

# TERMENI DE REFERINȚĂ

## Servicii de consultanță în marketing turistic

### 1. CONTEXT ȘI JUSTIFICARE

Oficiul Național al Turismului (ONT), fondat în 2023, este instituția publică responsabilă de promovarea și dezvoltarea turismului în Republica Moldova, având rolul de a consolida imaginea țării ca destinație turistică atractivă și competitivă. ONT contribuie la valorificarea patrimoniului cultural, natural și enogastronomic și la dezvoltarea economică a sectorului turistic.

În contextul aderării la Uniunea Europeană și al implementării Planului de Creștere Economică 2025–2027, ONT urmărește dezvoltarea unor produse turistice competitive și aliniate standardelor europene. Totodată, evoluția pieței, concurența dintre destinații și digitalizarea impun o abordare modernă și integrată a marketingului turistic.

În acest context, serviciile de consultanță în marketing sunt necesare pentru planificarea și implementarea eficientă a activităților de promovare, dezvoltarea campaniilor și materialelor promoționale, precum și monitorizarea performanței acestora. Consultanța va contribui la consolidarea imaginii destinației turistice, creșterea competitivității sectorului și dezvoltarea capacităților instituționale ale ONT.

De asemenea, serviciile vor sprijini actorii din turism în promovarea și comercializarea ofertelor turistice prin utilizarea instrumentelor digitale, platformelor de distribuție și metodelor moderne de comunicare și rezervare.

### 2. CADRUL NORMATIV, STRATEGIC ȘI METODOLOGIC DE REFERINȚĂ

La elaborarea și implementarea serviciilor, consultantul va ține cont de cadrul normativ, strategic și metodologic aplicabil, inclusiv, dar fără a se limita la:

- Legea nr. 131/2015 privind achizițiile publice și actele normative subsecvente aplicabile procedurii de achiziție;
- Documentația standard pentru realizarea achizițiilor publice de bunuri și servicii, aprobată prin Ordinul ministrului finanțelor nr. 115/2021, în măsura aplicabilă;
- Legea nr. 352/2006 cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova;
- Hotărârea Guvernului nr. 570/2023 cu privire la constituirea, organizarea și funcționarea Instituției Publice „Oficiul Național al Turismului”;
- Strategia națională de dezvoltare „Moldova Europeană 2030”, aprobată prin Legea nr. 315/2022;
- Ghidul de marketing privind dezvoltarea turismului în Republica Moldova, aprobat prin Ordinul ministrului culturii nr. 336/2024;
- documentele interne, planurile de acțiuni, campaniile existente și prioritățile de comunicare ale Beneficiarului, puse la dispoziția consultantului la etapa de inițiere.

### 3. SCOPUL SERVICIILOR

Consultantul în marketing integrat va asigura expertiză strategică și suport operațional în planificarea, coordonarea, monitorizarea și implementarea activităților de marketing și promovare prevăzute în planul anual al ONT pentru anul 2026, precum și a activităților suplimentare ce pot apărea ca urmare a modificării sau completării acestuia.

### 4. RESPONSABILITĂȚILE CHEIE

În cadrul mandatului său, Consultantul va contribui la:

1. dezvoltarea și implementarea integrată a campaniilor de marketing și promovare, în conformitate cu obiectivele strategice ale ONT;
2. elaborarea și coordonarea conceptelor creative și a materialelor de promovare pentru piețele țintă relevante;
3. asigurarea unei implementări eficiente, coerente și de înaltă calitate a activităților de comunicare și promovare;
4. coordonarea relației și managementul prestatorilor de servicii implicați în realizarea campaniilor și activităților de marketing;
5. monitorizarea performanței activităților implementate și formularea recomandărilor pentru optimizarea rezultatelor;
6. asigurarea alinierii activităților de marketing la prioritățile naționale, cadrul strategic relevant, Planul de Creștere al Republicii Moldova și programele de stat aplicabile;
7. consolidarea capacităților instituționale ale ONT în domeniul marketingului integrat și al promovării strategice.
8. Acordarea de suport practic stakeholderilor din sectorul turistic pentru îmbunătățirea prezentării, promovării și comercializării produselor și experiențelor turistice.
9. Sprijinirea pregătirii actorilor din turism pentru utilizarea canalelor digitale, platformelor de distribuție, instrumentelor de storytelling și mecanismelor de rezervare.
10. Asigurarea transferului de cunoștințe către Beneficiar și stakeholderi prin sesiuni de instruire, materiale practice, recomandări și un raport final cu concluzii aplicabile.

## **5. DOMENIUL DE PRESTARE A SERVICIILOR**

### **5.1. Strategie operațională de marketing turistic**

Consultantul va elabora un plan operațional aplicabil pentru anul 2026. Documentul va include cel puțin:

- asigurarea coordonării operaționale a tuturor etapelor de implementare a campaniilor planificate pentru anul 2026;
- monitorizarea permanentă a implementării campaniilor pentru asigurarea respectării termenelor, bugetelor și indicatorilor de performanță stabiliți;
- formularea recomandărilor strategice și operaționale pentru îmbunătățirea impactului campaniilor și eficientizarea activităților de marketing.

### **5.2. Suport pentru stakeholderii din turism**

Consultantul va acorda suport practic actorilor din sector, inclusiv crame, unități de cazare, pensiuni turistice, tour-operatori, ghizi, fumizori de experiențe, organizatori de evenimente, actori regionali și asociații profesionale.

Suportul va viza:

- îmbunătățirea prezentării produselor turistice;
- structurarea experiențelor și pachetelor turistice;
- clarificarea propunerii de valoare și a mesajelor pentru publicul internațional;
- recomandări privind fotografiile, descrierile, prețurile, durata experienței și condițiile de rezervare;
- îmbunătățirea parcursului clientului și a informațiilor disponibile online;
- pregătirea pentru participarea la acțiuni de promovare, campanii sau platforme de distribuție.

### **5.3. Ghidare privind distribuția și integrarea pe platforme turistice**

Consultantul va furniza recomandări pentru îmbunătățirea vizibilității produselor turistice pe platforme internaționale de promovare, distribuție și rezervare. Platformele pot include, cu titlu exemplificativ și fără

caracter exclusiv, Booking.com, Viator, Winerist, TripAdvisor, Google Business Profile, platforme specializate pentru turism vitivinicol, experiențe locale sau activități turistice.

Recomandările nu vor impune utilizarea unei platforme comerciale specifice, dar vor explica avantajele, limitările, cerințele de listare, standardele de conținut, elementele de conversie și pașii practici pentru integrare.

#### **5.4. Ateliere, webinar și sesiuni de lucru**

Consultantul va organiza și/sau facilita minimum 2 sesiuni de instruire sau lucru cu stakeholderii, în format fizic, online sau hibrid, cu acordul Beneficiarului. Temele pot include: marketing digital pentru turism, storytelling, pregătirea produselor pentru platforme, turism vitivinicol și gastronomic, pachete turistice, social media, experiența clientului, standarde de prezentare și tendințe în turismul internațional.

#### **5.5. Concept și suport pentru campanie digitală**

Consultantul va coordona minim 2 concepte a campaniilor digitale de marketing, orientată spre creșterea vizibilității Republicii Moldova. Conceptul va include:

- ideea creativă și mesajul central;
- publicul-țintă și piețele vizate;
- arhitectura mesajelor;
- calendar editorial orientativ;
- recomandări de conținut pentru social media, materiale vizuale, reels, stories, articole scurte și amplificare prin stakeholderi;
- mecanismul de coordonare cu partenerii și de utilizare a resurselor existente;
- indicatori de monitorizare, inclusiv reach, engagement, trafic, click-uri, număr de materiale publicate și participarea stakeholderilor.

Bugetul pentru promovare plătită, producție foto-video, servicii media, deplasări sau alte costuri terțe nu este inclus în valoarea contractului, cu excepția cazului în care documentația de atribuire stabilește expres contrariul.

#### **5.6. Suport pentru inițiative de platformă turistică și rezervare**

Consultantul va furniza recomandări strategice și operaționale privind dezvoltarea sau îmbunătățirea inițiativelor de tip platformă turistică, motor de căutare, agregare de experiențe, itinerare sau mecanisme de rezervare. Suportul poate include analiza parcursului utilizatorului, structurarea produselor, integrarea furnizorilor, criterii de listare, descrieri standardizate și recomandări privind fluxul de rezervare.

### **6. INDICATORI MINIMI DE PERFORMANȚĂ**

Indicatorii finali vor fi validați cu Beneficiarul în etapa de inițiere. Pentru monitorizarea executării contractului se recomandă următorii indicatori minimi:

1. minimum 1 plan operațional de implementare și coordonare a activităților de marketing elaborat și aplicat;
2. minimum 4 campanii integrate de marketing și promovare coordonate și implementate conform planului anual al ONT;
3. minimum 2 concepte creative de campanie coordonate și aplicate în activitățile de promovare;
4. 1 set de mesaje-cheie și recomandări de storytelling pentru produsele turistice prioritare;
5. minimum 2 activități de instruire, coordonare sau consultare organizate pentru stakeholderi din domeniul turismului;
6. minimum 15 stakeholderi consultați sau implicați în activitățile de lucru;
7. minimum 1 raport consolidat de monitorizare și evaluare a performanței campaniilor implementate, inclusiv recomandări pentru optimizarea activităților viitoare;
8. asigurarea implementării activităților de promovare în conformitate cu termenele, bugetele și obiectivele stabilite de ONT.

## **7. RAPORTARE ȘI COORDONARE**

Consultantul va lucra în coordonare directă cu persoana sau echipa desemnată de Beneficiar. Comunicarea curentă se va realiza prin e-mail, ședințe online sau fizice și alte canale acceptate de Beneficiar.

- ședință de lansare la începutul contractului;
- actualizări periodice de progres, cel puțin o dată la 2 săptămâni sau la solicitarea Beneficiarului;
- transmiterea livrabilelor în format editabil și PDF;
- integrarea observațiilor Beneficiarului într-un termen rezonabil agreeat;
- prezentarea raportului final și a instrumentelor operaționale înainte de finalizarea contractului.

## **8. OBLIGAȚIILE CONSULTANTULUI**

- să presteze serviciile cu diligență profesională, în conformitate cu obiectivele contractului și cu metodologia aprobată;
- să asigure calitatea, coerența și aplicabilitatea livrabilelor;
- să respecte termenele asumate și să informeze Beneficiarul despre orice risc de întârziere;
- să nu utilizeze informațiile primite de la Beneficiar în alte scopuri decât executarea contractului;
- să evite conflictele de interese și să declare orice situație care poate afecta imparțialitatea serviciilor;
- să livreze materialele în formate editabile, astfel încât Beneficiarul să le poată utiliza ulterior.

## **9. OBLIGAȚIILE BENEFICIARULUI**

- să desemneze o persoană responsabilă pentru coordonarea contractului;
- să pună la dispoziția consultantului documentele, materialele și informațiile necesare;
- să faciliteze, după caz, contactul cu stakeholderii relevanți;
- să examineze livrabilele și să transmită observații într-un termen rezonabil;
- să confirme acceptarea livrabilelor prin e-mail, proces-verbal sau alt mecanism stabilit contractual.

## **10. PROFILUL CONSULTANTULUI / OFERTANTULUI**

Consultantul poate fi persoană fizică, persoană juridică sau echipă de experți, în funcție de procedura de achiziție stabilită de Beneficiar. Cerințele vor fi formulate astfel încât să asigure capacitatea profesională necesară, fără a limita nejustificat concurența.

- experiență demonstrabilă de minimum 3 ani în marketing turistic, promovare de destinație, marketing digital, comunicare strategică sau domenii conexe;
- experiență în minimum 2 proiecte similare realizate în ultimii 5 ani, preferabil în turism, ospitalitate, promovare teritorială, brand de destinație sau dezvoltare de produse turistice;
- cunoașterea sectorului turistic din Republica Moldova sau capacitatea demonstrată de a lucra rapid cu contextul local;
- experiență de lucru cu operatori din turism, autorități publice, asociații sectoriale, organizații internaționale sau parteneri privați;
- competențe în marketing digital, social media, storytelling, platforme de distribuție și optimizarea prezenței online;
- abilități de facilitare, instruire și coordonare a sesiunilor cu grupuri de stakeholderi;
- cunoașterea limbii române. Cunoașterea limbii engleze constituie avantaj, mai ales pentru mesaje, materiale internaționale și platforme de distribuție.

Avantaj va constitui experiența în turism vitivinicol, gastronomic, rural, cultural, MICE, medical/wellness, experiențe locale, campanii internaționale de promovare, proiecte finanțate de donatori sau servicii prestate pentru autorități publice și organizații internaționale.