

Specificații tehnice (F4.1)

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

Numărul procedurii de achiziție: ocds-b3wdp1-MD-1647000748298				
Denumirea licitației: Servicii de Elaborare Strategie de pozitionare globala a turismului vinicol.				
Cod CPV	Denumirea serviciilor	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant (col. va fi completat de către ofertant)	Standarde de referință
1	2	3	4	5
Lot 1.				
1.1	Planul de comunicare	Elaborarea planului de comunicare și mesajelor de comunicare pentru anul 2022 în baza calendarului evenimentelor oferite de Oficiul Național al Viei și Vinului și a obiectivelor de bază ale activității Wine of Moldova. Planul de comunicare va include și propuneri/subiecte care pot deveni știri și teme de analiză în cadrul emisiunilor TV și radio în termen de 3 săptămâni din momentul semnării contractului. Documentul planului va fi în format excel și însoțit de o prezentare PPT de 5-7 slide-uri, care va conține partea de viziune, obiective și mesaje PR. Termen de execuție pînă la data de 20 martie 2022	Elaborarea Strategiei și a planului de PR&Comunicare pe piața din Moldova, care va include: - Elaborarea planului de comunicare în baza calendarului evenimentelor oferite și a obiectivelor de bază ale activității ONVV, care va conține viziunea, strategia, obiectivele și mesajele PR, identificarea canalelor de promovare pentru fiecare din proiectele menționate mai jos (format ppt) – 1 - Elaborarea planului calendaristic detaliat (format excel) - 1	Termenul de executare conform anunțului de participare.
1.2	Comunicare și promovare a evenimentului Ziua Națională a Vinului	Serviciul include obligatoriu: 1. Realizarea planului de comunicare; 2. Elaborarea propunerilor și stabilirea parteneriatelor media; 3. Dezvoltarea mesajelor de PR care vor fi utilizate în campania de comunicare; 4. Dezvoltarea și implementarea planului de comunicare, care va include: - Campaniile de PR pre eveniment; - Un eveniment pentru presă pre eveniment (concept, costuri logistică, mesaje);	1.Elaborarea planului de comunicare și a mesajelor PR aferente evenimentului, care sunt în concordanță cu obiectivele generale de comunicare. Planul de comunicare va include mesaje pre-PR, during și Post-PR 2. Elaborarea conceptului de mediatizare a evenimentului de informare dedicate mass-media, propuneri pentru un impact mai mare, elaborarea materialelor de comunicare(invitație, fișe, comunicat de presă, agenda evenimentului, briefing lines pentru vorbitor) 3. Elaborarea unui plan de vizibilitate pentru cele 2 zile ale evenimentului : - Identificarea și negocierea cu canale media populare, cel puțin 5, dintre care 1 canal TV cu acoperirea națională. - Coordinarea și comunicarea evenimentului ZNV, stabilirea	

		- Subiectele materialelor de presă elaborate pe durata celor 2 zile ale evenimentului; - Recomandări de participare la emisiuni (subiecte & canale recomandate); - 2 concepte de proiecte speciale propuse a fi realizate împreună cu 2 parteneri media și managementul acestor proiecte. 5. Implementarea a cel puțin 5 campanii de PR pre eveniment (scrierea articolelor, traducerea lor în rusă, identificarea opțiunilor pentru vizual, diseminarea materialelor către presă, media relations pentru publicarea materialelor). Unul din materialele de presă/comunicat va fi tradus și în l. engleză; 6. Managementul participărilor la emisiuni (coordonare, pregătire fișe informare pentru jurnaliști și fișe participare pentru speakeri) și ale emisiunilor speciale ale partenerilor media generali (min. 3). 7. Comunicarea cu blogerii (min. 3) pentru promovarea evenimentului; 8. Media Relations pe parcursul evenimentului. Facilitarea interviurilor pentru mass-media. Asigurarea suportului necesar jurnaliștilor pe durata evenimentului (pe durata ambelor zile ale evenimentului); 9. Realizarea și diseminarea comunicatelor de presă în ambele zile ale evenimentului (cîte 2 per zi) împreună cu fotografiile de la eveniment. Asigurarea difuzării gratuite pe cel puțin 3 canale de top (cu audienta maximă și acoperire națională). Nota! Canalele vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă; 10. Realizarea comunicatului de presă post event cu datele statistice despre eveniment și diseminarea inclusiv Media Relations pentru amplasarea acestuia; 11. Realizarea și prezentarea raportului post campanie	parteneriatelor media pe durata evenimentului: 4 .Elaborarea mediaplanului de promovare - Promovarea spotului TV și Fm și asigurarea difuzării gratuite pe cel puțin 1 canal tv și radio (cu audienta maximă și acoperire națională). - Managementul participărilor la emisiuni TV si radio: coordonare, pregătire fișe informare pentru jurnaliști și fișe participare pentru speaker - Raport de monitorizare media 5. Comunicare cu microinfluenceri specializați : Identificarea canalelor de comunicare și gestionarea comunicării pe întreaga campanie de PR.
1.3	Comunicare și promovare a două ediții anuale ale Conferinței Vitivinicole	Serviciu va include: - Elaborare notă informativă pre comunicat; - Elaborare scrisoare de invitație conferință; - Media Relations pe durata conferinței; - Elaborare și redactare speech speakeri (la solicitare); - Management PR transmisiuni directe pe tv, online (serviciu plătit	1.Elaborarea unui calendar de activități, care va conține propuneri pentru campaniile de PR și vizibilitatea evenimentului; - Elaborarea a unei invitații de presă și media relations pentru prezența la eveniment și gestionarea mass-media pe parcursul conferinței; - Elaborarea unui comunicat-tease pre-eveniment, a unei fișe informative pentru mass-media la eveniment și a unui comunicat de presă instituțional post-PR; - Gestionarea participărilor la emisiuni, inclusiv elaborarea de breifing

		separat); - Managementul echipei foto/video pe durata evenimentului, dar nu include costul propriu-zis al serviciilor de foto și video; - Asigurare material informațional post event; - Elaborare comunicat de presă în română, engleză și rusă post event.	lines pentru reprezentanții ONVV; - Gestionarea echipelor foto și video la eveniment și realizarea briefurilor pentru ambele echipe; - Redactarea și ajustarea scenariului evenimentului - Raport de mediatizare post-eveniment.
1.4	Comunicare de promovare a evenimentului Vernisajul Vinului și Salon Divin (ediția Iarnă)	Serviciul va include următoarele: - Elaborare și executare plan de comunicare și promovare; - Elaborarea comunicatelor de presă: a) pre-event: 1 unitate; b) post event: 1 unitate. c) comunicat dedicat DIVINULUI. - Organizarea off-line cu reprezentanți mass media, bloggeri și influenceri. Promovarea soiurilor autohtone de divin/pre degustation: 1 unitate. - Managementul echipei foto/video pe durata evenimentului, dar nu include costul propriu-zis al serviciilor de foto și video; - Redactarea scenariului evenimentului.	1.Elaborare unui plan de comunicare dedicat, care va include mesajele de PR pentru întreaga campanie de comunicare, dar și un calendar al activităților; -Gestionarea vizibilității evenimentului: elaborarea unei invitații de presă, media relations pentru prezența la evniment, elaborarea unui comunicat dedicat VV și a altului material dedicat Salonului Divin; -Gestionarea mass-media la eveniment și facilitarea interviurilor; -Propuneri pentru vizibilitatea evenimentului și organizarea de evenimente offline dedicatea jurnaliștilor și influencerilor; - Managementul echipei foto/video pe durata evenimentului și elaborarea briefurilor pentru ambele echipe; - Redactarea scenariului evenimentului.
1.5	Comunicare Instituțională	Serviciul va cuprinde următoarele: - Elaborarea a 5 comunicate de presă pe evenimentele interne cu tematică: viticultură, vinificație și activități instituționale; - Organizarea conferințelor de presă pre event RVV și materiale PR aferente eventului (invitație de presă, comunicat).	1.Elaborarea materialelor de comunicare aferente activității instituționale Gestionarea campaniei de comunicare aferente RVV, inclusiv elaborarea invitației de presă și a comunicatului, precum și gestionarea participărilor la emisiuni.
1.6	Comunicare Wine of Moldova Academy.	Serviciul va cuprinde următoarele: - Elaborare și executare plan de PR; - Mini press release post event: 7 unități; - Elaborarea invitații de presă; - Management foto/video, costurile propriu-zise nu sunt incluse.	1. Elaborare și executare plan de PR ca parte componentă a strategiei de comunicare anuale; - Elaborarea de comunicate de presă aferente activităților, a invitațiilor de presă, precum și gestionarea mass-media ; - Management foto/video de la evenimentele proiectului
1.7	Destinațiile Oenoturistice	Serviciul va cuprinde următoarele: - Elaborare Plan de PR; - Elaborare a cel puțin 5 press release timp de un an; - Texte generice despre vinării (5-7 unități) până la maxim 2 pagini	1. Ajustarea și executare plan de PR&Comunicare pentru promovarea turismului oenoturistic - Elaborare articole PR pe parcursul perioadei (comunicate de presă dedicate)

		A4; -Comunicare vinării noi deschise; - Texte guideline/ eveniment de presă (cel puțin 1), press release (news alert despre evenimente).	- Copywriting texte generice despre vinării - 10 unități;
1.8	Strategie de promovare a IGP.	Servicul va curpinde următoarele: - Elaborare plan de comunicare și mesaje de PR pentru promovarea zonelor cu Indicație Geografică Protejată (până la 7 pagini A4) ce va explica/informa publicul despre „noțiunea IGP, importanță, etc. - Elaborare comunicate de presă pentru fiecare regiune separată și separat despre evenimente legate de fiecare regiune; - Subiectele materialelor de presă elaborate pe durata campanie; - Recomandări de participare la emisiuni (subiecte & canale recomandate); - 2 concepte de proiecte speciale propuse a fi realizate împreună cu 2 parteneri media și managementul acestor proiecte. 5. Implementarea a cel puțin 2 campanii de PR pre eveniment (scrierea articolelor, traducerea lor în rusă, identificarea opțiunilor pentru vizual, diseminarea materialelor către presă, media relations pentru publicarea materialelor). Unul din materialele de presă/comunicat va fi tradus și în l. engleză; 6. Managementul participărilor la emisiuni (coordonare, pregătire fișe informare pentru jurnaliști și fișe participare pentru speakeri) și ale emisiunilor speciale ale partenerilor media generali (min. 3). 7. Comunicarea cu blogerii (min. 3) pentru promovarea regiunilor IGP; 8. Media Relations pe parcursul campaniei. Facilitarea interviurilor pentru mass-media. -Redactare texte: a) pentru spot: 3 unități b) tip generic: 3 unități	1.Elaborare și executarea unui plan de PR ca parte componentă a strategiei de comunicare anuale pentru promovarea IGP, cu mesajele de PR necesare ; - Elaborare materialelor de presă dedicate pentru fiecare regiune IGP și a activităților desfășurate pe parcursul anului; - Implementarea campaniilor de PR și elaborarea materiilor de PR (2 campanii și traducerea lor în rusă, iar 1 material va fi și în engleză) - Propuneri pentru vizibilitatea campaniei, inclusiv concepte de proiecte speciale realizate în colaborarea cu partenerii media; - Media Relations pe parcursul campaniei, participări la emisiuni și gestionarea vizibilității campaniei în media tradiționale (realizarea de briefing lines pentru emisiuni) - Comunicarea cu influencerii specializați pe parcursul întregii campanii. - Redactarea textelor, după necesitate.
1.9	Parteneriate media Naționale și Regionale	Operatorul economic va stabili parteneriate media pentru top 3 evenimente organizate de ONVV.	1. Identificarea canalelor media cele mai potrivite activității desfășurate; - Elaborarea scrisorilor de parteneriat media, care includ beneficiile reciproc valabile;

			- Expedierea și gestionare parteneriatelor media pe parcursul întregii campanii de comunicare.
1.10	Linie de comunicare concursuri internaționale.	Serviciul va cuprinde următoarele: - Elaborare comunicate de presă : 8 unități; - Press release sumar cu participarea și rezultatele la toate concursurile; - Traducere, adaptare, redactare în engleză.	1. Elaborarea materialelor de comunicare necesare activităților desfășurate cu includerea mesajelor de PR aferente.
1.11	Raportare lunară, format PPT + raport media monitoring + press clipping	Forma raportării urmează a fi stabilită de părți prin negociere.	1. Realizarea rapoartelor de vizibilitate lunară, în format PPT și lista publicațiilor și a articolelor apărute

Denumirea întreprinderii: QUBO COMMUNICATIONS

Numele, prenumele directorului: DINA IVANOV

Semnatura:

