

Specificații tehnice

[Acest tabel va fi completat de către oferant în coloanele 2, 3, 4, 6, 7, iar de către autoritatea contractantă – în coloanele 1, 5]

Numărul procedurii de achiziție: Informația o găsiți în SIA RSAP. 21193149
Obiectul achiziției: <i>Campania de comunicare</i>

Denumirea bunurilor/ serviciilor	Denumirea modelului bunului/ serviciului	Țara de origine	Producă torul	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către oferant	Standarde de referință
1	2	3	4	5	6	7
Bunuri/servicii						
Campania de comunicare (lot cu poziții)						
1.1 Organizarea evenimentelor publice în contextul lansării serviciilor noi (cu participare mass-media)		Moldova		<i>Serviciile vor fi prestate în conformitate cu cerințele detaliate pentru fiecare poziție și subpoziție, inclusiv, în conformitate cu cerințele din Anexa la Anunțul de participare.</i> Cantitatea evenimentelor: 2 Evenimentele urmează a fi organizate cu scopul promovării și mediatizării noilor servicii prestate de către ASP. Temele evenimentelor urmează a fi coordonate ulterior. Data de desfășurare și locația: <i>vor fi stabilite la etapa definitivării planului de acțiuni.</i> Participanți/eveniment: circa 200 persoane Durata unui eveniment: 8 ore	Coordonarea temelor evenimentelor: Identificarea temelor relevante pentru evenimentele de prezentare a serviciilor noi promovate de ASP , astfel încât acestea să poată genera interes atât pentru participanți cât și pentru mass-media. Coordonarea temelor cu stakeholderii cheie și cu departamentele de marketing, comunicare ale partenerilor.	

			Asigurarea participării a cel puțin 5 mass-media (TV) cu acoperire națională la eveniment. Dotare sală: • Sala unde se va desfășura evenimentul va fi stabilită la etapa definitivării planului de acțiuni, în urma prezentării a cel puțin trei oferte, care corespund cerințelor din specificația tehnică. • Spațiul propus pentru desfășurarea evenimentelor trebuie să corespundă nivelului de desfășurare a unor evenimente de business (conferințe, workshopuri, traininguri) și să fie dotat cu mobilier modern (cel puțin 200 de scaune, aranjare în stil teatru. Pentru prezidium trebuie să fie prevăzute cel puțin 6 fotolii). • Facilități sală: internet, microfon radio, proiector, ecran LED, sistem de sonorizare, parcare. • Personalul tehnic trebuie să fie disponibil pe întreaga perioadă de desfășurare a evenimentului. • Elaborare scenariu eveniment: • Asigurare prezentator eveniment. • Elaborare design a tuturor materialelor pentru eveniment (elaborare visual eveniment, elaborare și prezentare power point a noului serviciu lansat; elaborare design materiale pentru tipar (zona foto, ecusoane); design materiale pentru emisie (videografică, spot video de prezentare a evenimentului (max. 40	Alegerea locației: Se va opta pentru spații disponibile în ziua preconizată evenimentului, astfel încât acesta nu doar să îndeplinească cerințele tehnice și estetice, dar și să fie accesibil pentru participanți și echipele de media. Se vor propune și verifica cel puțin trei oferte, conform cerințelor. Infrastructură tehnică: Sala va fi asigurată cu toate facilitățile necesare: Internet de înaltă viteză, sistem audiovizual de calitate, microfoane, proiector etc., inclusiv evenimentul va fi asigurat cu personal tehnic experimentat și disponibil pe întreaga durată a evenimentelor. Materialele promoționale și de prezentare: Designul materialelor va fi elaborat	
--	--	--	--	--	--

				sec); cartonase pentru vorbitori, cartonașe panel, jingle, burtiere). Realizarea tuturor materialelor pentru eveniment (conform listei de produse a căror design a fost elaborat). • Asigurarea logisticii evenimentului. • Asigurarea serviciilor foto pe parcursul întregului eveniment. • Asigurarea transmisiunii (live) a evenimentului pe o platformă de transmisiune online a evenimentelor. • Asigurarea a două pauze de cafea pe parcursul desfășurării evenimentului, conform următoarelor specificații: - cafea, zahăr alb și brun, îndulcitori artificiali, frișcă/lapte condensat, prezentate în ambalaje individuale; - prestatorul va asigura: servirea cafelei, din aparate tip espresso, precum și a ceaiului (diverse sortimente, miere și lămâie), apă minerală natural carbogazoasă și apă plată (ambalaj de minim 0,5 litri per persoană), - fructe, precum și produse de patiserie și cofetărie (dulci și sărate, minim 3 sortimente de fiecare). Produsele incluse la fiecare pauză de cafea trebuie să fie suficiente pentru numărul de participanți la eveniment. Apa plată și cea minerală natural carbogazoasă, cafeaua și ceaiul vor fi asigurate nelimitat pe durata conferinței.	fie profesionist și adaptat identității vizuale a ASP, livrat în format pentru producere, cât și în format electronic, editabil. Producția de materiale video și printate trebuie va fi de înaltă calitate și gata în timp util pentru distribuire. Logistica evenimentului: va fi realizată astfel încât să ofere fluiditate evenimentului. Serviciile de catering: Produse de calitate, prezentate estetic și în conformitate cu cerințele de sănătate. Documentarea și mediatizarea evenimentului: Asigurarea unei acoperiri media extinse pre-eveniment, în timpul și post eveniment va crește vizibilitatea evenimentului și a serviciilor promovate.	
--	--	--	--	---	---	--

				Vesela (pahare, cești, farfurioare), lingurițe și șervețele vor fi de unică folosință și din materiale reciclabile, iar fețele de masă refolosibile.	Fotografiile și înregistrările de calitate vor fi disponibile pentru materialele de follow-up și pentru arhiva ASP.	
1.2 Produse media						
1.2.1 Spoturi video format TV				• Cantitate: cel puțin 12 spoturi format TV. • Durata - cel puțin 30 sec și cel mult 1 min. • Elaborare concept/scenariu; storyboard. • Design infografice. • Voice over: Sonorizare în română și subtitrare în limba rusă. Varianța finală a spotului TV va fi aprobată de către ASP.	1. Conceptualizare și Scenariu • Definirea Mesajului Principal: Stabilirea unui mesaj clar și concis care să capteze esența serviciilor lansate și să încurajeze utilizarea acestora de către cetățeni. • Dezvoltarea Narativului: Crearea unui scenariu care să prezinte în mod dinamic și atractiv elementele cheie serviciilor publice lansate de către ASP. 2. Design și Animație • Crearea Personajelor și a Decorurilor: Designul personajelor și al mediilor care să reflecte specificul serviciilor și să atragă publicul țintă. • Animația: Animarea elementelor create pentru a	

					produce o poveste fluidă și captivantă în cadrul spotului de 30-60 de secunde. 3. Adaptare - Versiuni Lingvistice: Producerea spotului în versiunile română și rusă, inclusiv înregistrarea vocii peste în ambele limbi de către vorbitori nativi. 4. Producție Audio - Coloana Sonoră: Alegerea unei piese muzicale care să completeze și să sporească impactul vizual al animației. - Efecte Sonore: Adăugarea de efecte sonore adecvate care să îmbunătățească dinamica și să adauge profunzime povestirii. 5. Revizie și Finalizare - Revizii: Evaluarea versiunilor preliminare ale spotului cu echipa implicată și ajustarea detaliilor în funcție de feedback. - Finalizarea: Încheierea producției spotului, asigurându-se că este de înaltă calitate și gata pentru distribuție.	
1.2.2 Spoturi video grafic format social media				Cantitate: cel puțin 20 spoturi/video-grafice format social media	1. Conceptualizare și Scenariu	

				• Durata – cel puțin 20 sec și cel mult 40sec. • Elaborare concept • Elaborare elemente grafice • Adaptarea spoturilor la formatele coordonate cu ASP (Facebook, Youtube, site ASP etc.). • Spot video/grafic pentru difuzarea prin rețelele de socializare (Facebook, instagram, youtube) Varianța finală va fi aprobată de către ASP.	• Definiția Mesajului Principal: Stabilirea unui mesaj clar și concis care să capteze esența serviciilor lansate și să încurajeze utilizarea acestora de către cetățeni. • Dezvoltarea Narativului: Crearea unui scenariu care să prezinte în mod dinamic și atractiv elementele cheie ale noilor servicii publice lansate de către ASP. 2. Design și Animație • Crearea Personajelor și a Decorurilor: Designul personajelor și al mediilor care să reflecte specificul serviciilor și să atragă publicul țintă. • Animația: Animarea elementelor create pentru a produce o poveste fluidă și captivantă în cadrul spotului de 30-60 de secunde. 3. Adaptare • Versiuni Lingvistice: Producerea spotului în versiunile română și rusă, inclusiv înregistrarea vocii peste în ambele limbi de către vorbitori nativi. 4. Producție Audio	
--	--	--	--	--	--	--

					• Coloana Sonoră: Alegerea unei piese muzicale care să completeze și să sporească impactul vizual al animației. • Efecte Sonore: Adăugarea de efecte sonore adecvate care să îmbunătățească dinamica și să adauge profunzime povestirii. 5. Revizie și Finalizare • Revizii: Evaluarea versiunilor preliminare ale spotului cu echipa implicată și ajustarea detaliilor în funcție de feedback. • Finalizarea: Încheierea producției spotului, asigurându-se că este de înaltă calitate și gata pentru distribuție.	
1.2.3 Spoturi format radio				• Cantitate: cel puțin 14 spoturi radio. • Durata – cel puțin 20 sec și cel mult 40 sec. • Elaborare concept. • Sonorizare în limbile română și rusă. • Va fi furnizată coloana sonoră, împreună cu drepturile de utilizare aferente. Varianța finală va fi aprobată de către ASP.	1. Conceptualizare și Scenariu • Definirea Mesajului Principal: Stabilirea unui mesaj clar și concis care să capteze esența serviciilor lansate și să încurajeze utilizarea acestora de către cetățeni. • Dezvoltarea Narativului: Crearea unui scenariu care să prezinte în mod dinamic și atractiv	

					elementele cheie ale noilor servicii publice lansate de către ASP. 2. Adaptare - Versiuni Lingvistice: Înregistrarea vocii în limba română și rusă de către vorbitori nativi. 3. Producție Audio - Coloana Sonoră: Alegerea unei piese muzicale care să completeze și să sporească mesajul spotului. - Efecte Sonore: Adăugarea de efecte sonore adecvate care să îmbunătățească dinamica și să adauge profunzime povestirii. 4. Revizie și Finalizare - Revizii: Evaluarea versiunilor preliminare ale spotului cu echipa implicată și ajustarea detaliilor în funcție de feedback. - Finalizarea: Încheierea producției spotului, asigurându-se că este de înaltă calitate și gata pentru distribuție.	
1.2.4 Video explainer-e platforme informare ASP				Cantitate: cel puțin 20 video explainer-e despre accesarea serviciilor prestate de către ASP.	1. Definirea Scopului și Publicului Țintă Se stabilește clar obiectivul filmulețului:	

				• Durata – cel puțin 10 minute și cel mult 15 minute. • Elaborare concept. • Elaborare elemente grafice și de animație. • Sonorizare în limba română și subtitrare în limba rusă. Varianța finală va fi aprobată de către ASP	explicarea conceptului de lansarea de către ASP a noilor servicii publice și sublinierea importanței acestora pentru societate. • Identificarea publicului țintă și adaptați limbajul și exemplele pentru a fi accesibile și relevante pentru acesta. 2. Dezvoltarea Scenariului • Scrierea unui scenariu care să introducă conceptul de digitalizarea serviciilor publice prestate de către ASP, să explice de ce este importantă și să prezinte moduri prin care fiecare individ poate solicita în comunitatea sa. 3. Design și Animație • Alegerea unui stil de animație care să fie atractiv și accesibil pentru un public larg. Animațiile colorate și personajele relatabile pot face conceptul mai ușor de înțeles. • Designul ar trebui să fie inclusiv și să reflecte importanța și necesitatea noilor servicii lansate, evidențiind cum digitalizarea serviciilor publice prestate de către	
--	--	--	--	---	---	--

					ASP beneficiază pe toată lumea. 4. Producția Audio • Înregistrarea în limbile română și rusă, asigurându-ne că vocea este caldă și invită la ascultare pentru a menține atenția publicului. • Alegerea unei coloane sonore potrivită care să completeze și să îmbunătățească mesajul fără a distra atenția de la conținutul narativ. • Includerea de subtitrări în ambele limbi pentru a asigura accesibilitatea pentru toți membrii publicului, inclusiv pentru cei cu deficiențe de auz sau care nu sunt vorbitori nativi. 5. Editare și Revizuire • Asamblarea tuturor elementelor – animația, nararea și muzica – și editarea filmulețului pentru a asigura un flux coerent și angajant al informațiilor. • Revizuirea filmulețului cu echipa pentru a colecta feedback și a face ajustări dacă este necesar.	
--	--	--	--	--	---	--

1.3 Plasare de produse (Media placement)			Operatorul economic va prezenta un media plan (placement TV, Radio, rețelele sociale) care va asigura atingerea obiectivelor campaniei de comunicare (conform cerințelor din subpozițiile nr. 1.3.1 – 1.3.3). Media Planul va fi realizat în baza datelor puse la dispoziție de către instituția responsabilă de măsurarea cotelor de audiență și a celor de piață, selectată în urma concursului organizat de Consiliul Audiovizualului.	Elaborare mediaplanuri pentru fiecare post TV și Radio în parte și plasarea acestora după aprobarea cu ASP. La finele campaniilor pentru plasările la TV se prezintă raport cu date de acoperire.	
1.3.1 Plasare de produse (Media placement) a spoturilor video privind activitatea ASP la TV cu acoperire națională			Se va elabora un Media Plan, astfel încât fiecare spot TV, realizat în cadrul respectivei campanii de comunicare, să fie plasat la: a. cel puțin trei cele mai populare posturi TV, cu acoperire națională, în orele de maximă audiență, după cum urmează: 3 ori dimineața și 3 ori seara (prime time). b. trei posturi TV regionale din nordul, centrul și sudul RM. Pe perioada de derulare a contractului, indiferent de numărul de luni pe care îl presupune, difuzările vor fi concentrate de o așa manieră încât să se asigure un minim de 250 de minute la posturile TV cu acoperire națională și 300 min la posturile TV regionale. <i>Graficul postărilor va fi coordonat cu ASP.</i>	Plasare spot la posturile TV - Cinema1, ProTV, JurnalTV, TV-Drochia, TV Elita și GRT în volum de 550 minute în total. Perioada de plasare va fi coordonată cu ASP. Difuzarea spoturilor va fi în orele de maximă audiență: 3 difuzări dimineața și 3 difuzări seara în prime-time.	

1.3.2 Plasare de produse (Media placement) la posturi de radio cu acoperire națională			Se va elabora un Media Plan, astfel încât fiecare spot Radio, realizat în cadrul respectivei campanii de comunicare, să fie plasat la: a. cel puțin cinci cele mai populare posturi de Radio, cu acoperire națională, în orele de maximă audiență, după cum urmează: 5 ori dimineața și 5 ori seara. b. unul dintre posturile de Radio propuse trebuie să fie cu difuzare în limba rusă. Pe perioada de derulare a contractului, indiferent de numărul de luni pe care îl presupune, difuzările vor fi concentrate de o așa manieră încât să se asigure un minim de 500 de minute. <i>Graficul postărilor va fi coordonat cu ASP.</i>	Plasare spot audio la posturile de radio: HIT FM, KissFM, Radio Noroc, JurnalFM și Novoe Radio în volum de 500 minute în total. Perioada de plasare va fi coordonată cu ASP. Difuzarea spoturilor va fi în orele de maximă audiență: 5 difuzări dimineața și 5 difuzări seara în prime-time.	
1.3.3 Plasare de produse (Media placement) pe platformele de social media			• Derulare campanie online pe rețele de socializare (pe platformele Google ADS, Facebook ADS, Youtube ADS) • Planificarea, crearea și gestionarea campaniilor Pay Per Click pe platformele Google ADS, Facebook ADS, Youtube ADS în limita bugetului prevăzut pentru această activitate, după principiul un volum mai mare de trafic la un cost cât mai redus • Tipuri de campanii care urmează a fi desfășurate: ○ Campanie de tip search. ○ Campanie de tip display, google display network (GDP): wb siteuri,	Plasare campanie online pe rețele de socializare (Facebook ADS, Google ADS, Youtube ADS). Format ADS care urmează a fi desfășurate: - promovare postări Meta - Google Search - Google Display – 7 dimensiuni bannere - Video Network (DV360) - adds de tip video.	

				add de tip imagine (bannere-trafic mare, volum mare) ○ Campanie de tip video /youtube adds (adds de tip video, imagine (bannere)). ● Elaborare concept și realizare bannere, video și text, în baza produselor media (spoturi TV, videografice, explainere), realizate în cadrul respectivei campanii de comunicare. Criterii de evaluare: un număr maxim de urmăritori, like-uri, vizualizări/accesări, partajări, principiul PPC, etc. pe platformele Google ADS, Facebook ADS, Youtube ADS.		
--	--	--	--	---	--	--



Semnat:

Numele, Prenumele: Cristina Moșneaga-Barbaruc În calitate de: Administrator

Ofertantul: Bright Communications SRL Adresa: stradela Tetrului 2/2, mun. Chișinău, MD-2012, Republica Moldova