

SPECIFICAȚIE TEHNICĂ

pentru procedura de achiziție „Servicii Social Media și Design Grafic pentru promovarea Wine of Moldova pe Piețe Externe”

Beneficiar: IP Oficiul Național al Viei și Vinului (ONVV)

Ofertant: TRUE AGENCY

1. Date generale despre ofertant

TRUE AGENCY este o agenție creativă specializată în branding, identitate vizuală, design și comunicare creativă. Lucrăm cu branduri care au nevoie nu doar de vizualuri frumoase, ci de comunicare autentică adaptată publicului țintă.

Pentru proiectul Wine of Moldova, vedem oportunitatea de a construi o comunicare care să reflecte valorile noastre de țară și care să fie recunoscută pe piețele externe, păstrând autenticitatea brandului.

Chiar dacă TRUE AGENCY este o agenție relativ nouă pe piață (fondată în 2024), fondatoarea, Elena Corcimari, a colaborat în cadrul altei agenții cu întreg Grupul Purcari gestionând toate brandurile grupului atât pe piața din Moldova, cât și cele internaționale. Deasemenea, a colaborat cu Vinăria Mileștii Mici, Castel Mimi și Doina Vin. Experiența vastă în domeniul vinificației pe care o are, ajută mult la înțelegerea necesităților brandului Wine of Moldova pentru piețele externe. TRUE AGENCY la fel a avut în portofoliu proiecte pentru industria vinificației. Am elaborat 3 etichete și identități de brand pentru Rădăcini Wines (Long Charnat, Vița de Vie și Vero di Moscato). Ultimul proiect din domeniul vinificației, echipa TRUE a elaborat designul pentru eticheta noului spumant AlterEgo, ce urmează să fie lansat anul acesta.

Avem experiența necesară pentru a livra rezultate maxime și obiectivul nostru în această campanie va fi să creștem vizibilitatea brandului Wine of Moldova prin campanii și abordări creative. Credem ferm că un brand se poate diferenția doar în momentul în care comunică autentic, creează valoare și nu îi este frică să iasă din tipare.

Specificații tehnice

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

Numărul procedurii de achiziției : Informația se poate găsi în SIA RSAP						
Obiectul achiziției: Social Media și Design Grafic pentru promovarea Wine of Moldova pe Piețe Externe, până la 31 decembrie, 2026						
Denumirea bunurilor/se rvițiilor	Denumirea modului bunului/se rvițiului	Țara de origine	Producătorul	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant	Standard de referință
1	2	3	4	5	6	7
Bunuri/servicii						
Servicii de design și promovare social media Notă: Serviciile solicitate vor fi oferite în perioada până la 31 decembrie 2026,						
Planificare, bugetarea și raportarea campaniei de promovare pentru Meta/ Google pentru	Campanii Meta și google	Moldova	TRUE AGENCY	<ul style="list-style-type: none"> Planificarea strategiei de comunicare și plan bugetar pe canale și etape Pre-In Time-Post Event; 	Fiecare campanie va fi ca un ecosistem construit în jurul Wine of Moldova. Strategia va fi împărțită în câteva etape: awareness, engagement și retention, astfel încât	N/A

campanii de talie medie				<ul style="list-style-type: none"> • Crearea unui calendar detaliat de campanii (Google Sheets/Excel); • Prezentarea raportului de eficiență la finalul campaniei de comunicare. <p>Livrabile:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategie de comunicare, plan bugetar, KPI și metodologie de raportare; • Calendar integrat campanii cu conținut și vizualuri. • Raport de eficiență la finalul campaniei de promovare 	<p>publicul să interacționeze cu brandul înainte, în timpul și după eveniment.</p> <p>Conceptul campaniilor va fi baza de la care vom porni, în funcție de eveniment ne vom gândi la un concept care să fie suficient de creativ astfel încât să reușim să ne diferențiem și să atragem cât mai mare vizibilitate organică (inclusiv). Partea de concept al campaniei va fi reflectat în creativ (KV), mesaje și copywriting.</p> <p>Vom valorifica atuurile pe care le are Wine of Moldova, vom scoate în lumină brandurile notorii care vorbesc tare despre calitatea vinului în Moldova. Vom depune efort să atragem în campanii formatori de opinie din diasporă pentru a putea acoperi o audiență mai mare organic. Când vorbim despre formatorii de opinie, nu mă refer la influenceri mari, dar inclusiv la oamenii din comunitățile locale care organizează evenimente mici de comunitate în diasporă. Astfel de oameni sunt mulți și e păcat să nu profităm de loialitatea, patriotismul și dragostea pe care o poartă ei pentru țara noastră. Credem ferm în faptul că: "Unde-s mulți, puterea crește." iar asta e valabil inclusiv în</p>	
-------------------------	--	--	--	--	--	--

					campanii. Suportul extern, organic, uneori propulsează mesajele mult mai rapid decât campaniile plătite. Oamenii cred în oameni. Iar noi suntem mândri și foarte norocoși să avem o diasporă activă și implicată.	
Adaptare Key Visual pentru campanii de talie medie				<ul style="list-style-type: none"> • Adaptarea Key Visual al evenimentului, conform Brand Book Wine of Moldova; • Adaptări pentru formate digitale/tipărite (ex. orizontal, vertical, square, story, banner); • Formate livrare: PNG, JPEG, PDF, GIF, MP4, SVG; • Fișiere editabile (PSD, AI, INDD) la cerere; • Max. 3-4 ajustări minore incluse în cost. <p>Livrabile</p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual per eveniment + adaptări multi-format/platformă. 	<p>Propunem dezvoltarea de KV care să păstreze elemente din identitatea Wine of Moldova, dar să fie creative și unice. Diferențierea o putem face prin elemente graice distinctive sau culori în funcție de campanie sau eveniment.</p> <p>Key Visual-urile vor fi dezvoltate astfel încât să fie ușor adaptate la formatele necesare pentru campaniile digitale. Cel mai important lucru este ca fiecare KV să comunice clar mesajul campaniei. Pe lângă mesaj, vizualul trebuie să poată vorbi TARE. Din primele secunde să înțelegi că este vorba despre Wine of Moldova.</p>	
Creare conținut vizual static				<p>Activitate</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design grafic conform Brand Book și specificații tehnice; • Adaptare vizualuri pentru toate platformele (dimensiuni & formate); • Max. 3-4 ajustări minore incluse în cost. 	<p>Imaginile grafice vor fi la fel dezvoltate ținând cont de identitatea Wine of Moldova, dar ele la fel trebuie să fie autentice și să aibă un storytelling vizual.</p> <p>Ne propunem vizualuri care nu doar informează, ci transmit experiența Wine of Moldova: cultura, emoțiile,</p>	

				<p>Livrabile</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design original în PNG/JPEG/PDF/SVG, min. 72 DPI, gata de publicare. 	<p>vvalorile și tradițiile noastre. Pentru a avea o coerență în comunicarea vizuală propunem să avem un mini ghid (moodboard) pentru fiecare campanie pentru a putea determina direcția de stil și ToV al vizualului.</p>	
<p>Creare/montare conținut video format Reels (Instagram, Facebook, YouTube)</p>				<p>Activitate</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montare video conform cerințelor tehnice; • Integrare grafică & sunet (logo, animații, audio licențiat); • Subtitrări RO/EN • Max. 3-4 ajustări minore incluse în cost. <p>Livrabile</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clipuri verticale Full HD (10-60 sec), MP4 + fișiere sursă la cerere. 	<p>Conținutul video va fi dinamic și adaptat consumului rapid specific platformelor precum Instagram Reels, Facebook și YouTube Shorts. Ne propunem materiale care captează atenția din primele secunde și transmit experiența Wine of Moldova într-un mod autentic.</p> <p>Montajul va combina ritm vizual, cadre atmosferice, tipografie animată și elemente grafice integrate din identitatea brandului. Accentul va fi pus pe emoții și storytelling vizual, astfel încât fiecare material să funcționeze atât ca instrument de promovare, cât și ca material de branding.</p>	
<p>Servicii motion design/ gif (animații pentru postări, bannere, GIF-uri)</p>				<p>Activitate</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creare concept și storyboard pentru animații; • Realizare animații conforme cu brandul și platforma; • Max. 3-4 ajustări minore incluse în cost. 	<p>Propunem dezvoltarea de gifs care să adauge dinamică și vizibilitate campaniilor Wine of Moldova în mediul online. Motion designul va fi utilizat pentru a transforma informația și identitatea vizuală</p>	

				<p>Livrabile</p> <ul style="list-style-type: none"> • Animații originale în formate GIF, MP4, HTML, adaptate multiplatformă. 	<p>Într-o experiență mai interactivă și memorabilă.</p> <p>Animațiile vor urma direcția vizuală a brandului și vor fi adaptate specificului fiecărei platforme. GIF-urile și elementele animate vor fi gândite pentru a crește engagementul pe rețelele de socializare.</p>	
<p>Elaborarea Banere Web grafice (Google Display, Admixer)</p>				<p>Activitate</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creare seturi de bannere digitale adaptate platformei (6–10 dimensiuni/event). <p>Livrabile</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formate: HTML, MP4, MOV, GIF, WebM (la necesitate). 	<p>Bannerele sunt primul punct de interacțiune cu utilizatorul, respectiv ele trebuie să reflecte foarte clar mesajul. Dacă este vorba de eveniment, să fie clar despre ce eveniment este vorba. Dacă avem nevoie de un CTA, el trebuie să fie vizibil în primele nano secunde. Cu siguranță toate bannerele care vor merge în campanie vor deriva din KV pentru a păstra același stil și consecvență în comunicarea vizuală.</p>	
<p>Copywriting social media (texte în limba română)</p>				<p>Activitate</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creare texte adaptate pentru fiecare tip de conținut; • Revizuiți și adaptări conform feedback-ului beneficiarului; • Livrare punctuală, respectând tonul și stilul brandului. <p>Livrabile</p>	<p>Textele sunt partea importantă din campaniile de comunicare. Aici va trebui să definim ToV foarte bine, pentru a putea comunica corect mesajele cu care vom merge către utilizatori. Userii trebuie să simtă că noi suntem aproape de ei și Wine of Moldova este brandul cald, care transmite valorile Moldovei mai departe în lumea mare. Vom evita</p>	

				<ul style="list-style-type: none"> • Texte persuasive, corecte gramatical, personalizate pentru audiența țintă. 	tone of voice instituțional, limbajul de lemn și limbaj solemn. Cum spuneam mai sus, vom pune accent pe autentic, pe simplitatea graiului nostru, care este atât de bogat și foarte puțin valorificat.	
Bugetul ADS				<p>Buget publicitate digitală</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buget total campanii Ads este estimat 233.333 MDL (fără TVA), inclus în bugetul general; • Defalcare pe canale (Facebook, Instagram, YouTube, etc.) și faze (Pre-event, Live, Post-event); • Ajustări dinamice în funcție de performanțe, cu aprobare beneficiar; <p>Transparență totală și raportare periodică KPI.</p>	<p>Pentru fiecare campanie vom stabili KPIs pe care îi vom urmări. Pentru fiecare tip de campanie vom dezvolta un mediaplan în care vom putea calcula exact bugetul distribuit per platformă și rezultatele așteptate.</p> <p>Mediaplanul ne va permite să putem urmări performanța campaniilor și să optimizăm la necesitate audiențele, bugetul sau să redistribuim bugetul în funcție de cum vor performa campaniile. Dacă campania pe Meta va livra mai mult engagement/clicks decât cele de display, putem să redistribuim bugetul către Meta. Este important în campanii să avem mai multe seturi de creative, sistemul alege creativul ce livrează cel mai mare randament și îl utilizează pe el.</p>	

Notă: În cazul unor omisiuni și/sau erori de redactare, cerințele minime prevăzute în Anunțul de participare vor prevala asupra celor indicate în prezenta specificație tehnică.

Semnat: _____ Numele, Prenumele: Elena Corcimari În calitate de: Director Executiv

Prestatorul: TRUE AGENCY SRL Adresa: str. Puşkin 11, Chişinău
