

ANUNȚ DE PARTICIPARE INCLUSIV PENTRU PROCEDURILE DE PRESELECȚIE/PROCEDURILE NEGOCIATE

privind achiziționare Servicii de PR&Comunicare în Olanda 2023

prin procedura de achiziție Licitatia Deschisă

1. Denumirea autorității contractante: IP "Oficiul Național al Viei și Vinului" (ONVV)
IDNO: 1013620012945
2. Adresa : RM. mun. Chișinău, str. Sfatul Țării, 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	Denumire Serviciu	Unitate de măsură	Cantitate	Specificare tehnică deplină solicitată, standarde de referință	Valoarea estimată
Lot 1. Activități de promovare prin intermediul importatorilor, mass media, sommelierilor, canale digitale.						
1.1		Comunicate de presă/ newsletters	Serviciu	1	Demararea campaniei de PR&Comunicare și cooperarea prin transmiterea mesajului către media și importatori despre faptul că Agenția este selectată ca partener al ONVV, reprezentând Vinurile Moldovei în Țările de Jos. Transmiterea unui comunicat de presă către mass-media olandeză de vin și produse alimentare și un buletin informativ dedicat	

				<p>comercianților cu amănuntul, importatorilor și altor profesioniști precum somelieri.</p> <p>Agenția va răspunde tuturor celor deja interesați de vinurile din Moldova, astfel încât Agenția va avea o primă listă scurtă a companiilor interesate.</p> <p>Transmiterea către ONVV a datelor de contact ale partenerilor agenției din Food and Wine Republic, astfel încât ONVV să poată decide dacă vom intra pe noi piețe în viitor (în Benelux, Suedia, Danemarca, Germania, Marea Britanie, Franța, Elveția, Italia, Spania, Polonia și, în ultimul rând, dar nu cel puțin SUA. https://foodandwinerepublic.com/)</p> <p>.</p> <p>În comunicatul de presă, Agenția va prezenta particularitățile generice ale RM și industriei vitivinicole.</p> <p>În buletinul informativ către importatori, Agenția va face o selecție relevantă a bazei de date a importatorilor și le va trimite un buletin informativ pentru a introduce campania olandeză ca și reprezentanta al Vinurilor din Moldova.</p> <p>Acesta va include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informații și posibilități de întâlnire. • Oportunitatea de a primi o cutie cu 4 vinuri moldovenești ale vinărilor care caută distribuție în Olanda, pentru a degusta la propriul birou. <p>Importatorii vor putea completa un document Google care sunt vinurile preferate.</p>	
--	--	--	--	---	--

					<p>Le va fi trimisă selecția de vinuri și vor fi contactați după 3 săptămâni pentru a primi feedback-ul lor și a trimite informații despre vânzări.</p> <p>• Importatori de vin*:</p> <p>Aproximativ 25 de importatori mari și 75 de importatori de dimensiuni medii.</p> <p>• Agenția va transmite un raport cu toate reacțiile și toate datele de contact ale importatorilor, în cazul când buyerii se adresează direct producătorilor și vor informa ONVV ONVV, ONVV va informa Agenția, astfel încât să putem păstra baza de date la zi și să rămânem sincronizați .</p> <p>Tipuri de comunicare și activități solicitate:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Buletin informativ - Formular Google - Degustare de vinuri (cutii, fise de degustare, broșura) - informații despre vânzări <p>Perioada sugerată: martie-aprilie 2023</p>	
1.2		Masterclass cu Sommelieri	Serviciu	1	<p>Pentru a ajunge la publicul profesionist, agenția trebuie să planifice și să invite somelieri renumiți la un masterclass dedicat Vinurilor Moldovenești.</p> <p>Cursul de master va fi condus de un specialist din RM sau de un reprezentant ONVV.</p> <p>Expertul local va prezenta sectorul vitivinicol, specificul</p>	

					<p>terroirului, soiurile locale, tradițiile în vinificația etc.</p> <p>Locul de desfășurare a masterclass-ului va fi o locație precum o pivniță sau o cetate/castel pentru a crea legătura cu multiplele beciuri subterane din Moldova.</p> <p>Accentul cursului de masterclass va fi pus îpe vinurile din soiurile locale de struguri din R. Moldova.</p> <p>Audiența masterclass-ului va fi de 20-25 de somelieri, iar durata masterclass-ului va fi de 1,5 ore. Ulterior va fi servit prânzul.</p> <p>Locații posibile</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beciurile Kargadoor din Utrecht - Fort Zuid Beemster - Teatrul Tobacco Amsterdam <p>Tipuri de comunicare</p> <ul style="list-style-type: none"> -Invitație - Fișe de degustare - Prezentare - postări pe Instagram/Facebook/You tube <p>Timp sugerat: aprilie sau mai 2023: 10.00 – 11.30 masterclass, 11.30 – 13.00 prânz</p>	
1.3		Cină cu reprezentanți mass -media	Serviciu	1	<p>Pentru a fi cât mai eficienți cu timpul și bugetul, ONVV recomandă ca Agenția să organizeze o cină de presă în aceeași zi cu masterclassul somelierilor.</p>	

					<p>Pentru acest dineu de presă, Agenția se va concentra pe aspectul culinar al patrimoniului Moldovei.</p> <p>Accentul va fi pus pe durabilitate, tradiții, locuri, oameni, care sunt unul dintre motivele pentru care turiștii vizitează Moldova.</p> <p>Publicul pentru această cină va fi 20-25 de jurnaliști de vin și bloggeri, precum și mai mulți bloggeri culinari interesați de vin.</p> <p>Orar sugerat: în aprilie sau mai 2023: 16.00 – 17.30 masterclass, 17.30 – 19.00 cina</p> <p>Tipuri/canale de comunicare</p> <ul style="list-style-type: none"> - Canale de social media - Blogurile online ale participanților - Postări ale participanților.
1.4		Expedierea vinurilor moldovenești către influenceri și jurnaliști	Serviciu	1	<p>Expedierea vinurilor moldovenești pentru Degustare în luna mai către un alt grup de jurnaliști, alții decât cei invitați la cina de presă.</p> <p>Trimiterea vinurilor către un eșantion de 25 bloggeri și jurnaliști (travel și lyfestyle).</p> <p>Cutia frumos ambalată, va include 3 vinuri diferite, un soi local de struguri albi, un rosé local și un soi local de struguri roșii.</p> <p>Cutia va fi personalizată.</p> <p>Se propun următoarele idei de personalizare:</p>

					<p>Idea 1: Muzica moldovenească</p> <p>Idea ține de tradiția muzicii moldovenești. Această cutie va include și un flyer despre cele 3 vinuri și tradiție, astfel încât bloggerii să afle mai multe despre țară. Cum funcționează asta? Când deschid cutia, va începe să cânte muzica moldovenească și-i răsfațăm imediat cu festivitățile moldovenești.</p> <p>De asemenea, un cod QR îi va trimite la un videoclip despre Vinul Moldovei pe canalul de YouTube Wine of Moldova.</p> <p>Moldova este cunoscută pentru sărbătorile/evenimentele culturale și pentru vinurile vibrante cu care dorim să ne împărtășim.</p> <p>Tipuri de comunicare</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flyer cu informații despre vinuri și tradiție - postări pe Instagram - Vinuri din Moldova 	
1.5		Press trip	Serviciu	1	<p>Vizită de presă axată pe Ziua Națională a Vinului</p> <p>Întrucât turismul vinicol este cea mai înfloritoare ramură a întregii industrii a Turismului din Moldova, agenția va organiza o vizită de presă și bloggeri.</p> <p>Vizita de presă va fi pentru 5-10 jurnaliști, influenceri, bloggeri. Aceștia vor vizita podgoriile și</p>	

				<p>cramele din Moldova în prima săptămână a lunii octombrie. O combinație de mass-media va fi invitată la această călătorie pentru a evidenția toate aspectele pe care Moldova le are de oferit.</p> <p>Presa va fi surprinsă de istoria și tradițiile țării, podgorii, diferite vinuri și toate activitățile din jurul „Zilei Naționale a Vinului”, care se va desfășura anul acesta pe 7-8 octombrie.</p> <p>Agentia va avea un fotograf olandez care se va alătura călătoriei, astfel ca să genereze suficient conținut pentru rețelele sociale în următorii 2 ani.</p> <p>Invitarea a 5-7 jurnaliști/bloggeri și a 1 fotograf, însoțiți de consultantul Agenției.</p> <p>Sugerăm:</p> <ul style="list-style-type: none">- NRC, MMW - Esmee Langereis (jurnalist de vin)- The Wine Spice Girl – India Donisi (blogger de vinuri)- Dagblad van het Noorden – Jacques Hermus (vin și călătorii)- Telegraaf – Barbara Verbeek (vin)- FavorFlav – Sharon van Lokhorst (culinar/vin/stil de viață) <p>Selecția de mass-media profesionale ar trebui să fie o combinație bună de jurnaliști și mass-media online și care toate au un număr mare de urmăritori cărora le vor genera conținut de urmărit din R.Moldova.</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>Timp sugerat: Vizita va dura 4 zile – de joi până duminică, de preferință între 5 octombrie și 8 octombrie.</p> <p>Agenția poate lua în calcul și organizarea vizitei de presă la Vernisajul Vinului, ediția de primăvară (3-6 mai).</p> <p>Tipuri de comunicare</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agenția Social Media și Vinurile Moldovei - Blogurile online ale participanților - Articole după vizita de presă - Postări ale participanților <p>Alternativă</p> <p>Dacă, din orice motiv, situația nu permite călătoria cu jurnaliștii în Moldova, Agenția va aranja un cadru la o degustare profesională sau o prezență la un festival de vin în Olanda.</p> <p>Aceasta ar fi o configurație mai mică dacă profesioniștii sau, în celălalt caz, consumatorii se pot familiariza cu vinurile moldovenești.</p> <p>Câteva posibilități recomandate:</p> <p>Gastvrij Rotterdam: Al doilea cel mai mare târg profesional Horeca din Țările de Jos</p> <p>Bacchus Amsterdam: 6 zile festival de vin în aer liber (două weekenduri) în parcul din Amsterdam</p>	
--	--	--	--	---	--

					<p>Festivalul Vinului din Amsterdam: Festivalul vinului festiv la locația industrială din Amsterdam</p>	
1.6		<p>Promovarea în Social media</p>	<p>Serviciu</p>	<p>1 lunar</p>	<p>Asistarea și administrarea Wine of Moldova pe Social Media.</p> <p>Pentru Țările de Jos, aceasta înseamnă că ar avea sens să se concentreze pe Instagram.</p> <p>Agenția va oferi conținut în limba engleză pe care ONVV îl poate partaja pe platforma existentă și va crea o pagină separată de Facebook/Instagram în olandeză. Agenția ne va recomanda cea mai bună modalitate de a urma.</p> <p>Strategie</p> <p>Agenția va crea o strategie de promovare în digital și va elabora planul de postări lunar. Strategia și planul de comunicare vor fi coordonate și aprobate de ONVV, inclusiv planificarea reclamelor.</p> <p>La fel agenția va avea în sarcină crearea de conținut, vizualuri și video pentru campanii.</p> <p>TENDINȚE SOCIAL MEDIA</p> <p>Direcționare</p> <p>Vedem că importanța interacțiunii crește din nou în acest an. Parțial din cauza schimbărilor mari în terenul publicitar. Pe măsură ce devine mai dificil să țintăm preferințele și profilurile personale, agenția trebuie să găsească moduri diferite de a viza publicul nostru. O modalitate de a</p>	

				<p>face acest lucru este de a viza engagement-ul.</p> <p>Agenția va crea video de dimensiuni mici pentru a interațional cu comunitatea de fani ce ne urmăresc.</p> <p>Acum că Instagram promovează puternic Reels, putem profita de această tendință postând role pentru a obține mai multă vizibilitate pe platformă. Deoarece se analizează și dacă oamenii urmăresc un film până la sfârșit, trebuie să păstrăm aceste videoclipuri cât mai scurte posibil, astfel încât oamenii să aibă mai multe șanse să vizioneze întregul film.</p> <p>La momentul potrivit</p> <p>Întrucât interacțiunile sunt un factor puternic în clasamentul Instagram, trebuie să obținem cât mai multe aprecieri și comentarii posibil în primele secunde după postarea conținutului nostru. Prin urmare, este important să ajungeți la audiențe atunci când acestea sunt cele mai active și, ulterior, cel mai probabil să interacționeze cu postările și poveștile Wine of Moldova.</p> <p>Interacțiuni Stories + Posts</p> <p>Creșterea engagementului poate funcționa, postând povești cu o opțiune de alegere sub forma unui sondaj.</p> <p>Agenția va crea conținut care generează un număr suficient de</p>	
--	--	--	--	---	--

					aprecieri, distribuirii, comentarii și chiar salvări. Produse livrate: Raport lunar cu rezultatele obținute pe fiecare platformă.	
Valoarea estimată fără TVA în Euro						40 000

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 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. Admiterea sau interzicerea ofertelor alternative: _____ **Nu se admit** _____
(indicați se admite sau nu se admite)
11. Termenii și condițiile de livrare/prestare solicitați: după semnarea contractului
12. Termenul de valabilitate a contractului: _____ **31.12.2023** _____
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/ Obligatoritatea
1.	Specificatia tehnica anexa nr.22	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronica	Obligativiu
2.	Specificatia de preț anexa nr.23	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronica	Obligativiu
3.	Formularul standard al Documentului Unic de Achiziții European (DUAE)	Completat integral și confirmat prin semnatura electronică	Obligativiu
4.	Garanția pentru ofertă – formularul garanției bancare	<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.</p> <p>Mărimea garanției pentru ofertă constituie 1% din valoarea ofertei, fara TVA.</p> <p>NB! Toate comisioanele/taxele bancare si de transfer vor fi luate in considerare si suportate de catre Ofertant, astfel se va asigura receptionarea de către Autoritatea contractanta a garantiei de</p>	Obligativiu

		ofertă în marimea (cunatumul) minim solicitat.	
5.	Garanția de bună execuție	<p>Garanția de bună execuție urmează a fi confirmată documentar.</p> <p>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 (<i>emisă de către instituție bancară</i>). 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.</p> <p>NOTA! Totodata garanția bancară, va fi prezentată în original (<i>în plic</i>) la sediul instituției autorității contractante până la termenul limită de depunere a ofertelor.</p> <p>Mărimea garanției pentru ofertă constituie 1% din valoarea ofertei, fara TVA.</p> <p>NB ! Toate comisioanele/taxele bancare si de transfer vor fi luate in considerare si suportate de catre Ofertant, astfel se va asigura receptionarea de către Autoritatea contractanta a garantiei de oferta in marimea (cunatumul) minim solicitat.</p>	Obligatori
6.	Experienta Dovedita	<p>Cerințe din partea ofertantului</p> <p>Ofertantul va asigura următoarele cerințe:</p> <p>3.1 Prezentare generală a firmei:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Structura și capacitățile generale ale firmei lor. 	Obligatori

		<ul style="list-style-type: none"> • Experiență în furnizarea de servicii în sectorul conexe de marketing al vinului. • Termen – trebuie să fie livrat pentru o lansare în martie-aprilie 2023. <p>3.2 Echipa propusă:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confirmarea capacităților și competențelor profesionale a echipe și de a începe colaborarea imediat după semnarea contractului. • Angajații să fie direct implicați în activitățile de PR&Comunicare pentru Wine of Moldova; • Prezentarea și demonstrarea experienței relevante a echipei. <p>3.3 Considerații:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descrierea serviciilor pe care le puteți furniza în legătură cu solicitările definite mai sus; 	
--	--	--	--

16. Garanția pentru ofertă, după caz _____ Da __, cuantumul _____ 1% _____.

17. Garanția de bună execuție a contractului, după caz _____ DA _____, cuantumul _____ 1%.

18. Motivul recurgerii la procedura accelerată (în cazul licitației deschise, restrânse și a procedurii negociate), după caz: termenul restrins pentru participare la eveniment

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 _____ EURO _____

22. Criteriul de evaluare aplicat pentru atribuirea contractului: prețul cel mai mic

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	Ponderea%

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: _____ **30 zile** _____

27. Locul deschiderii ofertelor: _____ SIA RSAP _____

(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:

_____ **Engleza sau Româna** _____

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:

Agenția 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: _____ **10 martie 2023 BAP nr.20** _____

35. Data transmiterii spre publicare a anunțului de participare: __ **Conform SIA RSAP**

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	
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)

Alte informații relevante: Cerințe din partea ofertantului

Ofertantul va asigura următoarele cerințe:

Prezentare generală a firmei:

- Structura și capacitățile generale ale firmei lor.
- Experiență în furnizarea de servicii în sectorul conexe de marketing al vinului.
- Termen – trebuie să fie livrat pentru o lansare în martie-aprilie 2023.

Echipa propusă:

- Confirmarea capacităților și competențelor profesionale a echipe și de a începe colaborarea imediat după semnarea contractului.
- Angajații să fie direct implicați în activitățile de PR&Comunicare pentru Wine of Moldova;
- Prezentarea și demonstrarea experienței relevante a echipei.

Considerații:

- Descrierea serviciilor pe care le puteți furniza în legătură cu solicitările definite mai sus;

Conducătorul grupului de lucru: 