

ANUNȚ DE PARTICIPARE INCLUSIV PENTRU PROCEDURILE DE PRESELECȚIE/PROCEDURILE NEGOCIATE

privind achiziționarea Servicii Social Media în cadrul Congresului Mondial OIV/RM/2025

(se indică obiectul achiziției)

prin procedura de achiziție Cerere ofertelor de pret

(tipul procedurii de achiziție)

Denumirea autorității contractante: _IP Oficiul National al Viei si Vinului (ONVV)

1. IDNO: 1013620012945
2. Adresa_RM, Chisinau, str. Sfatul Tarii 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	Cod CPV	Denumirea bunurilor/ serviciilor	Cantitatea	Specificarea tehnică deplină solicitată, Standarde de referință	Valoarea estimată (se va indica pentru fiecare lot în parte)
Servicii Social Media - Gestionarea platformelor de SM abonament de 3 luni (04-06.2025)					
1.1	Elaborarea content calendarului	Prestatorul va furniza un calendar de conținut (nota: creativele vor fi furnizate/oferte de catre Beneficiar) lunar pentru platformele META (Facebook & Instagram), structurat în trei faze: 1. Pre Event Awareness – Creșterea vizibilității și interesului față de eveniment. 2. Live Event Coverage – Acoperirea în timp real a evenimentului. 3. Post Event Follow Up – Conținut retrospectiv și consolidarea impactului evenimentului. Faza #1 – Pre Event Awareness 6-8 săptămâni – înainte de eveniment) Obiectiv: Creșterea notorietății evenimentului și atragerea	3		

		<p>audienței țintă. Tipuri de conținut:</p> <p>Teasing Content: Postări introductive despre eveniment (ex.: „Ce urmează? Rămâneți aproape!”).</p> <p>Key Visuals & Motion Design: Vizualuri statice și animații scurte pentru promovare.</p> <p>Speaker/Guest Announcements: Prezentarea invitaților speciali sau a programului.</p> <p>Contoare și reminder-e: Postări cu „X zile până la eveniment!”.</p> <p>Call-to-Action (CTA): Îndemnuri pentru înregistrare, participare, distribuire.</p> <p>Frecvență recomandată:</p> <p>2-3 postări/săptămână (mix între postări statice, stories și reels). 1-2 campanii sponsorizate META Ads pentru promovare targetată.</p> <p>Faza #2 – Live Event Coverage (Ziua evenimentului sau mai multe zile, dacă aplicabil) Obiectiv: Crearea unui engagement ridicat și acoperirea evenimentului în timp real.</p> <p>Tipuri de conținut:</p> <p>Instagram & Facebook Stories: Update-uri live cu imagini și video scurte.</p> <p>Live Streaming: Transmisii live pe Facebook/Instagram cu segmente-cheie (ex.: discursuri, prezentări).</p> <p>User-Generated Content (UGC): Repostarea conținutului creat de participanți.</p> <p>Behind the Scenes (BTS): Momente din culise și interviuri scurte.</p> <p>Instant Feedback: Polls și Q&A în stories pentru implicarea audienței.</p> <p>Frecvență recomandată:</p> <p>Minim 5-10 stories/zi. 1-2 postări principale pe feed (foto/video/reels). 1 postare Live Video pe Facebook.</p> <p>Faza #3 – Post Event Follow Up (1-2 săptămâni după eveniment) Obiectiv: Menținerea interesului și consolidarea rezultatelor evenimentului.</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>Tipuri de conținut:</p> <p>Photo Recap & Video Highlights: Postări cu momente-cheie din eveniment.</p> <p>Testimoniale & User Engagement: Distribuirea comentariilor, pozelor și feedback-ului participanților.</p> <p>Key Takeaways: Infografice sau postări rezumative despre cele mai importante puncte discutate.</p> <p>Call-to-Action pentru evenimente viitoare: Teasing pentru următoarele ediții.</p> <p>Frecvență recomandată: 2-3 postări în săptămâna imediat următoare. 1 video recap la 7 zile după eveniment. 1 postare „Save the Date” pentru ediția viitoare (dacă aplicabil).</p> <p>Livrabile:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificare lunară detaliată în format Excel/Google Sheets (teme, copywriting, vizualuri necesare). - Propuneri de content (text + vizual) pentru fiecare postare. - Monitorizarea performanței și ajustarea strategiei la nevoie. - Coordonare cu echipa Beneficiarului pentru aprobări și implementare. 			
1.2	<p>Elaborarea planului ADS pentru R.Moldova</p> <p><i>*Cîte 1 plan pe lună</i></p>	<p>Prestatorul va furniza un plan de plasare și targetare lunar detaliat pentru campaniile de publicitate plătită (ADS) pe platformele META (Facebook & Instagram) și, dacă este necesar, pe alte canale digitale (Google Ads, Twitter, LinkedIn Ads). Planul va fi structurat în funcție de obiectivele campaniei și va include recomandări de targetare, buget și strategii de optimizare.</p>	3		

1.3	ADS Management platforma Meta/ Google Display/ Admixer/YT pentru R.Moldova	<p>Prestatorul va furniza servicii complete de gestionare și optimizare a campaniilor de publicitate plătită pe platformele Meta (Facebook & Instagram Ads), Google Display Network, Admixer și YouTube Ads. Serviciul include setarea, monitorizarea eficienței și ajustarea a 3 campanii complexe pe lună per platformă, pentru a asigura performanța optimă și atingerea obiectivelor Beneficiarului.</p> <p>Livrabile:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan detaliat pentru fiecare platformă, actualizat lunar. ✓ Setarea și optimizarea a 3 campanii complexe per platformă/lună. ✓ Creare și testare de anunțuri în multiple formate (image, video, carousel). ✓ Raport de performanță și recomandări de îmbunătățire. 	12		
1.4	Elaborarea planului ADS internațional <i>*Cîte 1 plan pe lună</i>	<p>Prestatorul va furniza un plan lunar detaliat pentru campaniile de publicitate plătită (ADS) la nivel internațional, adaptat la piețele-țintă stabilite de Beneficiar. Planul va include strategii personalizate pentru platformele Meta (Facebook & Instagram), Google Ads (Search & Display), YouTube Ads, LinkedIn Ads , Twitter și alte canale relevante, în funcție de obiectivele campaniei.</p> <p>Livrabile:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan lunar detaliat (obiective, targetare, strategii, buget). ✓ Recomandări pentru anunțuri & copywriting internațional. ✓ Setări detaliate pentru fiecare platformă & campanie. ✓ Raport de performanță & ajustări strategice. 	3		
1.5	ADS Management pentru Meta/ Twiter internațional <i>*Cîte 3 campanii complexe pe lună per platformă.</i>	<p>Prestatorul va targeta, gestiona și optimiza campaniile de publicitate pe platformele Meta (Facebook & Instagram) și Twitter la nivel internațional,</p>	8		

		<p>adaptând campaniile la piețele-țintă și obiectivele strategice ale Beneficiarului. Planul include setarea și gestionarea campaniilor de publicitate pe ambele platforme, cu scopul de a crește vizibilitatea.</p> <p>Livrabile:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan detaliat de campanie pentru fiecare platformă (Meta și Twitter). ✓ Setarea și gestionarea campaniilor internaționale pe Meta și Twitter. ✓ Raport săptămânal și lunar de performanță cu recomandări pentru îmbunătățiri. ✓ Optimizare continuă pe baza rezultatelor obținute. 		
1.6	Servicii de gestionare a bugetului ADS	<p>Gestionarea bugetului pentru evenimentul planificat pe platformele publicitare (Meta, Google, Twitter etc.). Acest serviciu presupune o gestionare atentă a alocării bugetelor pe fiecare platformă, optimizarea continuă a campaniilor și ajustarea acestora în funcție de performanță.</p> <p>Bugetul alocat pentru Ads este 280 000 (douasuteoptzeci mii) MDL. Bugetul v-a fi inclus în oferta financiară.</p> <p>Livrabile:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan detaliat al bugetului lunii – Alocarea bugetului pe platforme, obiective și campanii. ✓ Raport săptămânal – Monitorizarea cheltuielilor și performanței. ✓ Raport lunar – Evaluarea impactului bugetului asupra obiectivelor și optimizarea acestuia. ✓ Recomandări strategice – Ajustări pentru maximizarea ROI-ului pe platformele publicitare. 	3 (luni)	
1.7	Servicii de gestionare platformei ONVV/ Wine of Molodva	<p>Gestionarea platformei ONVV/Wine of Moldova în perioada congresului</p> <p>Livrabile:</p>	3 (luni)	

		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Secțiune dedicată congresului pe site-ul Wine of Moldova – Actualizare continuă și adăugarea de conținut relevant. ✓ Campanii de publicitate pe platformele sociale – Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, și Google Display. ✓ Strategia de conținut pentru rețelele de socializare – Postări programate și live updates pe parcursul evenimentului. ✓ Raport de performanță final – Evaluarea succesului gestionării platformelor și a impactului congresului. 			
1.8	Servicii de copywriting Social Media	<p>Pachet servicii copywriting SM/ Ads conform content planului stabilit.</p> <p>Livrabile:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Texte de copywriting pentru 3 platforme sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter). ✓ Campanii A/B pentru testarea diferitelor mesaje publicitare. ✓ Copy pentru postări de tip Carousel, Stories, Reels și Video Ads. ✓ Raport de performanță a copy-ului și recomandări pentru optimizare. 	3 luni		
Valoarea estimata in MDL, fara TVA					500 000.00

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 toate loturile (se solicita acoperirea integrala a serviciilor);
10. Admiterea sau interzicerea ofertelor alternative: **nu se admite**
(indicați se admite sau nu se admite)
11. Termenii și condițiile de livrare/prestare solicitați: **conform termenilor prevazuti in specificatie tehnica**
12. Termenul de valabilitate a contractului: **30.07.2025**
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 22	Se va complete de operatorul economic cu aplicarea semnaturii electronice	
2	Specificatia de pret anexa 23	Se va completa de operatorul economic cu aplicarea semnaturii electronice	
3	Formularul standard al Documentului unic de achizitii European (DUAE) atasat la procedura	Se va completa de operatorul economic cu aplicarea semnaturii electronice	
4	Minim experienta	Experiență de minim 5 în targetare și ads management. Se vor prezenta minim 3 proiecte realizate/implimentate cu succes, similar cu cerintele enuntate mai sus.	
5	Cerinta fata de echipa/personal implicat	Ofertantul va asigura echipă coordonată direct pentru congres ce va include minim: <ul style="list-style-type: none">• <u>Project Manager cu o experienta de minim 3 ani in proiecte complexe si internationale</u>• <u>Digital Manager/Targeting manager (targetare + ads management) minim 5 ani experienta dovedita in gestionarea si targetingul campaniilor complexe, inclusive pe pietile internationale.</u>• <u>Content Manager – minim 3 ani experienta dovedita in proiecte complexe/ similare.</u>	
6	Act ce atestă dreptul de a presta servicii copie, confirmată prin semnătură electronică;	<ul style="list-style-type: none">• copie, confirmată prin semnătură electronică;	Obligatoriu
7	Declarație privind confirmarea identității beneficiarilor efectivi și neîncadrarea acestora în situația condamnării pentru participarea la activități ale unei organizații sau grupări	<ul style="list-style-type: none">• Completat în conformitate cu ordinul Ministerului Finanțelor nr.145 din 24.11.2020, copie, confirmată prin semnătură electronică;	Obligatoriu

	criminale, pentru corupție, fraudă și/sau spălare de bani.		
8	Cerere de participare	Se va completa de operatorul economic cu aplicarea semnăturii electronice	Obligativu
10	Declarație privind valabilitatea ofertei	Se va completa de operatorul economic cu aplicarea semnăturii electronice	Obligativu
11	Declarația de activitate	Se va completa de operatorul economic cu aplicarea semnăturii electronice	Obligativu

16. Garanția pentru ofertă, după caz nu, cuantumul _____
17. Garanția de bună execuție a contractului, după caz nu, cuantumul _____.
18. Motivul recurgerii la procedura accelerată (în cazul licitației deschise, restrânse și a procedurii negociate), după caz _____
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 MDL
22. Criteriul de evaluare aplicat pentru atribuirea contractului: cel mai mic pret
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	Pondere%

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: 60 zile
27. Locul deschiderii ofertelor: _____
(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: _____

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:

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

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: _____

35. Data transmiterii spre publicare a anunțului de participare: _____

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	da
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)

38. Alte informații relevante: _____

Conducătorul grupului de lucru _____



[Handwritten signature]