

Specificații tehnice

[Acest tabel va fi completat de către oferant în coloanele 2, 3, 4, 6, 7, iar de către autoritatea contractantă – în coloanele 1, 5]

Numărul procedurii de achiziție: Informația o găsiți în SIA RSAP.						
Obiectul achiziției: Campania de comunicare						
Denumirea bunurilor/ serviciilor	Denumirea modelului bunului/ serviciului	Țara de origine	Producă torul	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						
Campania de comunicare (lot cu poziții)						
1.1 Organizarea evenimentelor publice în contextul lansării serviciilor noi (cu participare mass-media)	Organizarea evenimentelor publice în contextul lansării serviciilor noi (cu participare mass-media)	Republica Moldova	SRL Target Group Worldwi de	<i>Serviciile vor fi prestate în conformitate cu cerințele detaliate pentru fiecare poziție și subpoziție, inclusiv, în conformitate cu cerințele din Anexa la Anunțul de participare.</i> Cantitatea evenimentelor: 2 Evenimentele urmează a fi organizate cu scopul promovării și mediatizării noilor servicii prestate de către ASP. Temele evenimentelor urmează a fi coordonate ulterior. Data de desfășurare și locația: vor fi stabilite la etapa definitivării planului de acțiuni. Participanți/eveniment: circa 200 persoane Durata unui eveniment: 8 ore	Serviciile vor fi prestate în conformitate cu cerințele detaliate pentru fiecare poziție și subpoziție, inclusiv, în conformitate cu cerințele din Anexa la Anunțul de participare. Cantitatea evenimentelor: 2 Evenimentele urmează a fi organizate cu scopul promovării și mediatizării noilor servicii prestate de	

				Asigurarea participării a cel puțin 5 mass-media (TV) cu acoperire națională la eveniment. Dotare sală: • Sala unde se va desfășura evenimentul va fi stabilită la etapa definitivării planului de acțiuni, în urma prezentării a cel puțin trei oferte, care corespund cerințelor din specificația tehnică. • Spațiul propus pentru desfășurarea evenimentelor trebuie să corespundă nivelului de desfășurare a unor evenimente de business (conferințe, workshopuri, traininguri) și să fie dotat cu mobilier modern (cel puțin 200 de scaune, aranjare în stil teatru. Pentru prezidium trebuie să fie prevăzute cel puțin 6 fotolii). • Facilități sală: internet, microfon radio, proiector, ecran LED, sistem de sonorizare, parcare. • Personalul tehnic trebuie să fie disponibil pe întreaga perioadă de desfășurare a evenimentului. • Elaborare scenariu eveniment: • Asigurare prezentator eveniment. • Elaborare design a tuturor materialelor pentru eveniment (elaborare visual eveniment, elaborare și prezentare power point a noului serviciu lansat; elaborare design materiale pentru tipar (zona foto, ecusoane); design materiale pentru emisie (videografică, spot video de prezentare a evenimentului (max. 40 sec); cartonase pentru vorbitori, cartonașe panel, jingle, burtiere).	către ASP. Temele evenimentelor urmează a fi coordonate ulterior. Data de desfășurare și locația: vor fi stabilite la etapa definitivării planului de acțiuni. Participanți/eveniment : circa 200 persoane Durata unui eveniment: 8 ore Asigurarea participării a cel puțin 5 mass-media (TV) cu acoperire națională la eveniment. Dotare sală: • Sala unde se va desfășura evenimentul va fi stabilită la etapa definitivării planului de acțiuni, în urma prezentării a cel puțin trei oferte, care corespund cerințelor din specificația tehnică. • Spațiul propus pentru desfășurarea evenimentelor trebuie să corespundă nivelului de desfășurare a unor	
--	--	--	--	--	--	--

				Realizarea tuturor materialelor pentru eveniment (conform listei de produse a căror design a fost elaborat). • Asigurarea logisticii evenimentului. • Asigurarea serviciilor foto pe parcursul întregului eveniment. • Asigurarea transmisiunii (live) a evenimentului pe o platformă de transmisiune online a evenimentelor. • Asigurarea a două pauze de cafea pe parcursul desfășurării evenimentului, conform următoarelor specificații: - cafea, zahăr alb și brun, îndulcitori artificiali, frișcă/lapte condensat, prezentate în ambalaje individuale; - prestatorul va asigura: servirea cafelei, din aparate tip expreso, precum și a ceaiului (diverse sortimente, miere și lămâie), apă minerală natural carbogazoasă și apă plată (ambalaj de minim 0,5 litri per persoană), - fructe, precum și produse de patiserie și cofetărie (dulci și sărate, minim 3 sortimente de fiecare). Produsele incluse la fiecare pauză de cafea trebuie să fie suficiente pentru numărul de participanți la eveniment. Apa plată și cea minerală natural carbogazoasă, cafeaua și ceaiul vor fi asigurate nelimitat pe durata conferinței. Vesela (pahare, cești, farfurioare), lingurițe și șervețele vor fi de unică folosință și din materiale reciclabile, iar fețele de masă refolosibile.	evenimente de business (conferințe, workshopuri, traininguri) și să fie dotat cu mobilier modern (cel puțin 200 de scaune, aranjare în stil teatru. Pentru prezidium trebuie să fie prevăzute cel puțin 6 fotolii). • Facilități sală: internet, microfon radio, proiector, ecran LED, sistem de sonorizare, parcare. • Personalul tehnic trebuie să fie disponibil pe întreaga perioadă de desfășurare a evenimentului. • Elaborare scenariu eveniment: • Asigurare prezentator eveniment. • Elaborare design a tuturor materialelor pentru eveniment (elaborare visual eveniment, elaborare și prezentare power point a noului serviciu lansat; elaborare	
--	--	--	--	---	--	--

					design materiale pentru tipar (zona foto, ecusoane); design materiale pentru emisie (videografică, spot video de prezentare a evenimentului (max. 40 sec); cartonase pentru vorbitori, cartonașe panel, jingle, burtiere). Realizarea tuturor materialelor pentru eveniment (conform listei de produse a căror design a fost elaborat). • Asigurarea logisticii evenimentului. • Asigurarea serviciilor foto pe parcursul întregului eveniment. • Asigurarea transmisiunii (live) a evenimentului pe o platformă de transmisiune online a evenimentelor. • Asigurarea a două pauze de cafea pe parcursul	
--	--	--	--	--	---	--

					desfășurării evenimentului, conform următoarelor specificații: - cafea, zahăr alb și brun, îndulcitori artificiali, frișcă/lapte condensat, prezentate în ambalaje individuale; - prestatorul va asigura: servirea cafelei, din aparate tip expreso, precum și a ceaiului (diverse sortimente, miere și lămâie), apă minerală natural carbogazoasă și apă plată (ambalaj de minim 0,5 litri per persoană), - fructe, precum și produse de patiserie și cofetărie (dulci și sărate, minim 3 sortimente de fiecare). Produsele incluse la fiecare pauză de cafea trebuie să fie suficiente pentru numărul de participanți la eveniment. Apa plată și cea minerală natural carbogazoasă, cafeaua	
--	--	--	--	--	--	--

					și ceaiul vor fi asigurate nelimitat pe durata conferinței. Vesela (pahare, cești, farfurioare), lingurițe și șervețele vor fi de unică folosință și din materiale reciclabile, iar fețele de masă refolosibile.	
1.2 Produse media				În cadrul campaniei de comunicare urmează a fi elaborate următoarele produse media (<i>conform cerințelor din subpozițiile nr. 1.2.1 – 1.2.4</i>): - spoturi video format TV; - spoturi video-grafice format social media; - spoturi format radio și video explainere pentru platformele de informare ale ASP. Tematica spoturilor va fi stabilită de comun cu ASP la etapa elaborării conceptului campaniei de comunicare.		
1.2.1 Spoturi video format TV	Servicii pe pre-producție, producție și post-producție a spoturilor pentru TV	Republica Moldova	SRL Target Group Worldwi de	• Cantitate: cel puțin 12 spoturi format TV. • Durata - cel puțin 30 sec și cel mult 1 min. • Elaborare concept/scenariu; storyboard. • Design infografice. • Voice over: Sonorizare în română și subtitrare în limba rusă. Varianta finală a spotului TV va fi aprobată de către ASP.	Realizarea unui spot video pentru TV implică mai multe etape. 1. Briefingul: În această etapă, echipa de producție discută cu clientul pentru a înțelege obiectivele campaniei, publicul țintă, mesajul și orice alte detalii relevante.	https://youtu.be/2RhqiBK R1ig https://youtu.be/6Dl1KY M6O8 https://youtu.be/U6KfTH3I ZDQ

					2. Conceptualizarea: Pe baza briefului, echipa creativă dezvoltă idei pentru spotul video. Aici se stabilește povestea, tonul, stilul și alte elemente cheie. 3. Scriptingul: Se redactează un scenariu pentru spotul video, care conține dialogul, acțiunile și alte detalii importante. Scenariul trebuie să fie concis și captivant, adaptat formatului scurt al spotului TV. 4. Pre-producția: În această etapă se pregătește totul pentru filmare. Se stabilesc locațiile, se aleg actorii și se fac castingurile, se pregătesc costumele și decorurile (la necesitate), și se planifică fiecare detaliu al producției. 5. Filmarea (producția): Echipa de producție filmează scenele conform planului stabilit în pre-	https://youtu.be/j47QjhWn0fQ https://youtu.be/U53sFoQLow
--	--	--	--	--	--	---

					producție. Regizorul și echipa tehnică lucrează împreună pentru a captura imaginile și sunetele necesare. 6. Post-producția: După filmare, se trece la montajul și editarea materialelor filmate. Se adaugă efecte speciale, muzică, sunete și alte elemente pentru a finaliza spotul video. 7. Testarea și ajustările: Spotul video finalizat este testat pentru a asigura că îndeplinește obiectivele campaniei și că transmite mesajul dorit. Se pot face ajustări în funcție de feedback-ul primit. 8. Finalizarea și livrarea: După ce spotul video este aprobat de către client, este finalizat în formatele necesare pentru difuzarea TV.	
1.2.2 Spoturi video_grafic format social media	Servicii pe pre-producție, producție și	Republica Moldova	SRL Target Group	Cantitate: cel puțin 20 spoturi/video-grafice format social media	Elaborarea spoturilor video grafice pentru social media implică o	https://www.youtube.com/playlist?list=P

	post-productie video a spoturilor grafice pentru platformele de social media		Worldwide	• Durata – cel puțin 20 sec și cel mult 40sec. • Elaborare concept • Elaborare elemente grafice • Adaptarea spoturilor la formatele coordonate cu ASP (Facebook, Youtube, site ASP etc.). • Spot video/grafic pentru difuzarea prin rețelele de socializare (Facebook, instagram, youtube) Varianta finală va fi aprobată de către ASP.	serie de etape adaptate mediului online și caracteristicilor acestuia. 1. Înțelegerea obiectivelor și publicului: La fel ca și în cazul spoturilor TV, este crucial să înțelegi obiectivele campaniei și publicul țintă. Cu toate acestea, în mediul social media, publicul poate fi mai segmentat și mai receptiv la anumite tipuri de conținut. 2. Crearea conceptului: Pornind de la obiectivele stabilite, se dezvoltă conceptul pentru spotul video grafic. Acesta ar trebui să fie adaptat pentru mediul online, cu o atenție deosebită la captarea atenției publicului și la încurajarea implicării acestuia (engagement). 3. Storyboarding: Se creează un storyboard pentru a	LxhHneUwXSavldf6PFGQsq6UcWtTsmss7 https://www.youtube.com/playlist?list=PLxhHneUwXSas6pTkzElR3ohCtxFtuAOPD https://youtu.be/zC3KN6fJcgA https://youtu.be/mgCCzJ-IBM
--	--	--	-----------	--	---	--

					planifica scenele și secvențele din spotul video. Acesta oferă o pre-vizualizare a conținutului și ajută la stabilirea structurii și fluxului narativ. 4. Producția conținutului grafic: Se crează elementele grafice, cum ar fi animațiile, ilustrațiile sau alte elemente vizuale necesare pentru spotul video. De asemenea, se poate selecta muzică sau efecte sonore potrivite pentru a completa experiența vizuală. 5. Montaj și editare: Elementele grafice sunt integrate și editate împreună pentru a forma spotul video final. Se adaugă efecte de tranziție, text sau alte elemente pentru a amplifica impactul vizual. 6. Optimizarea pentru platformele sociale: Spotul video trebuie adaptat pentru a fi eficient pe	
--	--	--	--	--	---	--

					platformele sociale specifice. Acest lucru poate include ajustarea duratei, formatele și dimensiunile video pentru a se potrivi cu cerințele și preferințele fiecărei platforme. 7. Testarea și ajustările: Ca și în cazul spoturilor TV, este important să testați spotul video grafic pe un public țintă pentru a evalua impactul și pentru a face ajustări în funcție de feedback-ul primit. 8. Finalizarea și livrarea: După ce spotul video este aprobat de către client, este finalizat în formatele necesare pentru difuzarea pe platformele de social media (Facebook, Youtube, site ASP etc.).	
1.2.3 Spoturi format radio	Servicii de productie spoturi radio	Republica Moldova	SRL Target Group	• Cantitate: cel puțin 14 spoturi radio. • Durata – cel puțin 20 sec și cel mult 40 sec. • Elaborare concept.	• Cantitate: cel puțin 14 spoturi radio.	

			Worldwi de	• Sonorizare în limbile română și rusă. • Va fi furnizată coloana sonoră, împreună cu drepturile de utilizare aferente. Varianta finală va fi aprobată de către ASP.	• Durata – cel puțin 20 sec și cel mult 40 sec. • Elaborare concept. • Sonorizare în limbile română și rusă. • Va fi furnizată coloana sonoră, împreună cu drepturile de utilizare aferente. Varianta finală va fi aprobată de către ASP.	
1.2.4 Video explainer-e platforme informare ASP	Servicii de post-productie video animație 2D	Republica Moldova	SRL Target Group Worldwi de	• Cantitate: cel puțin 20 video explainer despre accesarea serviciilor prestate de către ASP. • Durata – cel puțin 10 minute și cel mult 15 minute. • Elaborare concept. • Elaborare elemente grafice și de animație. • Sonorizare în limba română și subtitrare în limba rusă. Varianta finală va fi aprobată de către ASP	Elaborarea unui video explainer pentru platforme de informare ASP implică următoarele etape: 1. Definirea obiectivelor și a publicului: Înțelegerea clară a scopurilor pentru care se crează videourile explainer și cine este publicul țintă. Cunoașterea audienței ne va ajuta să adaptăm mesajul și tonul pentru a-l face mai eficient.	https://www.youtube.com/playlist?list=P_LxhHneUwX_SaueySdcMWkLn0_pJYREHwhb

					2. Cercetarea și documentarea: În această etapă, adunăm toate informațiile necesare despre subiectul pe care doriți să-l explicați. 3. Scrierea scenariului: Bazându-ne pe informațiile colectate pentru a redacta un scenariu clar și concis pentru video-ul explainer. Structură informațiile într-o poveste (istorie) logică și ușor de înțeles, iar dacă este necesar, simplificăm conceptele complexe pentru a le face accesibile publicului țintă. 4. Crearea storyboard-ului: Transpunem scenariul într-un storyboard vizual care va stabili structura și secvențele video. Acesta va ajuta la planificarea animațiilor, graficelor și altor elemente vizuale necesare pentru a explica	
--	--	--	--	--	---	--

					conținutul în mod clar și captivant. 5. Designul și crearea graficelor și animațiilor: Bazându-ne pe storyboard, vom crea sau proiecta elementele grafice, animațiile și alte resurse vizuale necesare pentru a ilustra și clarifica conceptele prezentate în video. 6. Înregistrarea și adăugarea Voice Over-ului (vocea naratorului): Vom înregistra un narator profesionist pentru a furniza Voice Over-ului pentru video. Asigurându-ne că vocea este clară, plăcută și că transmite tonul și emoția potrivite. 7. Producția video-ului: În această etapă, toate elementele sunt integrate împreună pentru a crea video-ul final. Animațiile, graficele, Voice Over și alte	
--	--	--	--	--	---	--

					elemente sunt sincronizate și editate pentru a forma un întreg coerent și ușor de urmărit. 8. Testarea și ajustările: Spotul video finalizat este testat pentru a asigura că îndeplinește obiectivele campaniei și că transmite mesajul dorit. Se pot face ajustări în funcție de feedback-ul primit. 9. Finalizarea și livrarea: După ce spotul video este aprobat de către client, este finalizat în formatele necesare pentru platformele solicitate. Aceste etape oferă o structură pentru elaborarea unui video explainer eficient pentru platforme de informare, asigurând că conținutul este informativ, captivant și ușor de înțeles pentru publicul țintă.	
1.3 Plasare de produse (Media placement)				Operatorul economic va prezenta un media plan (placement TV, Radio, rețelele	Operatorul economic va prezenta un media	

				sociale) care va asigura atingerea obiectivelor campaniei de comunicare (conform cerințelor din subpozițiile nr. 1.3.1 – 1.3.3). Media Planul va fi realizat în baza datelor puse la dispoziție de către instituția responsabilă de măsurarea cotelor de audiență și a celor de piață, selectată în urma concursului organizat de Consiliul Audiovizualului.	plan (placement TV, Radio, rețelele sociale) care va asigura atingerea obiectivelor campaniei de comunicare (conform cerințelor din subpozițiile nr. 1.3.1 – 1.3.3). Media Planul va fi realizat în baza datelor puse la dispoziție de către instituția responsabilă de măsurarea cotelor de audiență și a celor de piață, selectată în urma concursului organizat de Consiliul Audiovizualului.	
1.3.1 Plasare de produse (Media placement) a spoturilor video privind activitatea ASP la TV cu acoperire națională	Servicii de plasare a spoturilor video privind activitatea ASP la TV cu acoperire națională	Republica Moldova	SRL Target Group Worldwi de	Se va elabora un Media Plan, astfel încât fiecare spot TV, realizat în cadrul respectivei campanii de comunicare, să fie plasat la: a. cel puțin trei cele mai populare posturi TV, cu acoperire națională, în orele de maximă audiență, după cum urmează: 3 ori dimineața și 3 ori seara (prime time). b. trei posturi TV regionale din nordul, centrul și sudul RM. Pe perioada de derulare a contractului, indiferent de numărul de luni pe care îl presupune, difuzările vor fi concentrate	Se va elabora un Media Plan, astfel încât fiecare spot TV, realizat în cadrul respectivei campanii de comunicare, să fie plasat la: a. cel puțin trei cele mai populare posturi TV, cu acoperire națională (ProTV, JurnalTV, TV8), în orele de maximă audiență, după cum urmează: 3	

				de o așa manieră încât să se asigure un minim de 250 de minute la posturile TV cu acoperire națională și 300 min la posturile TV regionale. <i>Graficul postărilor va fi coordonat cu ASP.</i>	ori dimineața și 3 ori seara (prime time). b. trei posturi TV regionale din nordul, centrul și sudul RM (Global24, Noroc TV, Vocea Basarabiei). Pe perioada de derulare a contractului, indiferent de numărul de luni pe care îl presupune, difuzările vor fi concentrate de o așa manieră încât să se asigure un minim de 250 de minute la posturile TV cu acoperire națională și 300 min la	
1.3.2 Plasare de produse (Media placement) la posturi de radio cu acoperire națională	Servicii de plasare a spoturilor radio	Republica Moldova	SRL Target Group Worldwide	Se va elabora un Media Plan, astfel încât fiecare spot Radio, realizat în cadrul respectivei campanii de comunicare, să fie plasat la: a. cel puțin cinci cele mai populare posturi de Radio, cu acoperire națională, în orele de maximă audiență, după cum urmează: 5 ori dimineața și 5 ori seara. b. unul dintre posturile de Radio propuse trebuie să fie cu difuzare în limba rusă. Pe perioada de derulare a contractului, indiferent de numărul de luni pe care îl	Se va elabora un Media Plan, astfel încât fiecare spot Radio, realizat în cadrul respectivei campanii de comunicare, să fie plasat la: a. cel puțin cinci cele mai populare posturi de Radio (Hit FM, Kiss FM, Retro FM, Love Radio, Avtoradio), cu	

				presupune, difuzările vor fi concentrate de o așa manieră încât să se asigure un minim de 500 de minute. <i>Graficul postărilor va fi coordonat cu ASP.</i>	acoperire națională, în orele de maximă audiență, după cum urmează: 5 ori dimineața și 5 ori seara. b. unul dintre posturile de Radio propuse trebuie să fie cu difuzare în limba rusă. Pe perioada de derulare a contractului, indiferent de numărul de luni pe care îl presupune, difuzările vor fi concentrate de o așa manieră încât să se asigure un minim de 500 de minute. <i>Graficul postărilor va fi coordonat cu ASP.</i>	
1.3.3 Plasare de produse (Media placement) pe platformele de social media	Servicii de plasare pe platformele de social media	Republica Moldova	SRL Target Group Worldwide	• Derulare campanie online pe rețele de socializare (pe platformele Google ADS, Facebook ADS, Youtube ADS) • Planificarea, crearea și gestionarea campaniilor Pay Per Click pe platformele Google ADS, Facebook ADS, Youtube ADS în limita bugetului prevăzut pentru această activitate, după principiul un volum mai mare de trafic la un cost cât mai redus	• Derulare campanie online pe rețele de socializare (pe platformele Google ADS, Facebook ADS, Youtube ADS) • Planificarea, crearea și gestionarea campaniilor Pay Per Click pe platformele	

				• Tipuri de campanii care urmează a fi desfășurate: ○ Campanie de tip search. ○ Campanie de tip display, google display network (GDP): wb siteuri, add de tip imagine (bannere-trafic mare, volum mare) ○ Campanie de tip video /youtube adds (adds de tip video, imagine (bannere)). • Elaborare concept și realizare bannere, video și text, în baza produselor media (spoturi TV, videografice, explainere), realizate în cadrul respectivei campanii de comunicare. Criterii de evaluare: un număr maxim de urmăritori, like-uri, vizualizări/accesări, partajări, principiul PPC, etc. pe platformele Google ADS, Facebook ADS, Youtube ADS.	Google ADS, Facebook ADS, Youtube ADS în limita bugetului prevăzut pentru această activitate, după principiul un volum mai mare de trafic la un cost cât mai redus • Tipuri de campanii care urmează a fi desfășurate: ○ Campanie de tip search. ○ Campanie de tip display, google display network (GDP): wb siteuri, add de tip imagine (bannere-trafic mare, volum mare) ○ Campanie de tip video /youtube adds (adds de tip video, imagine (bannere)). • Elaborare concept și realizare bannere, video și text, în baza produselor media (spoturi TV, videografice, explainere), realizate	
--	--	--	--	--	---	--

					în cadrul respectivei campanii de comunicare. Criterii de evaluare: un număr maxim de urmăritori, like-uri, vizualizări/accesări, partajări, principiul PPC, etc. pe platformele Google ADS, Facebook ADS, Youtube ADS.	
--	--	--	--	--	---	--

Semnat: _____ Numele, Prenumele: **Mihaela Lasco** În calitate de: **Director Financiar**

Ofertantul: **S.R.L. Target Group Worldwide** Adresa: **str. București, 90, Chișinău, MD2012**