

					Furnizarea unui perspective 360 ° a destinației. Echipa dedicată proiectului, urmează să se aprofundeze în toată literatura disponibilă și 1-2 membrii ai echipei ar urma să viziteze destinația, să facă un tur de familiarizare și să organizeze interviuri cu persoanele cheie de la vinării, toate acestea fiind un mod ideal de a înțelege produsul pe care Moldova îl oferă. Livrabile : Document rezumat care detaliază concluziile interviului cu părțile interesate (aproximativ 4-6 pagini) II. BRAND AUDIT Ofertantul urmează să ofere o evaluare bazată pe fapte, a situației actuale a destinației, cum ar fi performanța, modul în care se compară cu concurența, care sunt avantajele/punctele forte și care sunt principalii generatori de cerere. Ofertantul urmează de asemenea să facă audit-uri suplimentare pentru a analiza cu atenție identitatea și istoria actuală a brandului Wine of Moldova. Ofertantul ne va prezenta analiza altor regiuni vitivinicole și ne va prezenta rezultate și oportunități pe care le-au identificat și care au avut succes. Livrabile: Brandul și un document de audit competitiv (aproximativ 4-6 pagini). Termen: Pentru punctele I și II: 7-14 zile calendaristice din momentul semnării contractului.	
1.2		Strategia de Brand	Serviciu	1	1). În baza perspectivelor și descoperirilor acumulate din pct. 1.1. (de mai sus), operatorul economic urmează să dezvolte o strategie de marcă/brand unică. Această strategie ar defini poziționarea brandului, arhetipul brandului, personalitate, echitate de marcă, set competitiv și cartografierea publicului țintă, mesaje, punctele de probă identificate. Operatorul va furniza în scris un manifest de marcă (brand manifesto). 2). Aceasta ar include, de asemenea, o revizuire a arhitecturii brandului și recomandarea opțiunilor pentru orice necesități, de a crea un alt avantaj pentru brandul vincol actual, Wine of Moldova, care va fi activ pentru diferite canale de comunicare. 3). Arhitectura mărcii – opțiuni de modele de portofoliu pentru a analiza argumentele pro și contra a diverselor opțiuni propuse. 4) Ofertantul ne va prezenta modul în care sarbatoarea nationala : „Ziua Națională a	

					Vinului “, evenimentul cheie pentru promovarea turismului vitivinicol și, de asemenea, evenimentul Ziua Ușilor Deschise, se încadrează în strategia actuală. Livrabile: a) Model de arhitectură a brandului (1-2 pagini) ; b) Strategia Brandului (6-8 pagini) ; Termen : 3-4 săptămâni de la semnarea contractului.	
1.3		Elaborare creative	Serviciu	1	aa) SLOGANE & MESAJE ALE BRANDULUI a) Crearea a 4 versiuni de slogan ale brandului. b) Crearea mesajelor de bază ale brandului (până la 4 mesaje) pentru a fi utilizate în șabloanele de marcă menționate în punctul bb) (mai jos). Livrabile : Slogane (doar în versiunea engleză) Mesaje ale brandului x 4 (doar în versiunea engleză) Termen: Săptămâna 5-6 de la data semnării contractului. bb) CREAREA IDENTITĂȚII BRANDULUI a) Activele de bază ale brandului: dezvoltarea logo-ului (numai reîmprospătare – ceea ce presupune că nu este necesară reproiectarea completă), dispozitiv grafic, paletă de culori, tipografie și stil de fotografie. b) Aplicarea noii identități de marcă la următoarele puncte vizate: eticheta sticlei de vin, papetărie (antet, carte de vizită, cu șabloane pentru compoziții) șablon de prezentare până la 6 slide-uri , șablon pliant, șablon pentru presă, semnalizare x 3 pentru canalele operatorilor de turism, șablon publicitar digital. c) Acesta va include un ghid de instruire și utilizare (guidelines document) până la 20 de pagini, accentuând regulile de utilizare. Livrabile : 1) Activele de bază ale brandului: logo, dispozitiv grafic, paletă de culori, tipografie și stil de fotografie. 2) Șabloane de identitate de brand: - Eticheta sticlei de vin ; - Papetărie (antet, carte de vizită, cu șabloane pentru compoziții) prezentare șabloane, până la 6 slide-uri. - Șablon pentru flyer - Șablon pentru presă	

34. 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	da
facturarea electronică	da
plățile electronice	da

35. 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)

36. Alte informații relevante: În temeiul art.17, din Legea achizițiilor publice nr.131 din 03.07.2015, operatorul economic participant va putea prezenta informații/cerințe/documente suplimentare de calificare, prevăzute în capitolul IV din DUAЕ, în original sau/și copii autentificate prin semnătură și ștampila întreprinderii, într-un plic sigilat prin semnătură și ștampilă, la adresa sediului autorității contractante sau/și prin opțiunea electronică la adresa: achizitii_onvv@wineofmoldova.com

Conducătorul grupului de lucru: Irina BÎSTRITCHI

L.Ș.



