

ANUNȚ DE PARTICIPARE INCLUSIV PENTRU PROCEDURILE DE PRESELECȚIE/PROCEDURILE NEGOCIATE

achiziție Servicii Social Media și Design Grafic pentru promovarea Wine of Moldova pe Piețe Externe, până la 31 decembrie, 2026

prin procedura de achiziție Licitatie deschisa

1. Denumirea autorității contractante: IP "Oficiul Național al Viei și Vinului" (ONVV)

IDNO: 1013620012945

2. Adresa: RM. mun. Chișinău, str. Sfatul Țării, 59

3. Numărul de telefon/fax: : +373 22 105 560

4. Adresa de e-mail și pagina web oficială ale autorității contractante:

achizitii_onvv@wineofmoldova.com, www.wineofmoldova.com

5. 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*

6. 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):

7. Cumpărătorul invită operatorii economici interesați, care îi pot satisface necesitățile, să participe la procedura de achiziție privind livrarea/prestarea următoarelor bunuri/servicii:

Nr.	Cod CP V	Denumirea bunurilor/serviciilor	Cantitatea	Specificarea tehnică deplină solicitată, Standarde de referință	Valoarea estimată (se va indica pentru fiecare lot în parte)
Servicii de design și promovare social media					
Notă: Serviciile solicitate vor fi oferite în perioada până la 31 decembrie 2026,					
1.1		Planificare, bugetare și raportare campaniei de promovare pentru Meta/ Google pentru campanii de talie medie	5 servicii	- Planificarea strategiei de comunicare și plan bugetar pe canale și etape Pre-In Time-Post Event; - Crearea unui calendar detaliat de campanii (Google Sheets/Excel); - Prezentarea raportului de eficiență la finalul campaniei de comunicare. Livrabile: - Strategie de comunicare, plan bugetar, KPI și metodologie de raportare; - Calendar integrat campanii cu conținut și vizualuri. - Raport de eficiență la finalul campaniei de promovare	
1.2		Adaptare Key Visual pentru campanii de talie medie	5 servicii	- Adaptarea Key Visual al evenimentului, conform Brand Book Wine of Moldova; - Adaptări pentru formate digitale/tipărite (ex. orizontal, vertical, square, story, banner); - Formate livrare: PNG, JPEG, PDF, GIF, MP4, SVG; - Fișiere editabile (PSD, AI, INDD) la cerere; - Max. 3-4 ajustări minore incluse în cost. Livrabile - Key Visual per eveniment + adaptări multi-format/platformă.	
1.3		Creare conținut vizual static	40 vizualuri	Activitate - Design grafic conform Brand Book și specificații tehnice; - Adaptare vizualuri pentru toate platformele (dimensiuni & formate);	

				• Max. 3–4 ajustări minore incluse în cost. Livrabile • Design original în PNG/JPEG/PDF/SVG, min. 72 DPI, gata de publicare.	
1.4		Creare/montare conținut video format Reels (Instagram, Facebook, YouTube)	15	Activitate • Montare video conform cerințelor tehnice; • Integrare grafică & sunet (logo, animații, audio licențiat); • Subtitrări RO/EN • Max. 3–4 ajustări minore incluse în cost. Livrabile • Clipuri verticale Full HD (10–60 sec), MP4 + fișiere sursă la cerere.	
1.5		Servicii motion design/ gif (animații pentru postări, bannere, GIF-uri)	10	Activitate • Creare concept și storyboard pentru animații; • Realizare animații conforme cu brandul și platforma; • Max. 3–4 ajustări minore incluse în cost. Livrabile • Animații originale în formate GIF, MP4, HTML, adaptate multiplatformă.	
1.6		Elaborarea Banere Web grafice (Google Display, Admixer)	2 set-uri	Activitate • Creare seturi de bannere digitale adaptate platformei (6–10 dimensiuni/event). Livrabile • Formate: HTML, MP4, MOV, GIF, WebM (la necesitate).	
1.8		Copywriting social media (texte în limba română)	30	Activitate • Creare texte adaptate pentru fiecare tip de conținut; • Revizuiți și adaptări conform feedback-ului beneficiarului; • Livrare punctuală, respectând tonul și stilul brandului. Livrabile • Texte persuasive, corecte gramatical, personalizate pentru audiența țintă.	
1.9		Bugetul ADS	1 serviciu	Buget publicitate digitală • Buget total campanii Ads este estimat 233.333 MDL (fără TVA), inclus în bugetul general; • Defalcare pe canale (Facebook, Instagram, YouTube, etc.) și faze (Pre-event, Live, Post-event); • Ajustări dinamice în funcție de performanțe, cu aprobare beneficiar; Transparență totală și raportare periodică KPI.	
Valoarea estimată în MDL, fără TVA					383.333

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

9. În cazul în care contractul este împărțit pe loturi un operator economic poate depune oferta (se va selecta):

1) Pentru toate loturile (se solicita acoperirea integrală a serviciilor);

10. Admiterea sau interzicerea ofertelor alternative: **nu se admite**
(indicați se admite sau nu se admite)

11. Termenii și condițiile de livrare/prestare solicitați: **conform termenilor prevăzuți în specificație tehnică.**

12. Termenul de valabilitate a contractului: **31.12.2026**

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

14. 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)

15. 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.	Criteriile de calificare și de selecție (Descrierea criteriului/cerinței)	Mod de demonstrare a îndeplinirii criteriului/cerinței:	Nivelul minim/ Obligativitatea
1	Specificatia tehnica anexa 22	Se va completa de operatorul economic cu aplicarea semnăturii electronice	obligatoriu
2	Specificatia de pret anexa 23	Se va completa de operatorul economic cu aplicarea semnăturii electronice	obligatoriu
3	Formularul standard al Documentului unic de achiziții European (DUAE) atasat la procedura	Se va completa de operatorul economic cu aplicarea semnăturii electronice	obligatoriu
4	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.	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică. NOTĂ: Acest formular v-a fi prezentat doar de către ofertantul declarat câștigător, în termen de 3 zile.	Obligativiu
5	DECLARAȚIE privind valabilitatea ofertei	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică. Formularul obligatoriu la depunerea ofertei, până la termenul limită stabilit conform SIA RSAP (M-tender).	Obligativiu
6	DECLARAȚIE privind lista principalelor livrări/prestări efectuate în ultimii 3 ani de activitate	Operatorul economic va completa și aplica semnătura electronică. Formularul obligatoriu la depunerea ofertei, până la termenul limită stabilit conform SIA RSAP (M-tender).	Obligativiu
7	Minim experienta	Portofoliu cu minimum 3 campanii digitale integrate , implementate cu succes în Republica Moldova sau alte state UE, care să includă următoarele componente: – Planificare și gestionare campanii social media (Pre, Live, Post) – Elaborare și adaptare Key Visual – Content creation (imagini statice, video, Reels) – Influencer marketing – Ads management Se vor anexa cel puțin 2 rapoarte de performanță/media care să demonstreze eficiența campaniilor desfășurate.	obligatoriu
8	Capacitatea echipei	Echipa propusă va include obligatoriu următorii specialiști, fiecare cu experiență demonstrabilă în proiecte similare : • Manager Social Media – strategie, calendar, publishing • Digital Content Creator – intime reels, inclusiv micro-storytelling, grafică statică, adaptare cross-platform, branding, montaj • Designer – animații, bannere animate, GIF-uri • Copywriter – texte adaptate pentru social media, storytelling digital • Specialist Ads Management – setare, monitorizare și optimizare campanii META & YouTube Se vor atașa: – CV-uri și/sau portofolii relevante pentru fiecare specialist; – Diplome/certificate, acolo unde este cazul.	obligatoriu

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 (DUAЕ, documentație):

17. Ofertantul va depune propunerea financiară unde prețurile pentru serviciile solicitate se indică în lei moldovenești, cu două cifre după virgulă. În situația identificării unor divergențe de calcul (erori aritmetice etc.), diferențe între suma prețurilor unitare și prețul total din anexa nr.23, din documentația standard, se vor prevala prețurile unitare fără TVA, iar suma totală va fi corectată corespunzător, urmare coordonării în prealabil cu Ofertantul. Dacă Ofertantul NU va accepta corecția acestor erori din cadrul ofertei financiare, în rezultat oferta va fi respinsă.
18. În temeiul art.19 alin.3 lit.d) din Legea nr.131/2015 privind Achizițiile publice, ONVV va exclude din procedura de atribuire a contractului de achizitii publice orice ofertant în cazul prezentării informațiilor false sau /și neprezentării informațiilor solicitate de ONVV, în scopul demonstrării îndeplinirii cerințelor și criteriilor de calificare și selecție menționat în documentație.
19. Garanția pentru ofertă, după caz ___NU___, % _____
20. Garanția de bună execuție a contractului, după caz _____NU_____, % _____.
21. Motivul recurgerii la procedura accelerată (în cazul licitației deschise, restrânse și a procedurii negociate), după caz : conform art. 47, alin. 6) din Legea 131/2015, întreaga documentație este disponibilă electronic (Mtender id: ocds-b3wdp1-MD-1778071759185 sau achizitii.md id: 21615570), permițând accesul direct și nerestricționat la documentație. Ofertele se vor depune electronic, în cadrul platformei SIA RSAP (Mtender).
22. Tehnici și instrumente specifice de atribuire (dacă este cazul specificați dacă se va utiliza acordul-cadru, sistemul dinamic de achiziție sau licitația electronică): _____
23. Condiții speciale de care depinde îndeplinirea contractului (indicați după caz): _____
24. Ofertele se prezintă în valuta _____MDL
25. Criteriul de evaluare aplicat pentru atribuirea contractului: cel mai bun raport calitate-preț.
26. Factorii de evaluare a ofertei celei mai avantajoase din punct de vedere economic, precum și ponderile lor:

Nr.	Denumirea factorului de evaluare	Ponderea%
1	Experiența în prestarea serviciilor similare	40
2	Capacitatea de prestare a serviciilor similare	20
3	Oferta Financiară	40
	TOTAL	100

Formula de calcul:

1. Punctajul pentru factorul de evaluare „ Experiența în prestarea serviciilor similare” se acordă după cum urmează:

a) Pentru cel mai mare număr de servicii similare prestate în ultimii 3 ani (n1), se acordă punctajul maxim alocat factorului de evaluare respectiv.

b) Pentru alte propuneri (n) decât cea prevăzute la lit a), se acordă următorul punctaj:

$Z1(n) = [\text{numărul serviciilor similare prestate în ultimii 3 ani aflate sub evaluare} / \text{cel mai mare număr de servicii similare prestate în ultimii 3 ani (n1)}] \times \text{punctajul maxim}.$

2. Punctajul pentru factorul de evaluare „Capacitatea de prestare a serviciilor similare” se acordă după cum urmează:

c) Pentru serviciul similar prestat în ultimii 3 ani cu cel mai mare buget(n2) , se acordă punctajul maxim alocat factorului de evaluare respectiv.

d) Pentru alte propuneri (n) decât cea prevăzută la lit c), se acordă următorul punctaj:

$Z2(n) = [\text{cel mai mare buget al serviciului similar prestat în ultimii 3 ani aflate sub evaluare} / \text{cel mai mare buget al serviciului similar prestat în ultimii 3 ani propus (n2)}] \times \text{punctajul maxim}$

3. Punctajul pentru factorul de evaluare „Oferta financiară” se acordă după cum urmează:

e) Pentru cea mai scăzută oferta propusă (n3) , se acordă punctajul maxim alocat factorului de evaluare respectiv.

f) Pentru alte propuneri (n) decât cea prevăzută la lit e), se acordă următorul punctaj:

$Z3(n) = [\text{propunerea financiară minimă} / \text{propunerea financiară aflate sub evaluare}] \times \text{punctajul maxim}$

Suma punctajul total acumulat va fi considerat cifra obținută, cu două cifre după virgulă.

27. Termenul limită de depunere/deschidere a ofertelor:

- conform SIA RSAP /până la: *[ora exactă]*_____ ocds-b3wdp1-MD-1778071759185

- pe: *[data]*_____

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

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

29. Termenul de valabilitate a ofertelor: _____30 zile_____

30. Locul deschiderii ofertelor: _____

(SIA RSAP sau adresa deschiderii)

Ofertele întârziate vor fi respinse.

31. 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.

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

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

(se specifică denumirea proiectului și/sau programului)

34. 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

35. 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): _____

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

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

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

39. 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	da
Sistemul de comenzi electronice	nu

Facturarea electronică	da
Plățile electronice	da

- 40. 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): _____NU_____ (se specifică da sau nu)**

Alte informații relevante: _____

Conducătorul grupului de lucru: _____ .

Secretarul grupului de lucru: Adrian Prozorovski