

CAIET DE SARCINI

privind contractarea serviciilor de comunicare în cadrul evenimentului național

Moldova Business Week 2025

Informații generale:

Conform Statutului Instituției Publice Agenția de Investiții, aprobat prin Hotărâri de Guvern nr. 439/2023, I.P. Agenția de Investiții are misiunea de a implementa politicile statului și de a contribui la dezvoltarea și creșterea economică a țării prin atragerea investițiilor, promovarea imaginii de țară și a exporturilor, dar și dezvoltarea instrumentelor de diplomație economică.

Pe parcursul anului de activitate 2025, Agenția de Investiții organizează și participă la diferite forumuri, expoziții și evenimente tematice, în cadrul cărora va putea prezenta, în vederea vizibilității și promovării climatului investițional și a ofertei de export, materiale video reprezentative. În perioada 29 septembrie - 03 octombrie 2025, Agenția de Investiții va organiza ediția nr 10 a evenimentului Moldova Business Week.

Organizat anual de Agenția de Investiții, Moldova Business Week este unul dintre cele mai importante evenimente economice ale anului care reunește investitori străini, antreprenori locali și de peste hotare, oameni de afaceri, experți și analiști economici, speakeri locali și internaționali precum și reprezentanți ai instituțiilor statului și ai misiunilor diplomatice acreditate la Chișinău. De asemenea, Moldova Business Week este cea mai mare platformă care conectează oamenii de afaceri și investitorii din diferite regiuni cu furnizorii de produse interne și furnizorii de servicii. Este un motiv pentru a analiza tendințele economice și politicile naționale în contextul global, relațiile cu vecinii și partenerii regionali.

Autoritatea contractantă: I.P. Agenția de Investiții

Condiții de participare:

1. Experiență dovedită în comunicarea 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)
2. Experiență dovedită în comunicarea de criză
3. Experiență dovedită în dezvoltarea strategiilor de comunicare (minim 2 exemple de strategii)
4. Experiență în elaborarea speech-urilor și talking points (exemplificare) pentru speakeri
5. Cunoașterea domeniilor de referință va constitui un avantaj: Infrastructură, IT, BPO, Real Estate, Agricultură, Pharma, Fintech, Creative industrie, etc
6. Capacitate de a face copywriting în 2/3 limbi simultan (Ro și En)
7. Minim 5 oameni în echipa alocată proiectului (Strategical team leader, PR and media relations expert, copywriter ro și ru (1 pers), copywriter en (1 pers), editor (1 pers), media relations specialist, social media manager). Notă! Unele funcții pot fi combinate, dar este important să fie minim 5 persoane din echipa inhouse a companiei disponibili pentru proiect.
8. Abilitarea echipei de a implementa proiectul respectiv în perioada **aprilie - octombrie 2025**;
9. Experiență în dezvoltarea relațiilor de colaborare cu instituțiile media internaționale și în gestionarea campaniilor de comunicare pe piețele internaționale.

Alte condiții:

- Odată numită câștigătoare a concursului, compania își asumă responsabilitatea de a implementa campania, în termenii prestabiliți, inclusiv **raportarea regulată a progresului** către Agenția de Investiții.
- Producerea tuturor materialelor se va face exclusiv în baza machetelor aprobate de Agenția de Investiții;
- Toate materialele vor fi efectuate conform Brand Book-ului Agenției de Investiții și BrandBook-ul de țară;
- Materialele obținute în executarea sau ca urmare a executării serviciilor ce fac obiectul prezentului Caiet de sarcini vor fi în totalitate proprietatea Beneficiarului. Astfel, I.P. Agenția de Investiții va avea dreptul de multiplicare și difuzare nelimitat, prin orice mediu și în orice format procesat, sau nu, al oricărei părți a materialelor audio sau a celor video, în orice perioadă de timp.

Obiectul Concursei: Campanie de comunicare și promovare a evenimentului Moldova Business Week 2025



Specificații Tehnice:

Componenta campaniei	Valoarea estimată fără TVA
1. Comunicare strategică - Definire mesaje comunicare campanie - Elaborare speech-uri la necesitate - Elaborare plan de comunicare și calendar activități - Pregătire notă informativă despre eveniment și domenii - Elaborare Q&A pentru situații de criză	
2. PR & Media Relation - Stabilirea parteneriatelor media - Dezvoltarea și implementarea planului de participări la emisiuni - Pregătirea speakerilor pentru emisiuni (fișe de participare) - Implementarea campaniilor de PR conform planului de comunicare - Press point online pe durata evenimentului - Pregătirea și distribuirea press-kit-urilor la jurnaliști - Media relations pre, during și post eveniment - Raport de monitorizare media după fiecare campanie PR și raport final integral - Raportul general al campaniei (cu toate componentele incluse, inclusiv KPI-uri) - Pregătirea setului informațional pentru promovarea evenimentului prin intermediul ambasadelor RM - Suport în realizarea materialelor pentru presa internațională (minim 1 material) - Dezvoltarea conceptelor /scenariilor materialelor video din cadrul campaniei	250 000,00 MDL
3. Comunicare digitala (social media): - Creare plan postări social media pre, during și post eveniment - Creare texte postări (ENG & RO) - Pregătire guidelines pentru video teaser de la speakeri internaționali și amplasare video teasere pe social media (încadrarea în planul de postări) - Postări pe durata evenimentului: anunțare paneluri, main quotes de la speakeri etc. - Crearea campaniilor de ads (boosting) pentru cele mai importante postări - Integrarea tuturor instrumentelor de comunicare din Campania online în cea social media (video, sharing a emisiun, articole etc). - Raport eficiență campanie social media	
4. Producere video: - Producere video invite la MBW în limba română și engleză	



-	Video Post Event. Desfășurare și rezultate
5.	Promovare eveniment la nivel internațional: - Realizarea unei campanii PR la nivel internațional prin distribuirea unui material de presă-anunț printr-o platformă de PR wire - Realizarea unei campanii de Google Adwords pe câteva piețe strategice externe
4.	Gestionare pagină web www.mbw.md: - Ajustare conținut - Creare conținut nou

Portofoliu va cuprinde: exemple de materiale video executate anterior.

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

Nr.	Criterii de evaluare	Punctaj maxim
1	Experiența în prestarea serviciilor similare	30
2	Capacitate de prestare a serviciilor similare	30
3	Prețul ofertei	40
Total		100

Formula de calcul:

1. Punctajul pentru factorul de evaluare „**Experiența în prestarea serviciilor similare**” se acordă astfel:

a) Pentru cel mai mare număr de servicii similare prestate în ultimii 3 ani, se acordă punctajul maxim alocat factorului de evaluare respectiv.

b) Pentru alte propuneri (n) decât cea prevăzută la lit. a), se acordă următorul punctaj: $Po(n) = [\text{numărul serviciilor similare prestate în ultimii 3 ani aflate sub evaluare} / \text{cel mai mare număr de servicii similare prestate în ultimii 3 ani (n)}] \times \text{punctajul maxim}$.

2. Punctajul pentru factorul de evaluare „**Capacitate de prestare a serviciilor similare**” se acordă astfel:

a) Pentru serviciu similar prestat în ultimii 3 ani cu cel mai mare buget, se acordă punctajul maxim alocat factorului de evaluare respectiv.

b) Pentru alte propuneri (n) decât cea prevăzută la lit. a), se acordă următorul punctaj: $Vo(n) = [\text{cel mai mare buget al serviciului similar prestat în ultimii 3 ani aflat sub evaluare} / \text{cel mai mare buget al serviciului similar prestat în ultimii 3 ani propus (n)}] \times \text{punctajul maxim}$

3. Punctajul pentru factorul de evaluare „**Prețul ofertei**” se acordă astfel:

a) Pentru cea mai scăzută ofertă financiară propusă, se acordă punctajul maxim alocat



factorului de evaluare respectiv.

b) Pentru alte propuneri (n) decât cea prevăzute la lit. a), se acordă următorul punctaj: $So(n) = [\text{propunerea financiară minimă} / \text{propunerea financiară aflată sub evaluare (n)}] \times \text{punctajul maxim}$.

Compania care va acumula punctaj maxim în baza evaluării conform celor 3 criterii de evaluare, va fi desemnată câștigătoare a concursului de achiziții.

În cazul în care mai mulți aplicanți, urmare a examinării, vor fi clasati pe locul I cu același număr de puncte, prioritate va obține candidatul care are experiență mai bogată în prestarea serviciilor similare.

Președintele Grupului lucru



Natalia BEJAN

Șef al Direcției promovarea imaginii de țară



Valeria BRAGARENCO



