

TERMENI DE REFERINȚĂ

Pentru Programul: „Tichetul de vacanță”

Producerea unei campanii de informare privind mecanismul de implementare a tichetelor de vacanță

1. Context și justificare

Conform Hotărârii de Guvern nr. 570 din 02.08.2023, Oficiul Național al Turismului al Republicii Moldova are misiunea de a coordona și a organiza activitățile orientate spre dezvoltarea și promovarea turismului receptor și intern, conform strategiilor și programelor aprobate de Guvern.

Turismul este industria cu cea mai semnificativă evoluție atât cantitativ, prin resursele implicate, cât și calitativ – servicii noi, experiențe și modalități de călătorie. Promovarea ofertei turistice necesită adaptare continuă la volumul și tendințele cererii. Aceasta trebuie să conțină informație veridică și să pună în valoare aspectele individuale ale destinației sau serviciilor prestate.

Oficiul Național al Turismului este promotorul principal al produsului turistic național atât pe piața internă cât și externă. Scopul IP ONT este de a oferi informație relevantă și actualizată pentru potențiali turiști. Totodată, IP ONT identifică oferte turistice noi, actualizează informația despre destinațiile cheie și, utilizând diverse canale de distribuție, promovează întreaga industrie turistică și impulsionează majorarea fluxului de turiști.

Astfel, pentru a susține promovarea acestor experiențe turistice pe piața națională, a fost necesară aprobarea Hotărârii Guvernului nr. 60/2026 pentru aprobarea Regulamentului cu privire la modul de operare cu tichetele de vacanță, care vine în susținerea turismului intern, iar printre beneficii este faptul că nici angajatorul, nici salariatul nu achită impozite.

Sarcina IP ONT este de a contribui la creșterea economică prin majorarea fluxului turistic, valorificarea resurselor, diversificarea ofertei, precum și creșterea vizibilității produsului turistic național, iar implementarea Programului „Tichetul de Vacanță” răspunde exact acestor obiective. În acest sens, este lansat concursul de achiziție pentru elaborarea unei campanii de informare privind mecanismul de implementare a tichetelor de vacanță.

În acest context, Programul „Tichetul de Vacanță” își propune susținerea turismului intern, a antreprenorilor locali din mediul rural, a agenților economici și a salariaților din mediul privat, beneficiari efectivi ai programului.

Conceptul campaniei de informare privind mecanismul de implementare a tichetelor de vacanță trebuie să corespundă situației actuale de implementare a Programului „Tichetul de Vacanță” – <https://turism.gov.md/ro/tichetul-de-vacanta/>. Această campanie va include mai multe elemente (livrabile): strategie de promovare, plan/calendar de comunicare și conținut vizual (spot video, reels-uri), cu un buget strict dictat de cerințele de execuție ale acestora, care urmează a fi implementate și realizate pe parcursul campaniei.

Campania de informare trebuie să fie adaptată pentru fiecare categorie de beneficiari ai programului, inclusiv beneficiile specifice acestora. Campania va permite generarea mai multor idei și instrumente de promovare, adaptabile pentru implementarea Programului Tichetului de Vacanță.

2. Scopul campaniei

Scopul principal al campaniei este de a stimula angajatorii din Republica Moldova să achiziționeze tichete de vacanță pentru angajații lor, poziționând Programul „Tichetul de Vacanță” ca un instrument accesibil, avantajos fiscal și atractiv de motivare și fidelizare a personalului.

Întreaga arhitectură de comunicare a campaniei este construită în jurul deciziei de achiziție a angajatorului: mesajele, tonul și structura conținutului trebuie să răspundă direct întrebărilor, obiecțiilor și motivațiilor unui angajator (antreprenor, manager de resurse umane, conducător de întreprindere) aflat în procesul de decizie privind acordarea tichetelor de vacanță salariaților săi.

Ca obiectiv secundar, dar complementar, campania va susține vizibilitatea unităților afiliate programului (unități de cazare, agrement, alimentație publică etc.), consolidând astfel încrederea angajatorului că tichetele achiziționate pot fi utilizate real, într-o rețea variată și atractivă de servicii turistice. Inclusiv organizarea unui eveniment de promovare privind mecanismul de implementare a tichetelor de vacanță dedicat angajatorilor privați din Republica Moldova.

3. Obiective specifice

- Creșterea gradului de conștientizare în rândul angajatorilor cu privire la existența, avantajele fiscale și mecanismul de utilizare a tichetelor de vacanță.
- Simplificarea și clarificarea vizuală a întregului proces (emitere – distribuire – utilizare – decontare) astfel încât un angajator să înțeleagă în câteva minute cum poate implementa programul în compania sa.
- Poziționarea tichetului de vacanță ca instrument de motivare, fidelizare și responsabilitate socială a angajatorului față de angajați.
- Creșterea vizibilității unităților afiliate programului și încurajarea aderării de noi parteneri la rețeaua de unități afiliate.
- Generarea de conținut adaptat pentru rețelele sociale (format reels), ușor de distribuit, cu impact vizual puternic și mesaje concise.
- Organizarea unui eveniment de lansare comercială pentru angajatorii din sectorul privat, pentru motivarea acestora de a utiliza tichetul de vacanță în rândul salariaților.

4. Grupuri țintă

- Angajatori (public țintă prioritar): antreprenori, companii private, administratori, responsabili de resurse umane - decidenții direcți ai achiziției tichetelor de vacanță.
- Unități afiliate programului - unități de cazare, agrement și alte servicii turistice locale
- Angajați din sectorul privat - beneficiari finali ai tichetelor.
- Prezentarea beneficiilor programului - susținerea turismului intern, regim fiscal avantajos.

5. Descrierea livrabililor

Campania va include producerea următoarelor materiale video, conform tabelului de mai jos:

Nr.	Livrabil	Cantitate	Public țintă / mesaj cheie
1	Spot video principal – „Procesul integral al Tichetului de Vacanță de la Angajator până la Unitatea Afiliată”	1 video (durată recomandată 2–3 min, cu variantă scurtă de 60 sec pentru rețele sociale)	Prezintă integral mecanismul: emitere, activare, utilizare, decontare - pentru angajatori, angajați și unități afiliate
2	Reels-uri - despre Angajator	7 reels	Beneficii fiscale, procedură simplă de achiziție, avantaje competitive pe piața muncii, responsabilitate socială - mesaj orientat spre decizia de a cumpăra tichete pentru angajați
3	Reels-uri - despre Unități afiliate	7 reels	Prezentarea unităților de cazare/agrement afiliate programului, experiențe turistice locale, motivarea aderării la program
4	Strategie de promovare	1	
5	Plan/calendar de comunicare	1	
6	Difuzarea plătită pe TV, online și rețele sociale		La nivelul întregii campanii se urmărește atingerea următoarelor rezultate: minimum 450.000 de afișări cumulate în mediul digital; minimum 120.000 de persoane unice atinse prin canalele digitale; minimum 4.000 de interacțiuni și accesări cumulate; realizarea în proporție de 100% a difuzărilor și plasărilor prevăzute în planul media; prezentarea unui raport final consolidat pentru toate canalele utilizate; includerea capturilor de ecran, linkurilor active,

Nr.	Livrabil	Cantitate	Public țintă / mesaj cheie
			rapoartelor din platforme și dovezilor de difuzare.
TOTAL		1 video + 14 reels	

Notă privind structura de conținut: cele 7 reels-uri dedicate Angajatorului trebuie să acopere, în mod distribuit, aspecte precum: beneficiile fiscale (scutire de impozite), pașii simpli de înscriere în program, testimoniale sau scenarii tip „angajator care a implementat programul”, argumente de employer branding și retenție a personalului, precum și răspunsuri la cele mai frecvente întrebări/obiecții ale angajatorilor. Cele 7 reels-uri dedicate Unităților afiliate trebuie să prezinte diversitatea ofertei turistice interne (cazare, experiențe, gastronomie, agrement) și modul în care tichetul poate fi utilizat efectiv în aceste locații. Alegerea locațiilor de filmare va fi coordonată cu IP ONT.

Organizarea și coordonarea activităților

Activitățile campaniei vor fi coordonate și monitorizate de către beneficiar, prin intermediul unui responsabil desemnat.

Prestatorul va menține o comunicare constantă cu beneficiarul pe parcursul implementării campaniei și va prezenta periodic informații privind progresul activităților.

6. Cerințe tehnice și de conținut

- Toate materialele video trebuie realizate în limba română, cu posibilitatea adaptării/subtitrării și în limba rusă, la solicitarea beneficiarului.
- Format reels: vertical (9:16), optimizat pentru Instagram, Facebook și TikTok; durată recomandată 15–30 sec/reel.
- Spotul video principal: format orizontal (16:9) pentru distribuție TV/online, cu variantă adaptată vertical pentru rețele sociale.
- Identitate vizuală unitară, aliniată brandului Programului Național „Tichetul de Vacanță” și, respectiv, IP ONT.
- Livrarea fișierelor sursă (proiect de montaj) și a fișierelor finale exportate, în rezoluție minimă Full HD (1920x1080).
- Conceptul vizual general, locațiile selectate pentru filmări vor fi discutate și agreeate împreună cu beneficiarul înainte de realizarea sesiunilor video.
- Organizarea evenimentului – compania se va ocupa organizarea logistică a evenimentului.

7. Perioada de implementare

Perioada estimată de implementare a contractului: [iulie/august – decembrie 2026]. Detalierea orientativă pe etape este prezentată mai jos, termenele finale vor fi convenite cu ofertantul câștigător la semnarea contractului.

Etapă	Activitate	Termen
I	Elaborare concept creativ, scenariu video și reels, plan de comunicare	2 săptămâni de la data semnării
II	Filmări (video principal + material sursă pentru reels)	1 săptămână după elaborare concept
III	Montaj, editare, adaptare format pentru rețele sociale	de la 2 la – 5 zile
IV	Organizarea evenimentului	1-2 zile
V	Predare livrabile finale și fișiere sursă către IP ONT	decembrie 2026

8. Cerințe față de ofertant

- Prestatorul trebuie să demonstreze experiență relevantă de minimum 3 ani în realizarea campaniilor de promovare și producția de materiale vizuale utilizate în activități de promovare, marketing, comunicare sau branding în domeniul turismului.
- Experiență dovedită în producție video/publicitară și SMM în turism, HORECA, gastronomie, evenimente etc (portofoliu de minimum 3 proiecte similare).
- Echipă de producție (regizor, operator, editor, video-graf, motion designer) cu experiență de minim 2 ani.

9. Criterii de evaluare a ofertelor

Ofertele vor fi evaluate în baza raportului calitate-preț, luând în considerare, fără a se limita la:

- Plan/calendar de comunicare;
- Strategia de promovare;
- Experiența și portofoliul ofertantului în producții similare dedicate domeniului turism;
- Prețul ofertei și încadrarea în bugetul estimat.

10. Resurse puse la dispoziție

Beneficiarul campaniei poate facilita accesul la informații relevante, contacte cu operatori turistici și unitățile afiliate sau alte resurse necesare pentru realizarea activităților proiectului.

De asemenea, beneficiarul poate oferi suport în organizarea accesului la anumite locații sau experiențe turistice care urmează a fi documentate.

Cheltuielile pentru asigurarea transportului și deplasarea la filmări vor fi suportate de Prestator.

11. Proprietate intelectuală

Toate drepturile de autor și drepturile conexe asupra materialelor produse în cadrul acestui contract (spot video, reels-uri, fișiere sursă, scenarii, storyboard-uri) vor fi transferate integral și exclusiv către IP ONT, odată cu recepția finală și efectuarea plății, conform contractului ce urmează a fi semnat.

12. Alte condiții

- Toate materialele vor fi supuse aprobării IP ONT înainte de publicare/difuzare.
- Ofertantul câștigător va asigura minimum 3 runde de revizuire per livrabil, fără costuri suplimentare.
- Orice modificare a specificațiilor prezentului TOR se va face în scris, prin acordul ambelor părți.
- Prestatorul va respecta confidențialitatea informațiilor și datelor la care are acces în cadrul implementării proiectului.