinsă influencer (Mitoș Micleusanu) prin creare de conținut foto și text (interviuri cu specialiști prezenți la eveniment și persoane din public, dialoguri cu expozanți pe teme de interes, noutăți prezentate în timpul evenimentului, recomandări pentru consumatori, tips&tricks pentru wine pairing. - Colaborări cu sommelieri renumiți din România. Acestia vor crea insight&creare de conținut photo și texte. - Stabilirea unui proiect editorial cu Vinul.ro. Publicarea conținutului pe Vinul.ro (publicatie de specialitate) – 2 articole extinse. - Colaborări cu VRTW (Vinul, Rum, Tapas&Wine). Se vor propune idei creative, producție corner în cadrul evenimentelor (photobooth). - Vinurile vor pentru evenimente vor fi asigurate de ONVV.
Buget total fara TVA – 64500 Euro					

8. În cazul procedurilor de preselecție se indică numărul minim al candidaților și, dacă este cazul, numărul maxim al acestora. _____

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

- 1) Pentru un singur lot;
- 2) Pentru mai multe loturi;
- 3) Pentru toate loturile;
- 4) Alte limitări privind numărul de loturi care pot fi atribuite aceluiași ofertant _____

10. Admiterea sau interzicerea ofertelor alternative: Nu se admit
(indicați se admite sau nu se admite)

11. Termenii și condițiile de livrare/prestare solicitați:

12. Termenul de valabilitate a contractului: 31.12.2023

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 legi 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/de preselecție; nivelul minim (nivelurile minime) al (ale) cerințelor eventual impuse; se menționează informațiile solicitate (DUAE, documentație):

Nr. d/o	Criteriile de calificare și de selecție (Descrierea criteriului/cerinței)	Mod de demonstrare a îndeplinirii criteriului/cerinței:	Nivelul minim/Obligativitatea
1.	Specificatia tehnica anexa nr.22	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică	Obligativiu
2.	Specificatia de preț anexa nr.23	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică	Obligativiu
3.	Formularul standard al Documentului Unic de Achiziții European (DUAE)	Completat integral și confirmat prin semnatura electronică	Obligativiu
4.	Garanția pentru ofertă – formularul garanției bancare	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. 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.	Obligativiu

		<p>Mărimea garanției pentru ofertă constituie 1% din valoarea ofertei, fara TVA.</p> <p>NB ! Toate comisioanele/taxele bancare si de transfer vor fi luate in considerare si suportate de catre Ofertant, astfel se va asigura receptionarea de către Autoritatea contractanta a garanției de ofertă in marimea (cunatumul) minim solicitat.</p>	
5.	Garanția de bună execuție	<p>Garanția de bună execuție urmează a fi confirmată documentar.</p> <p>Aceasta poate fi efectuată prin:</p> <p>1- transfer pe contul bancar al autorității contractante conform rechizitelor anexate la procedură. Se va prezenta confirmarea plății/transferului efectuat.</p> <p>2- sau poate fi o garanție bancară (<i>emisă de către instituție bancară</i>). 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.</p> <p>NOTA! Totodata garanția bancară, va fi prezentată în original (<i>în plic</i>) la sediul instituției autorității contractante până la termenul limită de depunere a ofertelor.</p> <p>Mărimea garanției pentru ofertă constituie 1% din valoarea ofertei, fara TVA.</p> <p>NB ! Toate comisioanele/taxele bancare si de transfer vor fi luate in considerare si suportate de catre</p>	Obligatoriu

		<p>Ofertant, astfel se va asigura receptionarea de către Autoritatea contractanta a garantiei de oferta in marimea (cunatumul) minim solicitat.</p>	
6.	Experienta Dovedita	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Agenție de comunicare&advertising cu peste 10 ani vechime pe piața românească, afiliată internațional; <input type="checkbox"/> Prezentarea portofoliului cu activități similare de promovare în ultimii 5 ani, proiecte internaționale; <input type="checkbox"/> Experiență în promovare internațională a produselor alcoolice. Prezentarea portofoliului de branduri alcoolice notorii din România, top 10 branduri și rezultatele campaniilor. <input type="checkbox"/> Experiență de colaborare cu producători vinicoli din România. <input type="checkbox"/> Prezentarea nominaliilor drept cea mai bună/eficientă Agenție Media din România, alte distincții naționale, vor constitui un avantaj în selectarea Agenției. <input type="checkbox"/> Prezentarea a 3 scrisori de recomandare de la reprezentanții Media notorii din România (reviste, jurnale, publicații. <input type="checkbox"/> Prezentarea echipei de specialiști prin documente ce certifică experiența și proiecte similare realizate. <input type="checkbox"/> Echipă multidisciplinară cu experiență solida în consultanța strategică de comunicare, jurnalism în presa scrisă, publicitate, radio, domeniile social media și digital, în influencer relations și organizare de evenimente. 	Obligativu

		<p>Operatorul economic va demonstra expertiza solidă în:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborare de strategii de comunicare în zona FMCG - Relații media - Influencer Marketing - Organizare de evenimente - Gestionare de conturi de Social Media – Facebook, Instagram, You Tube & LinkedIn. 	
--	--	--	--

16. Garanția pentru ofertă, după caz _____ Da ____, cuantumul _____ 1% _____.

17. Garanția de bună execuție a contractului, după caz _____ DA _____, cuantumul _____ 1%.

18. Motivul recurgerii la procedura accelerată (în cazul licitației deschise, restrânse și a procedurii negociate), după caz: termenul restrins pentru participare la eveniment

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

20. Condiții speciale de care depinde îndeplinirea contractului (indicați după caz): _____

21. Ofertele se prezintă în valuta _____ EURO _____

22. Criteriul de evaluare aplicat pentru atribuirea contractului: prețul cel mai mic

23. 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%

24. Termenul limită de depunere/deschidere a ofertelor:

- conform SIA RSAP /până la: [ora exactă] _____
- pe: [data] _____

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

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

26. Termenul de valabilitate a ofertelor: _____ 30 zile _____

27. Locul deschiderii ofertelor: _____ SIA RSAP _____

(SIA RSAP sau adresa deschiderii)

Ofertele întârziate vor fi respinse.

28. 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.

29. Limba sau limbile în care trebuie redactate ofertele sau cererile de participare:
_____ Engleza sau Româna _____

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

_____ (se specifică denumirea proiectului și/sau programului)

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

Agenția 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

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

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

34. Data publicării anunțului de intenție sau, după caz, precizarea că nu a fost publicat un astfel de anunț: _____ 10 martie 2023 BAP nr.20 _____

35. Data transmiterii spre publicare a anunțului de participare: __ Conform SIA RSAP

36. 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	
Facturarea electronică	da
Plățile electronice	da

37. 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)

Alte informații relevante: Agenție de comunicare&advertising cu peste 10 ani vechime pe piața românească, afiliată internațional;

Prezentarea portofoliului cu activități similare de promovare în ultimii 5 ani, proiecte internaționale;

Experiență în promovare internațională a produselor alcoolice. Prezentarea portofoliului de branduri alcoolice notorii din România, top 10 branduri și rezultatele campaniilor.

- Experiență de colaborare cu producători vinicoli din România.
- Prezentarea nominațiilor drept cea mai bună/eficientă Agenție Media din România, alte distincții naționale, vor constitui un avantaj în selectarea Agenției.
- Prezentarea a 3 scrisori de recomandare de la reprezentanții Media notorii din România (reviste, jurnale, publicații).
- Prezentarea echipei de specialiști prin documente ce certifică experiența și proiecte similare realizate.
- Echipă multidisciplinară cu experiență solidă în consultanța strategică de comunicare, jurnalism în presa scrisă, publicitate, radio, domeniile social media și digital, în influencer relations și organizare de evenimente.

Operatorul economic va demonstra expertiza solidă în:

- Elaborare de strategii de comunicare în zona FMCG
- Relații media
- Influencer Marketing
- Organizare de evenimente
- Gestionare de conturi de Social Media – Facebook, Instagram, You Tube & LinkedIn

Conducătorul grupului de lucru:



