

ANUNȚ DE PARTICIPARE INCLUSIV PENTRU PROCEDURILE DE PRESELECȚIE/PROCEDURILE NEGOCIATE

privind achiziționarea crearea strategiei de brand și a identității vizuale a produselor IGP Divin

(se indică obiectul achiziției)

prin procedura de achiziție _achiziție de mică valoare_____

(tipul procedurii de achiziție)

1. Denumirea autorității contractante: **IP ”Oficiul National al Viei și Vinului” (ONVV)**
2. IDNO: **1013620012945**
3. Adresa **RM. mun. Chișinău, str. Sfatul Țării, 59**
4. Numărul de telefon/fax: : **+373 22 105 560_**
5. Adresa de e-mail și pagina web oficială ale autorității contractante: **ccebotari@wineofmoldova.com, www.wineofmoldova.com**
6. 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 ccebotari@wineofmoldova.com**
7. 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):

8. 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	Denumirea bunurilor/serviciilor/lucrărilor solicitate	Unitate a de măsură	Cantitatea	Specificarea tehnică deplină solicitată, Standarde de referință	Valoarea estimată (se va indica pentru fiecare lot în parte)
Crearea strategiei de brand și a identității vizuale a produselor IGP Divin						

1		<i>Analiza produsului</i>	Serviciu	1	<p>Cercetare și analiza pentru a identifica și valida direcția de creare a brandului DIVIN, utilizat atât în țară, cât și peste hotare. Include, dar nu se limitează la: Experiența internațională, și poziționarea brandurilor de referință (branduri de țară). Unicitatea produsului din Moldova, puncte de diferențiere posibile. Analiza a situației curente a ramurii. Brifarea și evaluarea necesităților clientului pentru înțelegerea mai detaliată a istoriei și esenței activității produselor IGP DIVIN</p> <p>Livrabilul: Raport / prezentare / direcții de dezvoltare a brandului</p>	
2		<i>Strategia brandului</i>	Serviciu	1	<ul style="list-style-type: none"> • Platforma – Misiunea și oferta de valoare dorită pentru publicul țintă. <p>Propunere de Scop, Viziune și Misiune: Determinarea și definirea rolului specific al brandului IGP Divin, pentru a se diferenția de alte produse similare, a avea valoare adăugată, și unicitate. Consolidarea poziției IGP Divin pe piața internă și extinderea prezentei pe piețele internaționale.</p> <p>Obiective de dezvoltare a brandului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obiectivele pe termen scurt (1-2). - Obiectivele pe termen lung (3-5+ ani). <ul style="list-style-type: none"> • Personalitatea brandului – valorile și mesajele transmise <p>Valori: definirea listei de valori (până la 10) care pot defini caracterul și angajamentele brandului IGP Divin, astfel încât să fie alese maximum 4 valori ale brandului.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta brandului – expresia rațională și emoțională <p>Platforma de comunicare: Elaborarea unui slogan memorabil care să reflecte esența Divinului moldovenesc. Minim 5 variante de slogane pentru aprobare. Sloganul să fie adaptat în 3 limbi (Romana, Rusa, Engleza).</p> <p>Locul Brandului în arhitectura brandurilor de țară (Wine of Moldova, IGP, etc)</p>	

					<ul style="list-style-type: none"> Tonul vocii – cum vorbim și cum arătăm. Ce mesaje transmitem. <p>Livrabil: Strategia de brand</p>	
3		<i>Identitatea Brandului</i>	Serviciu	1	<p>Crearea conceptelor de design LOGO IGP Divin (marca comercială).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborarea 5-6 variante de logo (cu a prelucrarea ulterioară a variantei selectate de ONVV), prima iterare. - Logo sa fie prezentat in 3 limbi (romana, rusa, engleza). <p>Etape obligatorii:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentarea conceptelor. Aprobare/Prelucrare. - A doua iterare a conceptului. Selectarea conceptului pentru dezvoltarea ulterioară - Perfectionarea conceptului selectat (a doua iterare); - Prezentarea / Aprobarea variantei finale al logo-ului. - Dezvoltarea solutiilor pentru afişarea logo-urilor pe diferite formate, suporturi media și fundale <p>Logo-ul IGP Divin trebuie să fie un simbol puternic al brandului, reflectând tradiția și excelența produselor IGP Divin. Acesta va combina elemente vizuale care evocă moștenirea culturală a Republicii Moldova, finețea distilatelor și caracterul premium al băuturii.</p> <p>Element central: Sigla trebuie să includă un simbol care sa exprime unicitatea si oferta unică a produsului în raport cu concurenta (externa)</p> <p>Stilistica imaginilor și infograficelor: propunerea stilului de editare si moodboard de bază.</p> <p>Logo-ul trebuie să aibă mai multe versiuni pentru a se adapta diferitelor medii și utilizări, minim 5-6 variante.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Versiune principală: Logo-ul complet, inclusiv simbolul și textul brandului „IGP Divin,” pentru utilizare pe toate materialele de marketing principale (ambalaje, site-uri, campanii). - Versiune secundară: Logo minimalist, în care să fie păstrat doar simbolul (fără text), pentru aplicații mici. - Versiune monocrom: O versiune alb-negru a logo-ului pentru imprimare pe fundaluri complexe sau în situații unde nu sunt permise culori. - Versiune inversată: O versiune cu inversare de culori, unde textul și 	

					<p>simbolurile sunt în alb, pentru a fi utilizată pe fundaluri închise.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Versiune orizontală + versiune verticală. <p>Culori: Paleta de culori va propusă de executor, dar poate include nuanțe care transmit esența băuturii, căldura, tradiție și rafinament.</p> <p>Paleta de culori: Logo-ul trebuie să utilizeze o paletă de culori consistentă pentru a menține recunoașterea vizuală pe toate materialele brandului:</p> <p>1. Proportii și dimensiuni</p> <ul style="list-style-type: none"> - Raportul dintre simbol și text: - Dimensiunea minimă: - Scalabilitate: <p>2.</p> <p>Fontul: Trebuie să fie unul elegant, clasic, care să sugereze rafinament, autenticitate, cu un echilibru între tradiție și modernitate.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fonturi Primare: Fonturile utilizate pentru logo, titluri, sloganuri și elementele majore de branding trebuie să fie elegante și să transmită o notă de rafinament și tradiție. Se recomandă utilizarea unui font serif clasic și sofisticat. <p>3.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fonturi Secundare: Fonturile secundare, folosite pentru corpul textelor din prezentări, website-uri și materiale promoționale, trebuie să fie ușor de citit și să completeze fonturile primare fără a concura cu acestea. - Stiluri și greutate: În cadrul ghidului tipografic, ar trebui să fie definit clar care stiluri de font (normal, italic, bold) și greutate vor fi folosite pentru diverse aplicații. Titluri și subtitluri, corp de text, citate sau evidențieri. - Dimensiuni tipografice: Pentru a asigura consistența, dimensiunile de font ar trebui să fie standardizate. Zona de siguranță: Sa fie o zonă de siguranță care va defini spațiul liber din jurul logo-ului pentru a evita interferența cu alte elemente grafice sau text. <p>Reguli de utilizare și exemple de utilizare incorectă: Este important să existe exemple clare despre cum să NU fie utilizat logo-ul</p> <p>Ghid de utilizare a logoului pentru materiale promoționale, pentru a asigura coerența identității vizuale în materialele promoționale.</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>Livrabilul: Schițe cu logoul, coloristica și fonturile alese (Șablon editabil (*.pdf, *.ai)), confirmate de grupul ONVV prin act.</p> <p>Brand Book grafic</p>	
4		Aplicarea identității vizuale	Serviciu	2	<p>Aplicarea identitatii vizuale pe următoarele materiale:</p> <p>Prezentare PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Template pentru slide-uri: Dezvoltarea unui template unitar de PowerPoint care să includă logo-ul brandului, fonturile și culorile oficiale. Template-ul trebuie să aibă o versiune pentru fundaluri deschise și una pentru fundaluri închise. - Slide introductiv: Cum sa fie amplasat Logo-ul IGP Divin. - Slide-uri pentru conținut: Folosirea consistentă a fonturilor și culorilor de brand (fonturi pentru titluri și fonturi pentru conținut) și amplasarea logo-ului. - Slide de final <p>Merchandising.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produse textile: Logo-ul IGP Divin va fi aplicat pe tricouri, șepci, șorțuri pentru somelieri, respectând proporțiile și culorile corecte. Se va folosi fie varianta completă, fie simbolul minimalist, în funcție de dimensiunea produsului. - Accesorii: - Pahare personalizate pentru degustări, - brelocuri, - Ambalaje promoționale: Pungi de cadouri, - Cutie de carton brandata (inclusiv culori și finisaje (de exemplu: folie aurie, gravuri, etc.). - Etichetă de brand pentru sticla oferita cadou - Design elemente stand expozițional, care va include Banner principal: Un banner de mari dimensiuni. Decorarea standului - Display pentru produse: Designul rafturilor și al standurilor pentru sticle trebuie să fie simplu și elegant, punând în evidență produsele. Logo-ul va fi discret aplicat pe fiecare raft sau etichetă. - Conceptul pentru materiale promoționale: Broșuri, pliante și flyere cu logo-ul IGP Divin, fonturile și culorile oficiale. Acestea vor include descrieri detaliate ale produselor și procesele tradiționale de distilare, toate însoțite de imagini sugestive. 	

					<p>Anexat gasim lista pentru directii de design pentru mai multe Touchpoints'uri</p> <p>Rețele sociale Prezența pe platformele majore precum Facebook, Instagram și YouTube trebuie să fie în conformitate cu identitatea vizuală a brandului.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cover Facebook și Instagram: Cover-ul trebuie să includă logo-ul IGP Divin, un slogan și o imagine sugestivă a produselor. Designul trebuie să fie simplu, dar elegant, folosind culorile oficiale ale brandului. - Avatar pentru rețele sociale: Logo-ul simplificat, doar simbolul, utilizat ca avatar pe toate platformele sociale pentru a asigura consistența și recunoașterea rapidă. - Postări vizuale: Template-uri grafice pentru postările de pe rețelele sociale care să fie coerente cu identitatea vizuală a brandului. Postările vor include imagini cu produsele, anunțuri de evenimente sau lansări noi. - Hashtag-uri și CTA (call to action) <p>4.</p> <p>Livrabilul: Brand Book cu schițele cu exemple a documentației și a obiectelor cu aplicarea logoului, confirmate de ONVV prin act. (Șablon editabil (*.pdf, *.ai)). Elementele Grafice și aplicarea pe Digital.</p> <p>Social Media Template (guideline)(PDF)</p>	
Valoarea estimativă fără TVA, mdl					245 000	

9. În cazul procedurilor de preselecție se indică numărul minim al candidaților și, dacă este cazul, numărul maxim al acestora. _____

10. 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 _____

11. Admiterea sau interzicerea ofertelor alternative: _____
(indicați se admite sau nu se admite)

12. Termenii și condițiile de livrare/prestare solicitați: _____ sunt prevazute in punct 8 si anexa Touchpoints _____

13. Termenul de valabilitate a contractului; 30 ianuarie 2025 _____

14. Contract de achiziție rezervat atelierelor protejate sau că acesta poate fi executat numai în cadrul unor programe de angajare protejată (după caz): _____
(indicați da sau nu)

15. 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)

16. 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	Descrierea criteriului/cerinței	Mod de demonstrare a îndeplinirii criteriului/cerinței:	Nivelul minim/Obligativitatea
1	Specificatia tehnica anexa nr.22	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică (<i>semnatura și ștampila</i>)	Obligativiu
2	Specificatia de preț anexa nr.23	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică (<i>semnatura și ștampilă</i>)	Obligativiu
3	DECLARAȚIE privind valabilitatea ofertei	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică (<i>semnatura și ștampilă</i>)	Obligativiu
4	Formularul standard al Documentului Unic de Achiziții European (DUAE)	Completat integral și confirmat prin semnătura electronică (<i>ofertantului</i>) (<i>semnatura și ștampilă</i>)	Obligativiu
5	Garanția pentru ofertă – formularul garanției bancare	Garanția pentru ofertă urmează a fi confirmată documentar. Aceasta poate fi efectuată prin: 1- transfer pe contul bancar al autorității contractante conform rechizitelor anexate la procedură. Se va prezenta confirmarea plății/transferului efectuat. 2- sau poate fi o garanție bancară (emisă de către instituție bancară). În acest caz, operatorul economic va fi obligat să atașeze scanat	Obligativiu

		<p>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 (în plic) 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 garanției de ofertă în marimea (cunatumul) minim solicitat.</p>	
6	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</p>	Obligativ

		contractante până la termenul limită de depunere a ofertelor. Mărimea garanției pentru ofertă constituie 1% din valoarea ofertei, fara TVA. 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 garanției de oferta in marimea (<i>cunatumul</i>) minim solicitat.	
7	Declarație privind confirmarea identității beneficiarilor efectivi și neîncadrarea acestora în situația condamnării pentru participarea la activități ale unei organizații sau grupări criminale, pentru corupție, fraudă și/sau spălare de bani	Se îndeplinește și se prezintă în original semnat și ștampilat de către operatorul economic declarat câștigător la semnarea contractului	Obligativ
	Dovada Experienței	1. Experienta similara prin prezentarea a minim 3 contracte si/sau facturi, din perioada 2021-prezent, care să ateste faptul dat, în original sau copii, certificate prin ștampilă și semnătură. Ofertantul va prezenta portofoliului cu activități similare de promovare în ultimii 10 ani, proiecte internaționale; Prezentarea a 3 scrisori de recomandare de la beneficiari de servicii	

17. Garanția pentru ofertă, după caz _____ da __, cuantumul _____ 1% _____.

18. Garanția de bună execuție a contractului, după caz _____ da __, cuantumul _____ 1%.

19. Motivul recurgerii la procedura accelerată (în cazul licitației deschise, restrânse și a procedurii negociate), după caz _____

20. Tehnici și instrumente specifice de atribuire (dacă este cazul specificați dacă se va utiliza acordul-cadru, sistemul dinamic de achiziție sau licitația electronică): _____

21. Condiții speciale de care depinde îndeplinirea contractului (indicați după caz): _____

22. Ofertele se prezintă în valuta _____

23. Criteriul de evaluare aplicat pentru atribuirea contractului: _____

24. 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%

25. Termenul limită de depunere/deschidere a ofertelor:

- conform SIA RSAP /până la: *[ora exactă]* _____
- pe: *[data]* _____

26. Adresa la care trebuie transmise ofertele sau cererile de participare:

Ofertele sau cererile de participare vor fi depuse electronic prin intermediul SIA RSAP

27. Termenul de valabilitate a ofertelor: _____

28. Locul deschiderii ofertelor: _____
(SIA RSAP sau adresa deschiderii)

Ofertele întârziate vor fi respinse.

29. 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.

30. Limba sau limbile în care trebuie redactate ofertele sau cererile de participare:

31. Respectivul contract se referă la un proiect și/sau program finanțat din fonduri ale Uniunii Europene:

_____ (se specifică denumirea proiectului și/sau programului)

32. 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

33. 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): _____

34. În cazul achizițiilor periodice, calendarul estimat pentru publicarea anunțurilor viitoare: _____

35. Data publicării anunțului de intenție sau, după caz, precizarea că nu a fost publicat un astfel de anunț: _____

36. Data transmiterii spre publicare a anunțului de participare: _____

37. 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	
Sistemul de comenzi electronice	
Facturarea electronică	
Plățile electronice	

38. 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):

_____ (se specifică da sau nu)

39. Alte informații relevante: _____

Conducătorul grupului de lucru: _____

