

ANUNȚ DE PARTICIPARE

privind achiziționarea serviciilor prin procedura „Cererea ofertelor de preț”.

„Campanie de promovare a produselor agricole autohtone Republica Moldova”

Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare (MAIA) lansează o cerere de ofertă pentru servicii de creație, producție și diseminare în cadrul unei campanii multimedia de promovare a produselor agricole autohtone, adresată consumatorilor din Republica Moldova.

Scopul campaniei este de a crește gradul de notorietate și preferință față de produsele autohtone (fructe, legume, vinuri, brânzeturi, carne, ouă, miere, făină, ulei, zahăr, pește, suc, conserve, dulceață), precum și de a cultiva un sentiment de mândrie și susținere a producătorilor locali.

1. Denumirea autorității contractante Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare
2. IDNO 1008601000570
3. Adresa Bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, 162, mun. Chișinău
4. Numărul de telefon pentru informații 022 204527, 022204542
5. Adresa de e-mail și pagina web oficială ale autorității contractante www.maia.gov.md, email: cancelaria@maia.gov.md
6. 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.*
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) autoritate centrală
8. Cumpărătorul invită operatorii economici interesați, care îi pot satisface necesitățile, să participe la procedura de achiziție privind prestarea următoarelor servicii:

Nr	Codul CPV	Denumirea serviciilor	Unitatea de măsură	Cantitatea	Specificarea tehnică deplină solicitată, standardele de referință	Valoarea estimată, fără TVA, lei
Lotul nr. 1						
1	79341000-6	Elaborarea spot video (versiune TV și online)	unitate	1	Conform cerintelor din Anexa 1	145000,00

2	79341000-6	14 vizualuri creative (cartoline) – câte unul pentru fiecare grup de produse	unitate	14	Conform cerintelor din Anexa 1	25000,00
3	79341000-6	Planificarea, gestionarea și implementarea campaniei de sponsorizare (distribuție plătită) a materialelor pe rețelele sociale – Facebook si Instagram, YouTube, în vederea atingerii indicatorilor de impact stabiliți (număr persoane unice, frecvență)	Canale/ platforme	3	Conform cerintelor din Anexa 1	75000,00
4	79341000-6	Campanie de Influencer marketing – cu antrenarea a 10 creatori de conținut. Propunerea și implicarea a 10 influenceri relevanți, cu audiență locală demonstrabilă (cel puțin 60% din Republica Moldova	persoane	10	Conform cerintelor din Anexa 1	70000,00
TOTAL fara TVA, lei						315000,00

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

11. Termenele și condițiile de livrare a bunurilor solicitate se va efectua de către Prestator, în termenele prevăzute în Specificația tehnică (Anexa nr.1 la prezentul Anunț de participare).

12. Termenul de valabilitate a contractului 31 decembrie 2025.

13. Admiterea sau interzicerea ofertelor alternative: **nu se admite**

(indicați se admite sau nu se admite)

14. 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)

15. Prestarea serviciului este rezervată unei anumite profesii în temeiul unor legi sau al unor acte administrative (după caz): nu este cazul

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

16. Scurtă descriere a criteriilor de calificare:

Nr. crt.	Criteriile de calificare și de selecție (descrierea criteriului/cerinței)	Modul de demonstrare a îndeplinirii criteriului/cerinței	Nivelul minim/obligativitatea
1	Portofoliu de proiecte similare desfășurate în ultimii 3 ani, care vor confirma competențele necesare.	Ofertantul trebuie să demonstreze o experiență relevantă de minimum 3 ani în domeniul producției video, comunicării sau publicității. Se prezintă cel puțin 3 proiecte similare realizate (spoturi TV, campanii digitale, colaborări cu influenceri sau campanii promoționale integrate) în ultimii 3 ani	Obligativ
2	Prezentarea echipei de proiect	Se prezintă lista cu următorii specialiști de bază: manager de proiect, specialist în marketing digital, graphic designer, specialist în producția de video, Social Media Manager. Pot fi atașate CV-uri.	Obligativ

3	Echipament tehnic disponibil	Se verifică lista de echipamente și/sau fotografiile/documentele justificative - Cameră video - Dronă cu operator autorizat optional (în dependență de conceptul ales) - Gimbal/stabilizator, slider, sistem de iluminare - Echipament audio - Software licențiat pentru montaj și colorizare	Obligatori
4	Un concept creativ pentru spotul video și o idee de abordare vizuală pentru produsele autohtone	Ofertații vor propune un concept vizual distinct (scenariu), potrivit pentru realizarea unui spot video modern și atractiv, adaptabil pentru difuzare pe multiple canale de comunicare (TV, rețele sociale) și o idee de abordare vizuală pentru cele 14 cartoline. Dat fiind faptul că lansarea spotului este planificată pentru perioada sărbătorilor de iarnă, abordările vizuale trebuie să fie în armonie cu atmosfera festivă specifică acestei perioade, integrând elemente care transmit căldură, bucurie, tradiție și comunitate. Abordările pot include, fără a se limita la: - Stil animat sau cartoon modern, cu elemente grafice expresive, culori vii și un limbaj vizual prietenos, potrivit publicului larg, inclusiv familiilor și tinerilor. Pot fi utilizate motive de iarnă.	Obligatori

		- Storytelling vizual prin personaje, cum ar fi: un erou simbolic, un fermier modern sau o mascotă inspirată din tradiții locale, care să ghideze publicul printr-o scurtă poveste despre originea și valoarea produselor moldovenești. - Estetică inspirată din desene animate - Conceptele propuse trebuie să evidențieze într-un mod original identitatea produselor agroalimentare moldovenești, să creeze atașament emoțional și să contribuie la consolidarea percepției pozitive asupra producătorilor locali. - Si alte idei relevante	
5	Specificația tehnică completată	Anexa nr.1	Obligativ
6	Specificația de preț completată	Anexa nr.2	Obligativ
7	Date despre operatorul economic	Anexa nr.3	Obligativ
8	Dovada înregistrării persoanei juridice sau persoanei fizice, întreprindere individuală, în conformitate cu prevederile legale din țara în care ofertantul este stabilit	Copia Extrasului din Registrul de stat al persoanelor juridice/Certificat/Decizie de înregistrare, care certifică statutul de persoană juridică a ofertantului - emis de organul împuternicit conform țării de reședință a ofertantului	Obligativ

9	Existența contului bancar	Copia certificatului actual privind atribuirea contului bancar, eliberat de banca deținătoare de cont, sau un alt document confirmativ al datelor bancare ale ofertantului	Obligativ
10	DUA	Completat conform modelului anexat la documentația de atribuire	Obligativ

**Toate documente depuse necesită semnate electronic de către ofertant*

17. Garanția pentru ofertă, după caz _____, cuantumul _____.
18. Garanția de bună execuție a contractului, după caz _____, cuantumul _____.
19. Motivul recurgerii la procedura accelerată (în cazul licitației deschise, restrânse și a procedurii negociate), după caz _____
20. Tehnici și instrumente specifice de atribuire (după caz, specificați dacă se va utiliza licitația electronică) **licitația electronică**
21. Condiții speciale de care depinde îndeplinirea contractului (indicați după caz) _____

- Campanie de Influencer marketing – cu antrenarea a 10 creatori de conținut. Aceștia ar trebui să aibă un impact semnificativ asupra grupurilor țintă. Este binevenită prezentarea numărului de urmăritori, întrucât este un criteriu relevant, însă așa cum nu garantează întotdeauna un impact ridicat, prezentarea ratei de engagement este obligatorie pentru evaluarea eficienței unui influencer (like-uri, comentarii, share-uri la postări). Aceasta oferă o idee despre cât de activi și implicați sunt urmăritorii lor. Autoritatea contractantă își rezervă dreptul de a coordona lista finală a influencerilor și de a cere, o singură dată, înlocuirea unora dintre aceștia.

- Raportarea și monitorizarea finală a performanțelor campaniei va include: numărul total de utilizatori unici care au văzut postările campaniei, numărul total de vizualizări ale postărilor campaniei, numărul total de like-uri primite de postările campaniei, numărul total de comentarii primite (prezentarea comentariilor celor mai reprezentative), numărul total de share-uri, numărul total de salvări ale postărilor.

Prestatorul va oferi Beneficiarului documente confirmative (pot fi prezentate screen-uri, invoice-uri, extrase, etc, de pe canale/platforme menționate etc), care vor confirma utilizarea sumei alocate exclusiv pentru campania de sponsorizare pentru impactul și perioada specificată de Beneficiar.

22. Ofertele se prezintă în **lei moldovenești (MDL)**

23. Criteriul de evaluare aplicat pentru atribuirea contractului **cel mai bun raport calitate-preț**

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

Nr.	Criteriu de evaluare	Descriere detaliată a criteriului	Pondere (%)	Punctaj maxim	Observații pentru comisie
1	Concept creativ	1 concept creativ (scenariu, viziune) pentru spotul video	35%	35	Evaluare calitativă bazată pe conceptul și mostrele vizuale depuse. Se prezintă un concept bine structurat (scenariu) pentru spotul video
2	Concept creativ	O idee de abordare vizuală pentru produsele autohtone (pentru 14 cartoline)	35%	35	un concept (o descriere) pentru toate 14 cartoline
3	Experiența și competența echipei	- Portofoliu demonstrabil (minim 3 proiecte similare). - Experiența echipei (min. 3 ani) în realizarea spoturilor comerciale/sociale/documentare.	20%	20	Se analizează CV-urile echipei și mostrele video anexate (pot fi atasate linkurile către lucrările).
4	Referințe profesionale și reputație	- Scrisori de recomandare, contracte anterioare cu instituții publice/ONG-uri/organizații internaționale. - Feedback pozitiv de la clienți anteriori.	10%	10	Se atașează documente sau linkuri verificabile.

Exemplu de calcul va fi prezentat în tabel Excel – Anexa 4.

Formula generală pentru scorul final:

$$\text{Scor final} = (0.6 \times \text{Scor Calitate}) + (0.4 \times \text{Scor Preț})$$

25. Termenul-limită de depunere/deschidere a ofertelor:

- conform SIA „RSAP”/până la: *(ora exactă)* _____

Oferta va fi întocmită clar, fără corectări, în limba română, cu semnătura electronică a conducătorului operatorului economic sau a persoanei împuternicite. În cazul în care oferta este semnată și depusă de o persoană împuternicită, ofertantul va prezenta și procura sau alt document care confirmă această împuternicire.

26. Adresa la care trebuie transmise ofertele sau cererile de participare

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

27. Termenul de valabilitate a ofertelor: 30 de zile calendaristice de la data limită de depunere a ofertei.

28. Locul deschiderii ofertelor (SIA „RSAP” sau adresa locului deschiderii)

Ofertele întârziate vor fi respinse.

29. 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.

30. Limba sau limbile în care trebuie redactate ofertele sau cererile de participare limba română.

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

32. 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

33. 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): _____

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

35. Data publicării anunțului de intenție sau, după caz, precizarea că nu a fost publicat un astfel de anunț: _____

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

37. 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	+
Sistemul de comenzi electronice	+
Facturarea electronică	+

38. 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**

Președintele grupului de lucru:

_____ **Andrian DIGOLEAN, Secretar de stat**

Coordonat membrii grupului de lucru:

V. Dogotari

V. Rața

I. Martînova

C. Magurean

Anexa nr. 1

SPECIFICAȚIA TEHNICĂ

Nr. d/o	Denumirea Serviciilor	Specificația tehnică solicitată	Specificația tehnică oferită <i>Se completează în cazul dacă ofertantul propune o altă specificație tehnică</i>	Termenul de prestare	Standarde de referință
Lotul 1					
1	Elaborarea spot video (versiune TV și online)	45–60 secunde (difuzabil la TV - format imagine: 16:9; rezoluție: 1920×1080 px (Full HD), dar adaptabil pentru rețelele sociale- format: 9:16; rezoluție 1080×1920 px); Spotul video va fi livrat în format compatibil TV și în format optimizat pentru rețele sociale; Subtitrări în limba română		10.11-01.12.2025	
2	14 vizualuri creative (cartoline) – câte unul pentru fiecare grup de produse	Vizualurile (cartolinele) vor fi livrate în format editabil (PSD, AI) și JPG/PNG pentru online Campania va acoperi următoarele categorii de produse: Fructe, Legume, Vinuri, Brânzeturi, Carne, Ouă, Miere, Făină, Ulei, Zahăr, Pește, Suc, Conserve, Dulceață		10.11-01.12.2025	
3	Planificarea, gestionarea și implementarea campaniei de sponsorizare pentru spotul video (distribuție plătită) a materialelor pe rețelele sociale (Instagram, Facebook) YouTube, în vederea atingerii indicatorilor de impact stabiliți (număr persoane unice, frecvență)	În cadrul sponsorizării/promovării plătite, spotul video să ajungă la cel puțin 500.000 de persoane unice , cu o frecvență medie de 4 afișări per utilizator . Raportarea și monitorizarea finală a performanțelor campaniei va include: numărul total de utilizatori unici care au văzut postările campaniei, numărul total de vizualizări ale postărilor campaniei, numărul total de like-uri primite de postările campaniei, numărul total de comentarii primite, numărul total de share-uri, numărul total de salvări ale postărilor. Prestatorul va oferi Beneficiarului documente		03.12-22.12.2025	

Nr. d/o	Denumirea Serviciilor	Specificația tehnică solicitată	Specificația tehnică oferită <i>Se completează în cazul dacă ofertantul propune o altă specificație tehnică</i>	Termenul de prestare	Standarde de referință
Lotul 1					
		confirmative (pot fi prezentate screen-uri, invoce-uri, extrase, etc, de pe canale/platforme menționate), care vor confirma utilizarea sumei alocate exclusiv pentru campania de sponsorizare pentru impactul și perioada specificată de Beneficiar			
4	Campanie de Influencer marketing – cu antrenarea a 10 creatori de conținut	Propunerea și implicarea a 10 influenceri relevanți, cu audiență locală demonstrabilă (cel puțin 60% din Republica Moldova). Fiecare influencer va livra două postări tip „story” în format video, de două ori pe durata campaniei, respectiv: o primă serie de 2 story-uri într-o zi prestabilită; o a doua serie de 2 story-uri într-o altă zi (instagram si facebook). Calendarul de publicare va fi agreat în prealabil, printr-un grafic de difuzare. Valori promovate: autenticitate, respect pentru tradiție, familie, sustenabilitate; Relevanță tematică: gastronomie, viața rurală, familie, tradiții, lifestyle local, culinărie		03.12-22.12.2025	

*Toate materialele vor include brandingul ministerului (care va fi oferit de MAIA)

Semnătura electronică a administratorului / reprezentantului _____

SPECIFICATIA DE PREȚ

[illegible]

Valabilitatea ofertei: 30 de zile calendaristice de la data limită de depunere a ofertei.

Semnătura electronică a administratorului / reprezentantului _____

Prețul unitar fără TVA se va indica cu două cifre după virgulă. În cazul diferenței între suma prețurilor unitare și prețul total ofertat, urmează a fi luat în calcul prețul unitar fără TVA, iar suma totală va fi corectată corespunzător, cu acordul operatorului economic.

Date despre operatorul economic

1. Denumirea Operatorului economic _____
2. Adresa juridică _____
3. Oficiul de înregistrare (dacă diferă de adresa Firmei) _____
4. Codul fiscal / IDNO _____
5. Telefon de contact _____
6. E-mail _____
7. Tipul Firmei _____
privat, public, etc.
8. Fondatorul Firmei și ultimul Patron _____
9. Experiența în domeniu _____
10. Denumirea Băncii la care operatorul economic are deschis cont bancar și pe care cont vor fi achitate plățile:
 - denumirea băncii completă (inclusiv dacă este cazul filiala/reprezentanța)

 - c/b _____
 - cod IBAN _____
11. Persoana împuternicită de a semna contractul, inclusiv datele procurii valabile (dacă este cazul) cu anexarea copiei: _____
12. Declarăm disponibilitatea de semnare a contractului cu semnătura electronică:
 - ☐ DA
 - ☐ NU, deoarece

(se va include justificarea de ce nu se poate de semnat contractul cu semnătură electronică)

Semnătura electronică a administratorului / reprezentantului _____