

Specificații 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 : Informația se poate găsi în SIA RSAP
Obiectul achiziției: <u>Servicii PR și Comunicare în cadrul Congresului Mondial OIV/RM/2025</u>

Denumirea bunurilor/serviciilor	Denumirea modelului bunului/serviciului	Țara de origine	Produsul	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant	Standarde de referință
1	2	3	4	5	6	7
Bunuri/servicii						
Lotul 1 <u>Achiziția serviciilor de PR și comunicare pentru promovarea Congresului Mondial OIV 2025, având ca obiectiv asigurarea unei vizibilități sporite și a unei comunicări eficiente în toate etapele de desfășurare.</u>						
1. <u>Servicii de elaborare Plan strategic acțiuni PR</u>	<u>Servicii de elaborare Plan strategic acțiuni PR</u>			Elaborarea planului strategic de acțiuni PR pentru: Pre-Event (6-8 săptămâni): Definirea obiectivelor de comunicare, identificarea publicului-țintă, selectarea canalelor de comunicare relevante, planificarea activităților de promovare preliminară. Life Event: Implementarea strategiilor de comunicare stabilite, gestionarea relațiilor cu	<u>Elaborarea Planului Strategic de Acțiuni PR</u> Structura propusă a planului strategic: Planul strategic propus de către Agenție va fi elaborat în trei etape distincte, cu activități specifice clar definite: 1. Pre-Event (6-8 săptămâni înainte de eveniment): <u>Definirea clară a obiectivelor de comunicare</u> adaptate evenimentului și așteptărilor beneficiarului.	

				mass-media, monitorizarea și ajustarea campaniilor în funcție de feedback. Post-Event (2 săptămâni): Evaluarea impactului campaniei, colectarea datelor statistice, redactarea raportului de eficiență. Elemente cheie: -Obiectivele de comunicare; -Mesaje de comunicare aferente; -Canalele de comunicare utilizate; -Calendarul activităților și descrierea livrabilelor principale. Parametri tehnici: -Planul strategic va avea un minim de 10 pagini și va include un grafic detaliat al acțiunilor. -Vor fi incluse minim 3 variante de mesaje-cheie personalizate pentru fiecare etapă a evenimentului. Livrabile: -Plan strategic de comunicare; -Set de mesaje-cheie pentru fiecare etapă. NOTA: Se solicita obligativitatea și necesitatea aprobării prelabile din partea beneficiarului înainte de publicare//elaborare versiunii finale etc.	Identificarea și segmentarea publicului-țintă conform priorităților proiectului. Selectarea canalelor de comunicare relevante pentru publicurile-țintă identificate. Planificarea detaliată a activităților preliminare de promovare în concordanță cu obiectivele stabilite. 2. Life Event (Perioada desfășurării evenimentului): Implementarea strategiilor și tacticilor de comunicare aprobate anterior, cu monitorizare activă. Gestionarea relațiilor proactive și reactive cu mass-media, inclusiv elaborarea și distribuirea materialelor informative și a comunicatelor de presă. Monitorizarea constantă și ajustarea rapidă a campaniilor de comunicare pe baza feedback-ului obținut în timp real. 3. Post-Event (2 săptămâni după eveniment): Evaluarea comprehensivă a impactului campaniei de comunicare prin colectarea și analiza datelor statistice relevante. Elaborarea raportului detaliat de eficiență a acțiunilor întreprinse cu recomandări pentru activități viitoare.	
					Elemente-cheie ale planului strategic propus:	

					Obiective clare și măsurabile ale campaniei de comunicare; Mesaje-cheie personalizate adaptate fiecărei etape (minimum 3 variante pentru fiecare etapă: pre-event, life event și post-event); Canale de comunicare selectate strategic în funcție de audiența evenimentului; Calendar detaliat al activităților și descrierea clară a livrabilelor principale. Parametri tehnici propuși: Planul strategic va fi prezentat într-un document cu un volum de minimum 10 pagini; Va include un grafic detaliat al acțiunilor PR, cu evidențierea responsabililor și a termenelor limită; Va conține obligatoriu minimum 3 variante distincte de mesaje-cheie pentru fiecare etapă a evenimentului, personalizate în funcție de audiență și context. Livrabile propuse: Planul strategic de comunicare conform structurii prezentate mai sus; Set complet de mesaje-cheie personalizate pentru fiecare dintre cele trei etape distincte.	
<u>2.Comunicarea si promovarea evenimentului</u>	<u>Comunicarea și promovarea evenimentului</u>			Realizarea planului de comunicare:	Activități propuse pentru realizarea planului de comunicare:	

			☐Elaborarea unei strategii coerente de diseminare a informațiilor. ☐Elaborarea comunicatelor de presă (RO/ENG): ☐Cercetare și documentare; ☐Poziționarea subiectelor pentru mass-media; ☐Identificarea unghiurilor de abordare pentru fiecare tip de public. ☐Dezvoltarea mesajelor de PR (RO/ENG): ☐Crearea unui set de mesaje cheie coerente; ☐Adaptarea mesajelor în funcție de canalul utilizat; ☐Pregătirea mesajelor pentru diverse formate (comunicate, interviuri, rețele sociale). Parametri tehnici: -Minimum 5 comunicate de presă în format RO/ENG. -Comunicatele de presă trebuie să aibă între 400-600 de cuvinte fiecare. -Mesajele de PR trebuie să fie adaptate pentru cel puțin 3 canale de comunicare diferite. Livrabile: -Plan de comunicare detaliat; -Minimul de 5 comunicate de presă (RO/ENG);	Agenția va asigura următoarele activități pentru implementarea eficientă a comunicării: 1. Elaborarea strategiei integrate de diseminare a informațiilor: Dezvoltarea unei strategii coerente și structurate pentru distribuirea eficientă și transparentă a informațiilor relevante către publicurile-țintă stabilite. 2. Elaborarea comunicatelor de presă (RO/ENG): Cercetare detaliată și documentare riguroasă pe tematicile specifice evenimentului/proiectului; Identificarea și poziționarea subiectelor relevante pentru mass-media, în conformitate cu obiectivele strategice ale beneficiarului; Definirea clară a unghiurilor și perspectivelor adaptate specificului fiecărui public vizat (mass-media, stakeholders, public larg etc.). 3. Dezvoltarea mesajelor de PR (RO/ENG): Crearea unui set coerent și bine structurat de mesaje-cheie adaptate contextului evenimentului/proiectului; Adaptarea strategică a mesajelor în funcție de canalul de comunicare utilizat (mass-media, interviuri, rețele sociale etc.); Pregătirea și adaptarea mesajelor pentru formate variate (comunicate oficiale, discursuri,	
--	--	--	--	---	--

				-Set de mesaje PR pentru campania de comunicare. NOTA: Se solicita obligativitatea si necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare/participare/elaborare finala etc.	interviuri, postări social media etc.). Parametri tehnici propuși: Vor fi elaborate minimum 5 comunicate de presă, fiecare în versiune bilingvă română și engleză; Fiecare comunicat de presă va avea între 400 și 600 cuvinte; Mesajele de PR elaborate vor fi adaptate strategic și individual pentru cel puțin 3 canale diferite de comunicare (presă scrisă, online, social media etc.). Livrabile propuse: Plan detaliat de comunicare elaborat conform cerințelor prezentate; Minimum 5 comunicate de presă (RO/ENG) elaborate profesional și adaptate fiecărui public vizat; Set complet de mesaje PR adaptate strategic pentru canalele de comunicare selectate, în conformitate cu obiectivele proiectului.	
<u>3.Managementul si asigurarea parteneriatelor cu mass-media offline/online</u>	<u>Managementul si asigurarea parteneriatelor cu mass-media offline/online</u>			Managementul și asigurarea parteneriatelor cu mass-media offline/online, dupa cum urmeaza: ☐Elaborarea scrisorilor de parteneriate media: Propuneri de colaborare personalizate pentru fiecare instituție media. ☐Expedierea și urmărirea procesului de parteneriat:	Activități propuse pentru managementul parteneriatelor media: Agenția va asigura managementul complet și eficient al parteneriatelor media, incluzând următoarele activități specifice: 1. Elaborarea scrisorilor personalizate de parteneriat media	

			Contact direct, stabilirea condițiilor de parteneriat, semnarea acordurilor. ☐ Participarea la evenimente: Interacțiunea cu jurnaliștii, consolidarea relațiilor cu mass-media. ☐ Preluarea și difuzarea comunicatelor emise: Asigurarea transmiterii mesajelor către publicul-țintă. ☐ Elaborarea materialelor de autor: Articole de opinie, interviuri exclusive, reportaje. ☐ Elaborarea fișelor informative pentru mass-media: Documente sintetice cu informații esențiale despre eveniment. Parametri tehnici: -Minimum 10 scrisori de parteneriat trimise către instituții media relevante. -Minimum 5 parteneriate media confirmate. -Minimum 2 articole de autor realizate. Livrabile: -Scrisori de parteneriat și confirmări; -Lista finală a partenerilor media; - Articole și materiale de autor.	Pregătirea unor propuneri personalizate și adaptate pentru fiecare instituție media vizată, în conformitate cu profilul și audiența specifică a acestora. 2. Expedierea scrisorilor și gestionarea procesului de parteneriat Contactarea directă a instituțiilor media selectate; Negocierea și stabilirea clară a condițiilor de colaborare media; Finalizarea procesului prin semnarea acordurilor și urmărirea îndeplinirii acestora. 3. Participarea activă la evenimente Prezența activă în cadrul evenimentelor, asigurând comunicarea directă și consolidarea relațiilor profesionale cu jurnaliști și alți reprezentanți ai mass-media. 4. Preluarea și diseminarea eficientă a comunicatelor de presă Gestionarea fluxului informațional și asigurarea difuzării mesajelor către publicul-țintă prin intermediul partenerilor media confirmați. 5. Elaborarea materialelor de autor Redactarea și publicarea articolelor de opinie, interviurilor exclusive și a reportajelor relevante, adaptate nevoilor și interesului publicului vizat. 6. Pregătirea fișelor informative pentru mass-media	
--	--	--	---	--	--

					Elaborarea unor documente sintetice, concise și clare, conținând informații esențiale despre eveniment/proiect, facilitând accesul rapid al jurnaliștilor la informații relevante.	
					Parametri tehnici propuși: Elaborarea și expedierea a minimum 10 scrisori personalizate de parteneriat către instituții media relevante; Obținerea a minimum 5 parteneriate media confirmate ; Realizarea și publicarea a minimum 2 materiale de autor (articole de opinie, interviuri, reportaje).	
					Livrabile propuse: Scrisorile de parteneriat media expediate și confirmările primite din partea instituțiilor media partenere; Lista finală actualizată și confirmată a partenerilor media implicați în proiect; Articolele și materialele de autor elaborate și publicate.	
<u>4.Managementul participării la emisiuni radio/TV</u>	<u>Managementul participării la emisiuni radio/TV</u>			Identificarea oportunităților media precum si servicii de management relevant, dupa cum urmeaza: ☐ Stabilirea posturilor relevante și emisiunilor potrivite. Selectarea posturilor TV și radio cu acoperire națională și/sau regională. Prioritizarea canalelor	Activități propuse pentru identificarea oportunităților media și management relevant: Agenția va furniza servicii profesionale de identificare și gestionare a oportunităților media prin următoarele activități specifice:	

			cu o audiență relevantă pentru eveniment (ex. business, industrie, turism, economie, agricultură). Se vor prefera emisiuni cu un rating minim de [exemplu: 50.000 telespectatori sau un share de 3% pe segmentul relevant]. ☐ Coordonarea logisticii interviurilor: Programarea și asigurarea participării vorbitorilor desemnați. Pregătirea detaliilor tehnice (formatul emisiunii, durata intervenției, tematica abordată). ☐ Pregătirea și instruirea reprezentanților: Training pentru vorbitori (ex. director ONVV, oficiali) privind discursul, tonul, gestionarea întrebărilor dificile. ☐ Elaborarea unei fișe informative pentru fiecare intervenție media. Parametri tehnici: -Minimum 3 participări confirmate la emisiuni radio/TV. Tipurile de emisiuni (de exemplu, talk-show-uri, jurnale de știri, emisiuni tematice); -Publicul țintă sau audiența minimă a canalelor TV/radio (top 8 național după rating și audiență). -Minimum 2 sesiuni de training pentru purtătorii de cuvânt. Livrabile:	1. Stabilirea posturilor relevante și identificarea emisiunilor potrivite Selectarea strategică a posturilor TV și radio cu acoperire națională și/sau regională; Prioritizarea canalelor și emisiunilor cu audiențe relevante pentru eveniment (de exemplu: business, industrie, turism, economie, agricultură); Alegerea preferențială a emisiunilor cu un rating minim predefinit (exemplu: minimum 50.000 telespectatori sau un share minim de 3% pe segmentul relevant). 2. Coordonarea logistică a interviurilor media Programarea și asigurarea participării vorbitorilor desemnați; Gestionarea detaliilor tehnice și organizatorice (formatul emisiunii, durata intervenției, tematica și întrebările anticipate). 3. Pregătirea și instruirea reprezentanților Organizarea sesiunilor de training și coaching specializat pentru vorbitori (de exemplu: director ONVV, oficiali ai beneficiarului); Pregătirea discursului, stabilirea tonului adecvat și gestionarea eficientă a întrebărilor dificile sau sensibile. 4. Elaborarea fișelor informative individualizate Pregătirea unei fișe sintetice pentru fiecare intervenție media planificată, incluzând informații-cheie și puncte strategice de	
--	--	--	--	--	--

				-Plan de participare la emisiuni; -Raport privind interviurile și participările media. NOTA: Se solicita obligativitatea si necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare/participare etc.	comunicat în timpul aparițiilor media. Parametri tehnici propuși: Asigurarea unui număr minim de 3 participări confirmate la emisiuni radio/TV (de exemplu: talk-show-uri, jurnale de știri, emisiuni tematice relevante); Selectarea canalelor TV/radio incluse în top 8 național, conform ratingului și audienței acestora; Organizarea a minimum 2 sesiuni de training pentru purtătorii de cuvânt ai beneficiarului. Livrabile propuse: Plan detaliat privind participarea reprezentanților beneficiarului la emisiuni media, incluzând posturi și emisiuni selectate; Raport comprehensiv privind interviurile și participările media realizate, cu evaluarea impactului și recomandări pentru activități viitoare.	
<u>5.Elaborarea discursurilor</u>	<u>Elaborarea discursurilor</u>			Elaborarea discursurilor ce vor cuprinde: ☐Elaborarea discursului pentru Directorul ONVV: -Identificarea tonului și stilului adecvat; -Integrarea mesajelor strategice; -Adaptarea conținutului pentru diverse audiențe. Parametri tehnici:	Activități propuse pentru elaborarea discursurilor: Agenția va asigura elaborarea discursurilor oficiale pentru reprezentanții beneficiarului, astfel: Discursuri oficiale pentru Directorul ONVV - Identificarea și alegerea tonului și stilului adecvat	

				-Minimum 2 variante de discurs pentru Directorul ONVV. Lungime: 500-700 de cuvinte (echivalentul a 4-5 minute de discurs). Minimum 2 variante de discurs adaptate audienței și contextului. Versiuni disponibile în limbile română și engleză. Discurs redactat în format Word/PDF, cu marcaje pentru intonație și pause. Livrabile: -Discursuri oficiale; - NOTA: Se solicita obligativitatea și necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare/elaborare versiunilor finale.	contextului și poziției vorbitorului; - Integrarea strategică a mesajelor-cheie definite anterior, relevante pentru obiectivele proiectului; - Adaptarea conținutului discursurilor în funcție de specificul și profilul diverselor audiențe cărora li se adresează.	
					Parametri tehnici propuși: - Vor fi elaborate minimum 2 variante distincte de discurs pentru Directorul ONVV; - Lungimea fiecărui discurs va fi între 500 și 700 de cuvinte (corespunzând unei durate de aproximativ 4-5 minute per discurs); - Fiecare variantă a discursului va fi disponibilă în limbile română și engleză; - Discursurile vor fi livrate în format digital (Word/PDF), cu indicații clare privind intonația și pauzele recomandate.	
					Livrabile propuse: - Discursurile oficiale elaborate (minimum 2 variante distincte), adaptate contextului	

					specific și audienței, în limbile română și engleză; - Documente livrate în formatele Word/PDF, cu marcaje și recomandări privind livrarea discursului în public.	
<u>6.Elaborarea direcțiilor de mesaje pentru alți oficiali</u>	<u>Elaborarea direcțiilor de mesaje pentru alți oficiali</u>			Definirea direcțiilor de mesaje pentru alți oficiali implicați în eveniment: -Personalizarea mesajelor pentru fiecare vorbitor; -Asigurarea coerenței în strategia generală de comunicare. ☐ Minimum 3 direcții de mesaje pentru oficiali Livrabile: Direcții de comunicare pentru oficiali.	Activități propuse pentru definirea direcțiilor de mesaje: Agenția va asigura dezvoltarea strategică și personalizarea direcțiilor de comunicare pentru oficialii implicați în eveniment, după cum urmează: Personalizarea direcțiilor de mesaje pentru fiecare oficial implicat, ținând cont de profilul individual, rolul și responsabilitățile fiecărui vorbitor; Asigurarea coerenței tuturor mesajelor cu strategia generală de comunicare stabilită pentru eveniment, astfel încât să existe o abordare unitară și clară în toate comunicările publice. Parametri tehnici propuși: Vor fi dezvoltate și livrate minimum 3 direcții distincte de mesaje pentru oficialii implicați în eveniment, adaptate specificului rolului și contextului de comunicare. Livrabile propuse: Document de direcții clare și personalizate de comunicare,	

					pentru minimum 3 oficiali implicați în eveniment, integrând recomandări strategice și puncte-cheie ale discursului public.	
<u>7.Raport final</u>	<u>Raport final</u>			Un raport final al campaniei de comunicare O colecție de articole și apariții media într-un dosar digital livrat beneficiarului.	Activități propuse pentru raportarea finală și monitorizare: Agenția va asigura elaborarea unui raport comprehensiv care să reflecte integral eficiența campaniei de comunicare, incluzând: Pregătirea unui raport final detaliat al campaniei inclusiv concluzii și recomandări strategice pentru acțiuni viitoare; Realizarea și livrarea unei colecții complete a articolelor și aparițiilor media generate pe durata campaniei, organizată sub forma unui dosar digital. Livrabile propuse: Raport final detaliat al campaniei de comunicare; Dosar digital conținând articolele și aparițiile media relevante colectate integral pe parcursul implementării proiectului	
TOTAL						

Semnat: _____ Numele, Prenumele: Viorel Barbănouă. În calitate de: Administrator
Ofertantul: PProfile Communications SRL. Adresa: str. Ion Nistor 53A, Chisinau, Republica Moldova