Anexa nr. 22
la Documentația standard nr.115
din "15" septembrie 2021

Specificaţii 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 : Informatia se poate gasi în SIA RSAP						
Obiectul achiziției: **Servicii PR și comunicare pentru promovarea „Wine of Moldova" în R. Moldova, până la 30 ianuarie 2026**						
Denumirea bunurilor/serviciilor	**Denumirea modelului bunului/serviciului**	**Ţara de origine**	**Producătorul**	**Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă**	**Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant**	**Standarde de referinţă**
1	2	3	4	5	6	7
Bunuri/servicii						
Servicii de elaborare plan strategic de comunicare				Se va elabora un plan strategic de comunicare etapizat, conform cronologiei ONVV, pentru campanii în R. Moldova până la sfârșitul anului 2025, cu focus pe: ● Ziua Națională a Vinului 2025; ● Vernisajul Vinului (ediții de iarnă și primăvară); ● Conferința Vitivinicolă (ediția a X-a); ● Un eveniment suplimentar și alte micro-evenimente. Planul va include: ● Tematici și obiective pentru fiecare etapă (Pre-event, Live, Post-event); ● Selectarea canalelor și a mesajelor cheie;	Planul strategic de comunicare va fi elaborat pentru evenimentele menționate și va conține activități de comunicare care se vor alinia cu obiectivele de bază ale ONVV. Astfel, acesta va servi ca o hartă coerentă și etapizată a întregului proces de promovare a brandului „Wine of Moldova" până la sfârșitul anului 2025.Acest document va fi construit pornind de la analiza contextului vitivinicol și a consumul de informații, pentru ca fiecare campanie de comunicare să fie fundamentată pe date reale. Planul va integra partea de viziune, obiective specifice și mesaje PR, dar	

				● Calendarul activităților și descrierea livrabilelor; Notă: Aprobarea prealabilă obligatorie de către beneficiar pentru toate versiunile finale.	și o abordare flexibilă și adaptabilă fiecărui etape ale campaniei de comunicare. Un accent deosebit va fi pus pe alegerea canalelor potrivite și pe construirea unui calendar detaliat al activităților, care să ofere claritate și predictibilitate tuturor părților implicate. Documentul planului va fi în format excel și însoțit de o prezentare PPT de pana la 10 slide-uri.	
Promovarea Zilei Naționale a Vinului , Vernisajul Vinului de iarnă și a unui eveniment suplimentar de talie medie				● Implementarea **planului de comunicare Pre-Live-Post Event** (calendar activități, mesaje cheie); ● **Organizarea conferinței de presă** (concept, invitații, agendă, scenariu, mesaje, logistică — costuri arendă și catering acoperite de ONVV); ● **Gestionarea campaniilor TV/Radio** (ajustare livrabile, plasări, monitorizare); ● Stabilirea și gestionarea a minimum 6 parteneriate media; ● Gestionarea acreditării mass-media la eveniment (dacă este necesar); ● Media Relations pre și în timpul evenimentului; ● Coordonarea participării la minimum 3 emisiuni TV/Radio/Podcast, cu pregătirea fișelor informative pentru jurnaliști și speakeri; ● Elaborarea și difuzarea a minimum 2 comunicate de presă per eveniment (RO, unul adaptat și tradus în ENG); ● Elaborarea a 2 discursuri RO pentru directorul ONVV per eveniment; ● Elaborarea direcțiilor de mesaje pentru minimum 2 oficiali; ● **Raport final și media monitoring**.	Evenimentele organizate de ONVV au devenit, de-a lungul timpului, repere emblematice pentru industria vitivinicolă națională și adevărate platforme de promovare a brandului „Wine of Moldova”. Din acest motiv, campaniile de comunicare dedicate fiecărui eveniment nu sunt tratate ca simple acțiuni punctuale, ci ca instrumente strategice, menite să transmită un mesaj coerent despre excelența Vinului Moldovei și să consolideze reputația acestuia pe plan național și internațional. Pentru Ziua Națională a Vinului, campania de comunicare va debuta cu o conferință de presă, unde vor fi prezentate detaliile sărbătorii și mesajele centrale ale evenimentului. În continuare, vizibilitatea va fi consolidată prin campanii media pe TV, radio și online, menite să maximizeze acoperirea și să funcționeze ca îndemn pentru participarea publicului. Parteneriatele media stabilite (de tip „earned media”) (cu posturi TV și canale online) vor garanta o prezență constantă și diversificată în spațiul public,	

					oferind redacțiilor subiecte de știri și materiale pentru articole de autor. În timpul celor două zile de desfășurare a evenimentului, vor fi redactate și difuzate două comunicate de presă, menite să pună în valoare importanța și amploarea sărbătorii. În ceea ce privește Vernisajul Vinului**,** campania de comunicare va avea o componentă puternică de vizibilitate prin parteneriate media, menite să asigure un nivel ridicat de „earned media". Totodată, participarea reprezentanților ONVV la emisiuni TV și radio va întări prezența publică a brandului și va crea oportunități de dialog autentic cu diverse categorii de public.De asemenea, toate activitățile de comunicare – de la conferințele de presă și campaniile media până la discursurile și comunicatele oficiale – vor fi concepute și livrate cu accent pe claritate, coerență și adaptare la audiențe**.** În final, pentru a asigura transparență și învățare instituțională, fiecare acțiune de comunicare va fi documentată într-un raport detaliat, care va analiza rezultatele, impactul media și lecțiile ce pot fundamenta campaniile viitoare. *NOTA! Porpunerile enunțate aici nu vor avea acoperire bugetara pentru plasamentele media de tip advertising sau proiecte media speciale.*	
Influencer marketing pentru Ziua Națională a Vinului,				● Identificarea și selecția a minim 5 microinfluenceri per eveniment, inclusiv sommelieri, din domeniile vin, gastronomie, turism și lifestyle;	Pentru a extinde vizibilitatea campaniilor de comunicare dedicate evenimentelor emblematice din domeniul vitivinicol – Ziua	

Vernisajul Vinului de iarnă și un eveniment suplimentar de talie medie				● Colaborare pentru crearea de conținut (minimum 1 postare + stories); ● Integrarea mențiunilor brandului și mesajelor campaniei în conținut; Respectarea brief-ului beneficiarului; ● Livrarea conținutului în termenele stabilite; ● Raport final de eficiență și monitorizare.	Națională a Vinului **și** Vernisajul Vinului – se propune integrarea unei componente de influencer marketing, realizată prin colaborare cu 5 creatori de conținut specializați în domeniile vinului și turismului. Această abordare va permite transmiterea mesajelor campaniei către publicuri-țintă tinere și active în mediul digital, prin intermediul unor voci autentice și relevante. Modul de colaborare cu creatorii de conținut se va desfășura mai mult, in baza unor parteneriate de colaborare de tip „win-win” in schimbul oferirii accesului participării la evenimente. Colaborarea cu aceștia se va desfășura in baza unui brief de comunicare personalizat, cuprinzând mesajele obligatorii și elementele vizuale de campanie.Campania de influencer marketing va fi integrată în planul general de comunicare pentru fiecare eveniment. În baza briefulu, vor fi stabilite materialele ce urmează a fi produse și publicate, respectând termenele și cerințele aprobate. Ulterior, influencerii vor publica stories de anunț, prin care își vor informa comunitatea despre participarea la eveniment, iar de la eveniment aceștia vor crea reels și/sau stories cu rol educativ și inspirațional, care vor promova brandul „Wine of Moldova” și vor transmite publicului mesajele-cheie ale campaniei. La final, campania de influencer marketing va fi evaluată printr-un raport de eficiență. Raportul va include indicatori de performanță clari, care vor demonstra impactul real al	

					colaborării și vor fundamenta recomandări pentru campanii viitoare.	
Raport per eveniment și consolidat la finalul proiectului				● Raport per eveniment, inclusiv pe asimilarea bugetului; ● Raport monitorizare media; ● Raport narativ și financiar pe final de proiect.	La incheierea campaniilor de comunicare va fi realizat și un raport detaliat pentru fiecare eveniment, care va include atât analiza narativă a desfășurării, cât și un press cliping cu toate materialele de vizibilitate. Raportul final va consolida întreaga experiență, punând în valoare bunele practici și lecțiile învățate. Mai mult decât un document administrativ, acest raport final va funcționa ca o bază de cunoaștere pentru ONVV, oferind recomandări strategice care să sprijine proiectele viitoare și să consolideze poziționarea brandului „Wine of Moldova”.	

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: DINA IVANOV

În calitate de: DIRECTOR

Digitally signed by Ivanov Dina
Date: 2025.08.18 09:14:41 EEST
Reason: MoldSign Signature
Location: Moldova
MOLDOVA EUROPEANĂ

Prestatorul: QUBO COMMUNICATIONS

Adresa: str. Primăverii 14