

Oferta tehnică **AGENȚIA DE INVESTIȚII**

Septembrie 2025

I. Despre BDR Associates (Informații generale despre ofertant)

BDR Associates Communication Group este o agenție lider în comunicarea strategică pe piața din România, fiind în același timp și o agenție pionier în relații publice, înființată în 8 noiembrie 1995, la București. BDR Associates este specializată în consultanță și comunicare strategică, incluzând relații publice și relații guvernamentale de tip Public Affairs, dezvoltarea și implementarea strategiilor și a campaniilor de comunicare, având componente publicitare, campanii de informare, pe bază de cercetare aprofundată, comunicare corporativă și instituțională, managementul reputației, campanii media, comunicare de criză și managementul situațiilor de criză, campanii social media, branding și rebranding, dezvoltare creativă, comunicare internă și training-uri specializate în comunicarea cu presa, situații de criză, public speaking, formare de purtători de cuvânt, alte discipline ale comunicării publice.

De asemenea, BDR Associates asigură servicii creative de dezvoltare a identității corporative sau instituționale (crearea identității vizuale, producție video și audio, producție print), precum și comunicarea de brand instituțional sau comercial și consolidarea poziționării în piață sau în raport cu audiențele vizate, servicii specifice de monitorizare a diverselor surse publice, inclusiv social media, analize de sector și rapoarte specializate, prin intermediul diviziilor de profil dezvoltate în agenție, managementul evenimentelor, alături de alte servicii de comunicare precum: redactarea de discursuri, comunicate sau declarații de presă, alte situații ce necesită comunicare publică.

În anul 2002, BDR Associates deschide o filială în Republica Moldova, care s-a dezvoltat în timp ca hub pentru proiecte de comunicare în alte piețe precum Ucraina, Bulgaria, Ungaria, Cehia sau din zona caucaziană, prin care BDR a asigurat servicii de specialitate unor organizații internaționale din sistemul ONU, instituții sau companii multinaționale.

Începând cu 2003, BDR Associates s-a afiliat rețelei globale de comunicare Hill&Knowlton (H&K), actual Burson, parte din WPP, cel mai mare grup de comunicare la nivel mondial, devenind astfel partener exclusiv al H&K pentru România și parte a mari proiecte de comunicare strategică dezvoltate în diverse piețe din regiunea EMEA, inclusiv în țara noastră.

Pe parcursul anilor, BDR Associates a dezvoltat noi forme de colaborare profesională cu prestigioase consultanțe globale sau regionale cum ar fi FTI Strategic Communications, FIPRA, Kreab, CEC Government Relations, alte mari nume internaționale cu expertiză în comunicare, toate aceste parteneriate asigurând training-uri de perfecționare la nivel internațional pentru consultanții BDR, ceea ce a permis echipei agenției să își dezvolte permanent și inovativ cunoștințele de specialitate, să asimileze cele mai noi și mai performante competențe existente la nivel global și să asigure asistență ireproșabilă clienților instituționali, din mediul de afaceri sau nonguvernamental.

Pe parcursul a 30 de ani de activitate, BDR Associates și-a dezvoltat un portofoliu impresionant de clienți, în diverse industrii, fie companii multinaționale, fie asociații de afaceri. Printre clienții instituționali majori ai BDR Associates se numără reprezentanțele

■
■

Uniunii Europene din România și din Republica Moldova, Consiliul European, Biroul de Legătură al Parlamentului European în România, Consiliul Superior al Magistraturii, organisme financiare internaționale precum Banca Mondială sau BERD, donatori internaționali precum USAID sau Innovation Norway, diverse instituții din cadrul ONU, cum ar fi PNUD sau UNICEF, entități guvernamentale sau ONG-uri și fundații, asociații profesionale, Casa Regală a României, ambasade. Echipa de consultanți și colaboratori permanenți ai agenției BDR Associates oferă o înaltă expertiză și largă experiență de comunicare în domenii multiple, de la diverse industrii de vârf precum IT&C, la domenii strategice precum sănătate, educație, justiție, agricultură sau administrație publică, alte domenii.

Nu în ultimul rând, agenția este membră a unor organizații de top precum ARRP, ICCO, AmCham Romania (The American Chamber of Commerce in Romania), BRCC, CCIFER, AHK și a beneficiat, pe parcursul anilor, de recunoaștere la nivel internațional, prin acordarea de premii și diplome internaționale în comunicare strategică.

Experiență relevantă în campanii de comunicare

Agenția BDR Associates deține o experiență vastă și diversificată în dezvoltarea și implementarea campaniilor de comunicare, derulate la nivel național și internațional, pentru beneficiari din sectorul public, privat și non-guvernamental. Activitatea desfășurată acoperă întregul proces de concepere și derulare a campaniilor, după cum urmează:

Conceperea campaniei și structurarea mesajului

- Definirea conceptului general și a obiectivelor de comunicare, adaptate specificului publicului-țintă și contextului proiectului;
- Elaborarea de strategii integrate și planuri de acțiune multicanal (online, media, social media, outdoor, influenceri, evenimente, activări comunitare);
- Crearea de sloganuri, key messages, identitate vizuală și materiale creative (design grafic, print, digital, multimedia, video, radio).

Planificare strategică și implementare operațională

- Stabilirea etapelor de implementare și a calendarului de campanie;
- Coordonarea echipelor creative și tehnice implicate în dezvoltarea materialelor și în derularea campaniilor;
- Managementul furnizorilor (producție, media buying, logistică) și integrarea tuturor componentelor într-o campanie coerentă și eficientă.

Gestionarea parteneriatelor și a relațiilor instituționale

- Dezvoltarea și consolidarea colaborării cu instituții publice, organizații internaționale, ONG-uri și parteneri privați;
- Coordonarea stakeholderilor locali, regionali și europeni, asigurând coerență și consistență în mesajele transmise;
- Dezvoltarea de parteneriate media naționale și locale, negocierea și derularea de campanii în colaborare cu canale TV, radio și publicații online/offline.

Administrarea campaniei și interacțiunea cu publicul

- Cercetare calitativă și cantitativă pentru evaluarea percepțiilor și ajustarea mesajelor (focus grupuri, sondaje, interviuri, audituri de comunicare);
- Implementarea campaniilor pe multiple canale: TV, radio, print, digital, social media, outdoor, activări în teren/acțiuni de promovare directă;
- Implicarea directă a comunităților și a grupurilor-țintă prin activări dedicate (copii, părinți, studenți, profesori, cetățeni).

Tipuri de campanii dezvoltate și implementate

- Campanii internaționale de promovare turistică și culturală, axate pe creșterea vizibilității și atractivității destinațiilor la nivel B2B și B2C;
- Campanii de promovare și recunoaștere a brandurilor
- Campanii de comunicare și conștientizare în domeniul sănătății publice (ex. vaccinare, educație pentru sănătate);
- Campanii regionale de comunicare și conștientizare privind proiecte locale realizate în beneficiul comunităților cu fonduri europene;
- Campanii educaționale și de promovare a oportunităților de învățare;
- Campanii de CSR și implicare comunitară, cu accent pe sustenabilitate și responsabilitate socială;
- Campanii de employer branding și comunicare corporativă;
- Campanii de poziționare și promovare a brandurilor comerciale;
- Campanii de advocacy și comunicare instituțională.
- Campanii de digital marketing, conversii, reach, awareness, PPC.

Monitorizare, evaluare și raportare

- Monitorizarea presei și a social media pentru a evalua impactul campaniilor;
- Elaborarea de rapoarte intermediare și finale privind rezultatele obținute, indicatorii de vizibilitate și de impact;
- Propunerea de ajustări și recomandări pentru campaniile viitoare.

Această experiență este ilustrată printr-o serie de proiecte relevante din ultimii 3 ani, prezentate în **Anexa 1 Declarație privind lista principalelor livrări/prestări efectuate în ultimii 3 ani de activitate, care demonstrează capacitatea prestatorului de a dezvolta și implementa campanii complexe, integrate și pe canale multiple.**

Pentru cerința „**capacitatea de dezvoltare a serviciilor similare**”, vom prezenta bugetele aferente proiectelor relevante în **Anexa 1 Declarație privind lista principalelor livrări/prestări efectuate în ultimii 3 ani de activitate, care demonstrează capacitatea prestatorului de a dezvolta și implementa campanii complexe, integrate și pe canale multiple.**

Proiectele incluse în Portofoliu și Anexe reflectă expertiza prestatorului în gestionarea procesului complet de comunicare, de la elaborarea unei strategii integrate de comunicare (la nivel local și internațional, inclusiv pentru promovarea exporturilor), la identificarea canalelor media relevante pentru fiecare public-țintă și definirea narativului și a mesajelor-

cheie adaptate piețelor vizate. Experiența acumulată acoperă, de asemenea, dezvoltarea și implementarea campaniilor de promovare online pe rețele sociale, inclusiv conceperea de materiale vizuale cu impact, personalizate pentru specificul fiecărei platforme. Toate campaniile au fost însoțite de monitorizare constantă și raportare detaliată, inclusiv rapoarte de monitorizare media post-eveniment, pentru măsurarea eficienței și ajustarea strategiilor de comunicare.

Mai jos sunt prezentate, pe scurt, câteva dintre proiectele importante ale Agenției care reflectă această experiență.

- **Servicii de comunicare și relații media pentru DCT Abu Dhabi:** ca parte a rețelei globale H&K/Burson, echipa BDR a dezvoltat și implementează în România o strategie integrată de comunicare și relații media pentru Department of Culture and Tourism – Abu Dhabi (DCT), incluzând analiza pieței, definirea mesajelor-cheie și coordonarea activităților media. Proiectul cuprinde gestionarea relațiilor cu presa B2B, distribuirea de comunicate și raportarea rezultatelor, precum și organizarea unor vizite de presă în Abu Dhabi pentru jurnaliști români, cu scopul de a genera articole și materiale editoriale relevante. Prin aceste servicii, echipa contribuie la consolidarea vizibilității și reputației internaționale a Abu Dhabi-ului ca destinație culturală și turistică de referință.
- **Campanii de promovare și recunoaștere a brandurilor: programul Superbrands România (ediții succesive)**
Proiectul Superbrands România, derulat pe parcursul mai multor ediții, a vizat dezvoltarea și implementarea unei strategii integrate de comunicare și promovare, având ca obiectiv consolidarea reputației brandurilor românești și internaționale pe piața locală și recunoașterea acestora la nivel global. Programul a inclus coordonarea **analizei și cercetării de piață** pentru fundamentarea selecției brandurilor, elaborarea conceptului și a strategiei generale de comunicare, planurile editoriale și vizuale, precum și derularea campaniilor media și social media. Activitățile de promovare au fost completate de **colaborarea cu presa și publicațiile de business și lifestyle**, distribuirea de comunicate și articole dedicate, gestionarea prezenței pe rețelele sociale și monitorizarea permanentă a aparițiilor. Componenta de eveniment a fost reprezentată de organizarea și promovarea **Galei Superbrands**, eveniment de prestigiu ce reunește lideri de business, diplomați, reprezentanți ai ambasadelor și stakeholderi instituționali, consolidând poziționarea programului ca reper de excelență în branding. Prin această abordare complexă, programul a contribuit la **promovarea brandurilor românești către audiențe B2B și B2C**, precum și către comunitatea diplomatică și mediul internațional de afaceri, generând vizibilitate, recunoaștere și consolidarea imaginii acestora. Proiectul a inclus design grafic și materiale vizuale dedicate, management de conținut și coordonarea tuturor activităților de promovare, dovedind capacitatea de a implementa campanii complexe, cu impact strategic și rezultate măsurabile pe termen lung.
- **Campanii educaționale și de dezvoltare comunitară: proiectul EU in my region (Europa în regiunea mea) (EUIMR, 2021–2023)**, o inițiativă a Comisiei Europene, dezvoltat în parteneriat cu ADR-urile regionale, a vizat dezvoltarea și implementarea a

patru campanii 360° regionale (NV, Centru, NE și SV), incluzând evenimente locale, activări în școli, campanii media și social media, colaborări cu influenceri și acțiuni outdoor, pentru a comunica beneficiile dezvoltării regionale cu sprijin european și a genera schimbări de mentalitate în rândul tinerilor și al comunităților. În cadrul campaniei au fost elaborate concept, povestea și firul narativ al campaniei, strategia de comunicare generală și planul de acțiune, sloganul și imaginea campaniei, materiale foto originale și implementate activități de promovare în presă, social media și campanii OOH. Prin componenta **EU in my school (Europa în școala mea)**, prezentă în toate cele patru campanii, copiii au luat parte la activări inedite, menite să le ofere un proces de învățare diferit, prin experiențe memorabile. Proiectul a inclus managementul de conținut pentru materiale educaționale și media, organizarea evenimentului de lansare și a activărilor cu copii și comunități locale, colaborări cu influenceri, coordonarea cu stakeholderii regionali și europeni și raportări periodice și finale către toate părțile implicate.

- Campanie educațională și de dezvoltare comunitară: proiectul **Europe in my school (Europa în școala mea) (EUIMS, 2025)**, o inițiativă a Comisiei Europene, dezvoltată în parteneriat cu ADR NV, a vizat o campanie dedicată copiilor din școlile regionale selectate prin care li s-a oferit ocazia de a descoperi istoria bogată a regiunii, odată cu vizitarea unor locuri încărcate de istorie, reabiliteate cu sprijinul fondurilor europene. Situl arheologic Porolissum este o comoară a patrimoniului UNESCO care a prins viață în acest fel printr-un eveniment amplu în aer liber special conceput pentru ei, o ocazie unică pentru tinerele generații de a învăța despre istoria locurilor și patrimoniul cultural regional prin experiențe trăite, memorabile. Î
- **Proiect educațional și comunitar: „Școli mai Sigure, Incluzive și Durabile” (SISS), finanțat de Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare (IBRD), derulat de Ministerul Educației și Cercetării prin SUNMPMU (2025–ongoing)**
Proiectul are ca obiectiv modernizarea infrastructurii educaționale și creșterea rezilienței școlilor printr-o strategie integrată de comunicare și implicare comunitară, dezvoltată și implementată pe o perioadă de 24 de luni. Activitățile au vizat cercetarea calitativă la nivel local pentru fundamentarea strategiei de comunicare, definirea mesajelor-cheie și publicurilor-țintă, precum și dezvoltarea planului de acțiuni și a identității vizuale unitare. În cadrul campaniei au fost elaborate și produse materiale tipărite și digitale – broșuri, ghiduri de bune practici, postere cu randări 3D, infografice și bannere online – completate de materiale multimedia precum videoclipuri tematice și spoturi TV și radio de promovare națională. Comunicarea digitală a inclus gestionarea paginilor social media, campanii sponsorizate, colaborarea cu influenceri și lideri locali de opinie, în paralel cu campanii media naționale și regionale, interviuri și parteneriate strategice cu presa. Pentru implicarea comunităților, proiectul a integrat tururi de presă, evenimente publice și școlare, activări educaționale, concursuri pentru elevi, workshop-uri pentru autorități și festivități de inaugurare a noilor clădiri școlare. Componenta online a fost susținută printr-un website dedicat, actualizat constant cu informații, galerii foto și resurse interactive. Comunicarea a inclus și gestionarea vulnerabilităților și a situațiilor de criză, prin monitorizare, Q&A și mesaje reactive. Întregul proces a fost evaluat prin monitorizare și raportare periodică, asigurând

transparență, relevanță și rezultate măsurabile în consolidarea încrederii publicului în beneficiile proiectului.

- **Campanii de acceptanță publică și comunicare strategică:** în cadrul proiectului **Lignoflag (2018–2024)**, campania de comunicare a inclus cercetare și analiză pentru dezvoltarea strategiei, materiale informative (newslettere, video, bannere, pliante), evenimente cu stakeholderi (groundbreaking, tururi media, inaugurare fabrică) și parteneriate media naționale și locale, consolidând încrederea comunității în proiect.
- **Campanii de sănătate publică:** în cadrul proiectului **EU Vaccination – Awareness campaign for Covid-19 vaccination în România (2021–2022)** au fost elaborate concepte de spoturi TV și radio, selectate personaje reale și voci, realizată producția integrală și testate materialele prin focus grupuri, rezultatele fiind integrate în campania finală de promovare a vaccinării.
- **Campanii instituționale:** proiectul **TAEJ – Transparență, Accesibilitate și Educație Juridică (2020–2021)** a implicat audit de comunicare la nivel național (207 interviuri), consultări prin workshopuri, elaborarea strategiei de comunicare și a manualelor de criză, dezvoltarea identităților vizuale pentru cinci instituții, precum și implementarea unei componente de training (36 workshopuri cu peste 700 de participanți).
- **Campanii de branding și comunicare universitară:** pentru **Universitatea Româno-Americană București (2021–2023)** au presupus conceperea și implementarea unor campanii anuale cu componente online, media, social media și colaborări cu influenceri. A fost realizat un clip video motion graphic pentru promovarea ofertei educaționale pe rețelele de socializare, iar pe baza unei cercetări de specialitate a fost elaborată strategia de comunicare și planul anual de acțiune. Campaniile au inclus dezvoltarea de materiale creative, promovare pe platformele sociale și prin Google Ads, parteneriate media, relații cu influenceri, precum și monitorizare și raportare constantă pentru alinierea cu Universitatea.
- **Campanii de conștientizare și sustenabilitate:** campania **Dă tonul la reciclat, alege cartonul ondulat**, derulată de Patronatul Industriei de Celuloză și Hârtie din România – ROMPAP, în parteneriat cu Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor din România, a inclus: coordonarea unui studiu de piață național privind percepția publică și comportamentele legate de durabilitate (în parteneriat cu IPSOS), elaborarea unei strategii de comunicare și a unui plan de acțiune bazate pe cercetare, dezvoltarea creativă pentru slogan, mesaje cheie și elemente vizuale, relații cu mass-media (comunicate de presă și advertoriale), comunicare pe social media (texte și imagini sponsorizate pentru Facebook și LinkedIn), promovare prin campanie Google Ads, realizarea a trei clipuri video (motion graphic) de informare a publicului larg cu privire la beneficiile ambalajelor din carton ondulat și importanța reciclării acestora, precum și comunicare online și dezvoltare web prin intermediul paginii de campanie.

Toate aceste proiecte au fost susținute prin activități de monitorizare media și social media, raportare periodică și evaluare a impactului, rezultând campanii eficiente, vizibile și adaptate nevoilor beneficiarilor.

■
■

Echipa propusă pentru implementarea proiectului este formată din profesioniști cu experiență dovedită în domeniul comunicării integrate, publicității și promovării, capabili să gestioneze întregul proces – de la strategie și conceperea mesajelor, până la producția de conținut, distribuția multicanal și monitorizarea rezultatelor. Componenta echipei respectă cerințele minime necesare și este gândită pentru a asigura eficiență, calitate și coerență în livrarea tuturor activităților, reunind specialiști din România și Republica Moldova, pentru o abordare locală și regională complementară.:

- **Manager de proiect / Account Manager (1 persoană):** va coordona toate etapele proiectului, va asigura respectarea termenelor, alocarea resurselor și comunicarea permanentă cu beneficiarul, garantând alinierea activităților la obiectivele strategice ale Agenției.
- **Specialist PR și Media Relations (1 persoană):** va gestiona relațiile cu presa și partenerii media, va dezvolta și adapta materialele pentru mass-media națională și internațională și va monitoriza aparițiile media pentru a maximiza vizibilitatea proiectului.
- **Specialist Social Media & Digital Marketing / Ads Targeting Specialist (1 persoană):** va planifica și implementa campaniile online, va crea strategii de promovare adaptate fiecărei platforme și piețe externe, va optimiza campaniile sponsorizate și va analiza performanța acestora pentru a asigura impactul maxim.
- **Copywriter / Content Creator bilingv (RO/EN) (1 persoană):** va redacta conținut coerent, atractiv și adaptat canalelor de comunicare, asigurând consistența mesajelor în limbile română și engleză, atât pentru mediul local, cât și pentru cel internațional.
- **Designer Grafic / Motion Designer (1 persoană):** va dezvolta elemente vizuale, identitate grafică și materiale pentru social media, media digitală și print, inclusiv animații și motion graphics care să susțină mesajele campaniilor și să sporească atractivitatea vizuală.
- **Videograf / Video Editor (1 persoană):** va realiza materiale video de înaltă calitate, inclusiv interviuri, testimoniale și va asigura montajul și editarea acestora pentru difuzarea pe toate canalele prevăzute.

CV-urile și experiența relevantă a fiecărui membru al echipei sunt anexate la această ofertă, oferind dovezi concrete ale expertizei acumulate în proiecte similare, atât la nivel local, cât și internațional. Această structură a echipei garantează capacitatea de a livra campanii integrate, coerente și cu impact măsurabil, în conformitate cu cerințele și obiectivele Agenției de Investiții.

II. ABORDARE STRATEGICĂ

1. Comunicare locală pentru instrumentele și inițiativele de susținere a exporturilor ale Agenției de Investiții

BDR Associates va transforma comunicarea locală a Agenției de Investiții privind susținerea exporturilor – de la Misiuni de business și BRIDGE EXPORT, la Bridge Missions și studii de piață – într-o experiență integrată și coerentă. Ne propunem să spunem poveștile de succes ale sectoarelor strategice, să arătăm cum fiecare oportunitate poate fi valorificată și să facem exporturile mai vizibile și mai accesibile antreprenorilor și IMM-urilor.

Fiecare mesaj, fie că ajunge prin presă, social media sau materiale vizuale, va fi gândit pentru a genera impact real. Postările vor inspira și informa, video-urile vor aduce poveștile la viață, iar campaniile sponsorizate vor asigura că mesajul ajunge exact acolo unde trebuie. În acest mod, comunicarea nu este doar livrată – este trăită, recepționată și integrată de publicul țintă, contribuind la consolidarea unei culturi a exportului în Republica Moldova.

În cazul unor solicitări specifice, livrabilele pot fi bilingve sau adaptate conform cerințelor Agenției.

Media

- Elaborarea a **minimum trei articole de promovare pe lună**, axate pe instrumentele și inițiativele Agenției și pe povești de succes ale companiilor din sectoarele strategice.
- Adaptarea conținutului pentru **mass-media națională și publicații specializate**, precum:
 - **Realitatea.md și Bani.md**, parte dintr-un grup media cu acoperire națională. Realitatea.md este un portal de știri generalist, iar Bani.md este specializat pe economie și business. Împreună, asigură vizibilitate largă și acces direct la publicul interesat de investiții, antreprenoriat și politici economice.
 - **Newsmaker.md** este o platformă media online de referință, recunoscută pentru jurnalismul său independent și obiectiv. Publică zilnic știri, analize și interviuri în română și rusă, adresându-se unui public larg, inclusiv comunității de afaceri și mediului diplomatic. Prin reputația sa solidă și acoperirea bilingvă, Newsmaker.md garantează vizibilitate sporită și acces la audiențe cheie pentru promovarea mesajelor Invest Moldova.
 - **Mold-Street.md** este principala publicație economică online din Republica Moldova, specializată pe subiecte de business, investiții și piețe financiare. Platforma este citită de antreprenori, manageri și factori de decizie interesați de mediul economic, oferind analize și informații de profunzime. Prin profilul său axat pe economie, Mold-Street.md reprezintă un canal ideal pentru transmiterea mesajelor Invest Moldova către audiența de afaceri și potențialii investitori.
- Gestionarea și implementarea **campaniilor sponsorizate (ads)** pentru promovarea articolelor și a altor materiale relevante, prin canale digitale și sociale.

- Adaptarea mesajelor pentru a crește implicarea și awareness-ul în rândul mediului de afaceri și al publicului larg.
- Materialele destinate pieței locale vor fi livrate în limba română.

Social Media

- Crearea și publicarea a **12 reels-uri pe durata a trei luni**, dedicate promovării instrumentelor și inițiativelor Agenției, cu conținut vizual atractiv și adaptat specificului fiecărei platforme (Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok).
- Integrarea platformei de TikTok pentru a diversifica formatele de comunicare și a atinge un public mai larg, în special generațiile tinere de antreprenori. Conținutul va fi adaptat specificului platformei – scurt și dinamic. Reels-urile vor fi optimizate pentru TikTok, punând accent pe testimoniale, behind the scenes și povești de succes. Astfel, TikTok va funcționa ca un canal complementar, contribuind la creșterea vizibilității și la consolidarea unei comunități în jurul inițiativelor Invest Moldova, atât în plan național/local/regional, cât și internațional.
- Integrarea reels-urilor în **campanii sponsorizate**, pentru maximizarea impactului și creșterea engagement-ului.
- Adaptarea mesajelor și a formatelor vizuale în funcție de platformă și public, pentru a asigura vizibilitate, implicare și creșterea awareness-ului.
- Monitorizarea rezultatelor campaniilor și aparițiilor media, cu raportare detaliată post-eveniment.

2. Comunicare Internațională – Promovarea exporturilor

Agencia de Investiții își propune consolidarea vizibilității internaționale a Republicii Moldova ca partener economic de încredere, prin promovarea sectoarelor cu potențial de export: turism medical, agroalimentar și IT. Astfel, ne propunem să aducem exporturile moldovenești în prim-plan pe scena internațională, combinând prezența în media de prestigiu cu campanii social media adaptate fiecărei piețe externe. Obiectivul central al strategiei este obținerea de expunere media relevantă în publicații internaționale de prestigiu, printr-o combinație de articole editoriale, advertoriale și parteneriate media, cu accent pe cost-eficiență și impact strategic, care să pună în valoare avantajele competitive ale Moldovei și să consolideze imaginea țării ca partener de încredere pe piețele strategice. Fiecare mesaj va fi calibrat pentru a rezona cu publicul internațional și pentru a transforma oportunitățile de export în povești de succes recunoscute la nivel global.

Media internațională

Strategia propusă combină abordări editoriale organice, advertoriale targetate și mesaje calibrate pentru fiecare piață externă, având ca scop transformarea oportunităților de export în povești de succes cu vizibilitate internațională. Toate materialele vor fi livrate în limba engleză, pentru a asigura accesibilitate maximă și impact asupra publicului internațional. Publicațiile menționate sunt indicative, selecția finală urmând a fi ajustată în funcție de disponibilitatea editorială și de conformitatea subiectelor propuse cu politica editorială a fiecărei publicații, cu respectarea obiectivelor stabilite de către Autoritatea Contractantă.

➤ Promovarea turismului medical pe piața britanică

Pentru sectorul turismului medical, propunem redactarea unui articol în **Medical Tourism Magazine**, publicație de referință în industria globală a turismului medical. Articolul va sublinia avantajele competitive ale Moldovei: costuri medicale accesibile, calitatea serviciilor, proximitatea geografică față de Europa de Vest și expertiza specialiștilor locali. Propunem includerea de interviuri cu medici de renume, povești autentice ale pacienților internaționali și studii de caz menite să ilustreze calitatea și eficiența serviciilor medicale din Moldova. De asemenea, recomandăm adaptarea conținutului pentru publicul britanic, astfel încât să fie evidențiate oportunitățile concrete pentru pacienții din UK. Această abordare ar conduce la publicarea unui articol editorial cu vizibilitate internațională, care să poziționeze Moldova ca o destinație medicală de încredere, accesibilă și competitivă.

➤ Vizibilitate direcționată pentru agroalimentar în Germania

Pentru a maximiza impactul mediatic și a poziționa Republica Moldova ca partener economic de încredere, propunem realizarea unui articol în Bloomberg, una dintre cele mai influente publicații economice la nivel global, cu acoperire puternică și în spațiul german. Publicația oferă o platformă de prestigiu pentru transmiterea mesajelor către investitori, lideri de opinie și mediul de afaceri european. Articolul va putea evidenția competitivitatea Republicii Moldova, calitatea produselor agroalimentare – vinuri, fructe și produse bio – precum și potențialul lor pe piețele internaționale. În paralel, recomandăm corelarea acestei vizibilități cu participarea la târguri internaționale relevante, precum Anuga sau Berlin Fruit Logistica, pentru a spori expunerea și a crea oportunități de networking pentru producătorii locali.

În cazul în care, din motive editoriale sau de oportunitate, colaborarea cu Bloomberg nu s-ar putea concretiza, alternativa este Handelsblatt, cel mai important cotidian economic din Germania. Pentru piața germană, Handelsblatt are aceeași greutate și reputație precum Bloomberg, Financial Times sau The Economist, fiind recunoscut pentru influența sa asupra decidenților politici și de business. Alegerea acestei publicații ar consolida percepția Moldovei ca furnizor de produse agroalimentare premium, pregătite pentru exportul pe cele mai exigente piețe europene.

➤ Promovarea sectorului IT pe piața scandinavă

Pentru piața suedeză, propunem colaborarea cu publicația **IT-Kanalen**, specializată în soluții IT, outsourcing și cloud. Vom redacta un articol detaliat despre ecosistemul IT din Moldova, evidențiind start-up-urile inovatoare, serviciile de outsourcing și resursele umane calificate.

Rezultatul vizat este atragerea de parteneriate strategice și consolidarea imaginii Moldovei ca hub IT emergent și de încredere.

➤ Vizibilitate graduală în publicațiile premium

Pentru publicațiile internaționale de top – **The Economist**, **Financial Times** și **Bloomberg Business Week** – recomandăm o abordare organică de outreach editorial. Vom propune articole exclusive bazate pe evenimente majore, cum ar fi rapoarte economice, summit-uri, lansări de produse sau investiții străine noi. În plus, vom facilita accesul jurnaliștilor la oficiali și reprezentanți ai sectorului privat, consolidând relații pe termen lung cu editorii. Această strategie permite Agenției de Investiții a Republicii Moldova să obțină vizibilitate treptată în publicațiile premium, creând o prezență credibilă și constantă în media internațională.

Recomandări strategice finale

În baza analizei piețelor externe și a specificului fiecărui sector, propunem o strategie care prioritizează eficiența, concentrându-se pe articole editoriale organice în publicații precum *Medical Tourism Magazine*. În același timp, recomandăm direcționarea investițiilor către instrumente cu impact măsurabil, precum advertorialul pentru piața germană și promovarea sectorului IT pe piața suedeză prin IT-Kanalen. Pentru consolidarea vizibilității pe termen lung, sugerăm un outreach editorial către publicații premium, cum ar fi *Financial Times* și *The Economist*, prin dezvoltarea relațiilor cu jurnaliștii și editorii relevanți. În paralel, propunem implementarea unui sistem de monitorizare și evaluare a performanței articolelor, analizând reach-ul, engagement-ul și lead-urile generate, pentru a adapta continuu strategia și a maximiza rezultatele.

Social Media internațională

- Dezvoltarea și implementarea de **campanii online adaptate piețelor externe**, inclusiv pe platforme precum Facebook, LinkedIn și Instagram, pentru a susține articolele și a promova instrumentele de export.
- Crearea de **conținut vizual și video adaptat** specificului fiecărei platforme și audiențe, pentru maximizarea engagement-ului și a vizibilității.
- Implementarea campaniilor sponsorizate (ads) pentru promovarea articolelor și a altor materiale relevante, cu targetare precisă pe piețele țintă.
- Monitorizarea performanței campaniilor și aparițiilor media internaționale, cu **raportare detaliată post-campanie** pentru evaluarea impactului și ajustarea strategiei.

3. Campanii de comunicare BRIDGE Missions

Pentru BRIDGE Missions, ne propunem să construim o prezență digitală și media integrată, care să pună în valoare poveștile de succes ale beneficiarilor și să stimuleze implicarea antreprenorilor și IMM-urilor. Campaniile vor fi implementate pe mai multe niveluri, combinând social media, media tradițională, conținut vizual și campanii sponsorizate, astfel încât mesajele să ajungă la publicul țintă într-un mod coerent și relevant, respectând identitatea vizuală și valorile Agenției de Investiții.

3.1 Conținut social media

Pe social media, strategia noastră va fi să informăm, să inspirăm și să mobilizăm simultan publicul. Vom crea **postări statice săptămânale** timp de 12 săptămâni, în proporții echilibrate: jumătate vor fi inspiraționale, prezentând povești de succes și impactul BRIDGE Missions asupra dezvoltării afacerilor; 30% vor fi call-to-action, încurajând înscrierile și reamintind termenele-limită; iar 20% vor oferi informații utile despre regulamente și criterii de participare.

La acestea se vor adăuga **reels și video-uri scurte**, două pe lună, pentru a surprinde dinamica programului: majoritatea vor include testimoniale ale beneficiarilor, iar restul vor fi behind-the-scenes de la evenimente sau tips & tricks pentru aplicanți. **Stories săptămânale** vor completa fluxul de comunicare, oferind remindere rapide, sondaje interactive sau mici capsule “Știai că...?”, pentru a menține audiența conectată și implicată pe tot parcursul campaniei.

3.2 Campanii sponsorizate

Pentru a asigura vizibilitatea mesajelor BRIDGE Missions către publicul potrivit, vom implementa **campanii sponsorizate pe Meta și Google Ads**, cu targetare precisă: raioane, antreprenori și IMM-uri eligibile. Conținutul campaniilor va fi adaptat în funcție de obiectiv – fie regulamentul programului, fie testimoniale sau call-to-action pentru înscrieri.

3.3 Media & PR

Pentru componenta de media tradițională, vom orienta comunicarea BRIDGE Missions către publicul economic și de business, prin publicarea a două articole dedicate în presa națională și regională. Conținutul va fi personalizat pentru fiecare publicație, astfel încât să fie relevant, atractiv și preluat cu interes de jurnaliști și cititori.

Printre canalele vizate se numără:

- **AGORA.md** este una dintre cele mai influente platforme media online din Republica Moldova, cu audiență activă și credibilitate ridicată. Prin conținut variat (știri, analize, multimedia), atrage factori de decizie, antreprenori și public urban interesat de economie și investiții. Alegerea acestei platforme asigură vizibilitate maximă și transmiterea mesajelor Invest Moldova către segmentele de public relevante.
- **Infomarket.md**, este o publicație online specializată pe economie, finanțe și piețe de capital, cu focus pe analize detaliate și informații pentru mediul de afaceri. Platforma este utilizată de antreprenori, investitori și factori de decizie, fiind o sursă de referință pentru știri și tendințe economice din Republica Moldova..

Prin această abordare strategică, care combină relevanța informațiilor cu creativitatea mesajelor, vom consolida credibilitatea și vizibilitatea programului **BRIDGE Missions** în rândul celor mai importanți stakeholderi din mediul de afaceri.

3.4 Materiale video & foto

Un **video principal de 1 minut**, cu multiple testimoniale ale beneficiarilor, va fi elementul central al campaniei vizuale, evidențiind impactul programului BRIDGE Missions și generând inspirație și credibilitate.

3.5 Monitorizare și raportare

Performanța campaniilor va fi urmărită printr-un **raport lunar de monitorizare media și social media**, care va include indicatori clari: numărul de apariții media, reach total, engagement rate și click-through rate pentru campaniile sponsorizate. Pentru a asigura o analiză completă, raportarea va include și indicatori calitativi și de evoluție a comunității, precum: creșterea numărului de urmăritori pe platformele social media, distribuirea conținutului, interacțiuni generate. La finalul campaniei, vom întocmi un **raport post-campanie complet**, livrat în maxim 10 zile lucrătoare de la încheierea proiectului, oferind o imagine detaliată a rezultatelor și recomandări pentru optimizarea viitoarelor campanii.

Prin această abordare integrată, creativă și adaptată specificului BRIDGE Missions, ne asigurăm că fiecare mesaj contează și că programul devine vizibil, accesibil și atractiv pentru toți beneficiarii potențiali.

Concluzii

Ne propunem să construim o fundație solidă pentru toate campaniile Agenției, astfel încât fiecare mesaj să fie coerent, fiecare material relevant, iar impactul măsurabil. În prima etapă vom defini identitatea vizuală și elementele grafice esențiale, adaptate pentru social media, presă și canale digitale, creând un limbaj vizual memorabil și consistent. Vom sincroniza producția și difuzarea conținutului cu agenda Agenției printr-un calendar editorial detaliat, care permite integrarea rapidă a feedback-ului și adaptarea la oportunități media neprevăzute. Fiecare livrabil va urma pași clari – creare, distribuție și raportare – cu mecanisme eficiente de aprobare și validare, asigurând coerența și calitatea comunicării în română și engleză. Performanța campaniilor va fi monitorizată constant prin indicatori clari, iar strategia integrată, livrată în primele 15 zile de la semnarea contractului, va ghida toate activitățile pentru a genera rezultate cuantificabile și vizibile.

Prin această abordare, nu doar comunicăm eficient, ci construim o imagine solidă și durabilă a Agenției de Investiții pe plan național și internațional, transformând fiecare acțiune de comunicare într-o investiție strategică în reputație și impact.

■
■

Vă mulțumim!

■ BDR. ■

Strategic Communication | PR | PA | Superbrands