

ANUNȚ DE PARTICIPARE

privind achiziționarea Servicii de promovare a brandului de țară Vinul Moldovei pe canalele digitale pentru anul 2019.

(se indică obiectul achiziției)

prin procedura de achiziție Cerere ofertelor de preț (COP).

(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. Numărul de telefon/fax: **+373 078800641**
5. Adresa de e-mail și de internet a autorității contractante: **achiziții_onvv@wineofmoldova.com**
6. 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**
7. 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):

-
8. 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)	
	79342200-5	Lotul 1. Servicii de promovare a brandului de țară Vinul Moldovei pe canalele digitale pentru anul 2019.					
1.1		Strategie de promovare pe canale digitale	bucată	4	<u>Sarcina:</u> Agentul economic va elabora o strategie de promovare pe canalele digitale (SEM și SM) care va conține dar nu se va limita la: 1. Descrierea publicului țintă. Analiza situației actuale a canalelor digitale de comunicare și a activităților realizate. 2. Stabilirea obiectivelor (în baza informațiilor oferite de client: strategia de comunicare și obiectivele strategice), 3. Plan de acțiuni. Instrumente și platforme propuse. 4. Concluzii și propuneri etc. Evenimentele care vor fi incluse în strategie sunt: a) Vernisajul Vinului; b) Salon Divin;		

					<p>c) Oenoturism; d) Ziua Națională a Vinului; e) adițional 2 evenimente similare.</p> <p>Canalele SEM incluse în strategie vor include dar nu se vor limita la, sunt: Google Ads. (Search, Display, Youtube, site-uri și portaluri locale ș.a.)</p> <p>Canalele Social Media care urmează să fie analizate și incluse în strategie sunt: -Facebook (paginile: Wine of Moldova, Moldova Wine Day, Vernisajul Vinului); - Instagram; - LinkedIn; - Twitter.</p> <p><u>Target:</u> - consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului; - profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc. - acoperire geografică pentru evenimentele: a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism – în Republica Moldova, România și Ucraina; b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	
1.2		Google Display	Click-uri	20000	<p><u>Sarcina:</u> Realizarea campaniilor prin Google Display pentru următoarele evenimente: - Ziua Națională a Vinului (ZNV); - Vernisajul Vinului de iarnă; - Oenoturism.</p> <p><u>Target:</u> - consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului - profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc. - acoperire geografică pentru evenimentele: a) Vernisajul Vinului, Oenoturism – în Republica Moldova, România și Ucraina; b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p> <p><u>KPI:</u> - minimum 8000 clicks pentru campania Ziua Națională a Vinului;</p>	

					- minimum 6000 clicks pentru Vernisajul Vinului, Oenoturism.	
1.3		Youtube, video pre roll	vizualizare	125 000	<p><u>Sarcina, KPI:</u> Realizarea campaniilor de promovare a video-urilor pe Youtube pentru urmatoarele evenimente: 1. Ziua Națională a Vinului, KPI 80000 video view, 2. Vernisajul Vinului de iarnă, Salon Divin, Oenoturism – KPI - câte 15000 video view per fiecare eveniment.</p> <p><u>Target:</u> - consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului - profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc. - acoperire geografică pentru evenimentele: a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism – în Republica Moldova, România și Ucraina; b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	
1.4		Plasamente video (in-page video)	Afișări	400000	<p>Plasarea spoturile video pe minim 3 site-urile locale, cu audiență de minim 250 000 utilizatori unici/lunar fiecare. - Durata video:30 secunde, desktop și mobile; - Video-ul va fi asigurat de către autoritatea contractantă.</p> <p>Nota! Portalurile vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă.</p>	
1.5		Plasament bannere web	Afișări	500000	<p>Plasament banner web cu următoarele caracteristici: -Format : jpg/png, gif, html5; - Dimensiune: 1050x250px; - Plasare: pe site-uri / portaluri naționale de top.</p> <p>Nota! Portalurile vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă.</p>	
1.6		Plasament bannere web	Afișări	400000	<p>Plasament banner web, cu următoarele caracteristici: -Format: jpg/png, gif, html5, - Dimensiune: 240x320px, desktop și mobile; - Plasare: pe site-uri naționale de pe portaluri naționale de top.</p> <p>Nota! Site-uri vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă.</p>	
1.7		Social media management	luni	7	<p><u>Sarcini lucrări de conținut:</u> 1. Elaborarea calendarului postărilor care va conține:</p>	

				<p>- minim 15 postări lunare pentru pagina de Facebook și 10 postări pentru cea de Instagram a Wine of Moldova;</p> <p>- minim 15 postări lunare dedicate campaniilor: Ziua Națională a Vinului (perioada campaniei 4 luni), Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism (perioada campaniei 1 lună);</p> <p>- minim 7 postări lunare pentru LinkedIn și minim 10 postări pentru Twitter;</p> <p><i>Notă:</i> Calendarul va fi creat aparte pentru fiecare eveniment (pentru pagina dedicată acestuia, în cazul în care dispune de ea) și aparte pentru promovarea Wine of Moldova pe paginile oficiale ale acestuia: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.</p> <p>2. Termen de prezentare a calendarului:</p> <p>- cu cel puțin 1 săptămână înainte de începerea fiecărei luni pentru pagina Wine of Moldova.</p> <p>- cu cel puțin 2 săptămâni înainte de începerea fiecărei campanii de promovare a evenimentelor.</p> <p>3. Crearea a minimum 4 evenimente pentru campaniile naționale și gestionarea acestora.</p> <p>4. Setarea unor micro campanii : page likes, carousel ads, video views etc.</p> <p>5. Traducere tuturor postărilor de către un traducător profesionist în limbile rusă și engleză.</p> <p>6. Gestionarea comunității. Pregătirea și scrierea răspunsurilor la întrebările adresate de public pe paginile de Facebook Wine of Moldova, Moldova Wine Day, Vernisajul Vinului, Instagram (Wine of Moldova) LinkedIn, Twitter.</p> <p><u>Sarcini lucrări de creație/design:</u></p> <p>1. Realizare frame pentru postări (cel puțin 9, dintre care câte 1 bucată pentru fiecare eveniment)</p> <p>2. Design pentru unele din postări (cel puțin 7 bucăți lunar).</p> <p>3. Deplasarea echipei și realizare live-urilor la evenimente, la solicitarea autorității contractante. Minim 6 deplasări.</p> <p><u>Target:</u></p> <p>- consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului;</p> <p>- profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc.</p>	
--	--	--	--	--	--

					<p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism –în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	
1.8		Social media advertising	unici	150000	<p><u>Sarcina:</u></p> <p>1. Elaborarea planului de promovări cu indicarea bugetului aferent fiecărei postări (min. 3 eur) și realizarea management-ului promovărilor pentru următoarele canale: Facebook, Instagram, LinkedIn.</p> <p>Planul de promovări va include promovarea a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - min. 15 postări lunar pentru pagina de Facebook și 10 pentru cea de Instagram a Wine of Moldova. - min. 15 postări lunar dedicate campaniilor: ZNV (perioada campaniei 4 luni); Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism (perioada campaniei 1 lună). - Min. 5 postări lunar pentru LinkedIn. <p>2. Realizarea raportului lunar de activitate, cu indicarea bugetelor cheltuite pentru fiecare postare, rezultatelor obținute de fiecare postare și recomandări/concluzii.</p> <p><u>Target:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului - profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc. <p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism –în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	
1.9		Realizare bannere HTML	buc	50	Realizarea bannerelor web pentru cel puțin 4 campanii în format HTML, la necesitate gif ș.a. în baza Key vizualului evenimentului și redimensionarea acestora pentru toate mărimile necesare pentru Google Display și site-uri locale.	
1.10		Servicii de întreținere a paginilor oficiale	luni	7	Agentul economic va realiza completarea cu informații, noutăți, evenimente la solicitare. Textele și conținutul necesar va fi oferit de autoritatea contractantă.	

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: nu se admite
(indicați se admite sau nu se admite)

11. Termenii și condițiile de livrare/prestare/executare solicitați: până la 31.12.2019.

12. Termenul de valabilitate a contractului: 31.12.2019

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/Obligativitatea
1	Formularul ofertei F 3.1	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică. (semnatura și ștampila)	Obligativ
2	Specificatia tehnica F 4.1	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică. (semnatura și ștampilă)	Obligativ
3	Specificatia de pret F 4.2	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică. (semnatura și ștampilă)	Obligativ
4	Formularul standard al Documentului Unic de Achiziții European (DUAE)	Completat integral și confirmat prin semnătura electronică (ofertantului). (semnatura și ștampilă)	Obligativ
5	Garanția pentru ofertă – formularul garanției bancare completată în conformitate cu Formularul (F 3.2)	<p>Garanția pentru ofertă urmează a fi confirmată documentar. 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 (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. NOTA! Totodata garanția bancară, va fi prezentată în original (în plic) la sediul instituției autorității contractante până la termenul limită de depunere a ofertelor.</p> <p>Mărimea garanției pentru ofertă constituie 2% din valoarea ofertei fara TVA.</p>	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): Licitație electronică. Pasul minim pentru licitare constituie 0,5 % din suma bugetului alocat. Desfășurarea conform SIA RSAP (M-tender).
18. Condiții speciale de care depinde îndeplinirea contractului (indicați după caz): _____

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

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: *[ora exactă]* Conform SIA RSAP (Mtender)
- pe: *[data]* 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: română.

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: 28.03.2019.

32. Data transmiterii spre publicare a anunțului de participare: conform SIA RSAP

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: Operatorul economic participant va prezenta integral următoarele informații/cerințe/documente suplimentare de calificare, în original sau/și copii autentificate prin semnătură și ștampila întreprinderii, întrun plic sigilat prin semnătură și ștampilă, la adresa sediului autorității contractante, după cum urmează:

1- Experiența dovedită în prestarea serviciilor de SM (social media) și SEM (search engine marketing). Operatorul economic va prezenta contracte în original sau copii autentificate prin semnatura și ștampila, pentru minim 3 campanii distincte de promovare pe canalele digitale, din perioada 2017-2019, care vor include obligatoriu SEM și SM, în sumă de minimum 100.000 lei fara TVA per contract.

2- Experiență dovedită în realizarea campaniilor de promovare pe canalele digitale. Prezentarea a 2 rapoarte a campaniilor desfășurate, din perioada 2017-2019, care conțin obligatoriu: planul de plasamente, canalele de promovare digitale utilizate și rezultatele obținute în format powerpoint, word, pdf.

3- Asigurarea echipei alocate campaniilor desfășurate în cadrul prezentului caiet de sarcini. Prezentarea actelor confirmative privind angajarea, în original sau copii autentificate prin semnatura și ștampila și a CV-urilor (cu cel puțin 2 ani de experiență în activitate similară) pentru:

- account manager;
- copywriter (vorbitor nativ de l. Română);
- designer .

Termenul de prezentare: până la data termenului limită de depunere a ofertelor stabilită în cadrul platformei electronice SIA RSAP (M-tender).

Conducătorul grupului de lucru: Irina BÎSTRITCHI

