

Caiet de sarcini
Servicii de comunicare pentru evenimentul Moldova Business Week 2026

Beneficiar: I.P. Agenția de Investiții

Durata contractului: 7 luni

Buget total maxim: 416666,67 MDL fără TVA.

1. Informații generale

Conform Hotărârii Guvernului nr. 439 din 28.06.2023, **I.P. Agenția de Investiții** are misiunea de a implementa politicile statului în domeniul atragerii investițiilor, promovării exporturilor și consolidării imaginii economice a Republicii Moldova, inclusiv prin organizarea și promovarea evenimentelor economice de anvergură națională și internațională.

În acest context, **I.P. Agenția de Investiții** organizează în perioada **28 septembrie – 2 octombrie 2026** ediția a **XI-a** a evenimentului **Moldova Business Week (MBW 2026)**.

Moldova Business Week este principalul forum economic anual al Republicii Moldova, care reunește:

- investitori străini și locali,
- antreprenori și exportatori,
- lideri de afaceri,
- experți economici și financiari,
- reprezentanți ai instituțiilor publice,
- corp diplomatic,
- mass-media națională și internațională.

Evenimentul are rolul de platformă strategică de dialog economic, promovare a climatului investițional, facilitare a parteneriatelor B2B și consolidare a poziționării Republicii Moldova ca destinație competitivă pentru investiții și export.

2. Obiectul achiziției

Contractarea unei companii de comunicare care să asigure **elaborarea unei strategii de comunicare dedicate evenimentului Moldova Business Week 2026**, precum și **planificarea și implementarea unui plan de execuție detaliat**, incluzând servicii integrate de comunicare, PR și marketing digital, pentru promovarea evenimentului la nivel **național și internațional**.

Strategia de comunicare va constitui **etapa inițială obligatorie** a contractului și va sta la baza tuturor activităților de implementare, având ca scop definirea direcțiilor strategice, a mesajelor-cheie, a publicurilor-țintă, a canalelor de comunicare și a piețelor prioritare.

Planul de execuție va detalia **acțiunile concrete de comunicare**, structurate pe faze (pre-eveniment, during event și post-eveniment), cu indicarea canalelor, formatelor de conținut, calendarului de implementare și responsabilităților, inclusiv pentru **componenta internațională a campaniei**, adaptată piețelor externe prioritare.

Compania contractată va asigura **implementarea coerentă și coordonată a strategiei și a planului de execuție**, în colaborare cu Agenția de Investiții, contribuind la poziționarea Moldova

Business Week 2026 ca principal eveniment economic al Republicii Moldova și la consolidarea imaginii țării ca destinație competitivă pentru investiții și export.

3. Perioada de implementare

Martie 2026 – octombrie 2026, incluzând:

- faza de pre-eveniment,
- perioada desfășurării evenimentului,
- comunicarea post-eveniment și raportarea finală.

4. Obiectivele campaniei de comunicare

4.1. Obiectiv general

Creșterea vizibilității, relevanței și impactului evenimentului Moldova Business Week 2026, la nivel național și internațional, în rândul publicurilor-țintă strategice.

4.2. Obiective specifice

- Poziționarea MBW ca principal eveniment economic al Republicii Moldova;
- Atragerea investitorilor și companiilor internaționale;
- Creșterea participării mediului de afaceri local și internațional;
- Asigurarea unei prezențe media consistente și calitative;
- Consolidarea imaginii Republicii Moldova ca destinație pentru investiții și export;
- Gestionarea pro-activă a riscurilor de comunicare și a situațiilor sensibile.

5. Publicuri-țintă și piețe prioritare

Publicuri-țintă:

- Investitori străini (FDI);
- Companii internaționale interesate de extindere / relocare;
- Exportatori și antreprenori locali;
- Instituții financiare și de dezvoltare;
- Reprezentanți ai autorităților/instituțiilor publice centrale
- Mass-media economică;
- Parteneri instituționali și diplomatici.

Pentru piețele internaționale prioritare, compania contractată va propune **abordări și tactici de comunicare dedicate**, adaptate specificului fiecărei piețe, inclusiv mesaje-cheie, canale de distribuție și formate de conținut relevante pentru publicul internațional vizat.

Piețe internaționale prioritare (indicativ):

- România
- Germania
- Italia
- Polonia
- Marea Britanie
- Alte piețe UE și extra-UE relevante pentru atragerea investițiilor

6. Cerințe de eligibilitate pentru ofertanți

- 1) Experiență dovedită în **comunicare strategică integrată**, inclusiv PR, social media, advertising, event communication;

- 2) Experiență dovedită în **comunicare de criză** și gestionarea situațiilor sensibile;
- 3) Experiență în elaborarea **strategiilor de comunicare** (minimum 3 exemple relevante);
- 4) Experiență în **speechwriting și talking points** pentru speakeri de nivel înalt;
- 5) Cunoașterea domeniilor: investiții, infrastructură, IT & BPO, agricultură, real estate, fintech, industrii creative etc;
- 6) Capacitatea de a livra **copywriting multilingv** (RO & EN – obligatoriu);
- 7) Echipa alocată proiectului va avea **minimum 8 membri**, inclusiv:
 - a. Strategic Team Leader,- 1 persoană
 - b. PR & Media Relations Expert- 2 persoane
 - c. Digital & Paid Media Specialist- 1 persoană
 - d. Social Media Manager / Content Publisher-1 persoană
 - e. Copywriter RO / ENG- 1 persoană
 - f. Graphic Designer- 1 persoană
 - g. Video Content- 1 persoană

*Un membrul al echipei poate acoperi și 2 roluri dacă poate dovedi competența pentru ambele roluri.
- 8) Capacitatea de implementare continuă pe întreaga durată a proiectului;
- 9) Experiență în colaborarea cu **media internațională** și campanii de promovare externă.

7. Rolul companiei de comunicare

Compania selectată va acționa ca **integrator strategic de comunicare**, fiind responsabilă de:

- **elaborarea strategiei de comunicare pentru Moldova Business Week 2026**, inclusiv componenta națională și internațională;
- **dezvoltarea și implementarea planului de execuție**, în conformitate cu strategia aprobată de Beneficiar;
- coordonarea tuturor componentelor de comunicare ale evenimentului;
- adaptarea mesajelor și a conținutului pentru **publicurile internaționale și piețele prioritare**;
- colaborarea cu echipa Agenției de Investiții și alți furnizori (event management, producție);
- participarea la ședințe de coordonare și briefing-uri;
- adaptarea rapidă a mesajelor în funcție de evoluția contextului național și internațional.

8. Specificații tehnice și livrabile

8.1. Comunicare strategică

- Compania contractată va elabora și implementa o **strategie de comunicare dedicată evenimentului Moldova Business Week 2026**, care va reprezenta fundamentul tuturor activităților de comunicare și promovare.

Strategia de comunicare va include, fără a se limita la:

- obiectivele de comunicare;
- mesajele-cheie și pilonii de comunicare;
- publicurile-țintă;
- piețele internaționale prioritare și abordarea specifică pentru fiecare dintre acestea;

- canalele de comunicare (naționale și internaționale);
- planul de execuție (action plan) detaliat, structurat pe faze (pre-eveniment, during event, post-eveniment), cu calendar, formate de conținut și responsabilități;
- mecanisme de coordonare și aprobare cu Beneficiarul;
- indicatori de monitorizare și evaluare a implementării.
- Conceptul vizual digital al evenimentului (look & feel online), integrat în strategia de comunicare
- Plan de comunicare în situații de criză.

Implementarea activităților de comunicare va începe **după aprobarea strategiei și a planului de execuție** de către Beneficiar.

8.2. PR & Media Relations

8.2.1 Comunicate de presă

- Minimum **6 comunicate de presă**:
 - 2 pre-event;
 - 2 during the event;
 - 2 post-event;
- Redactate în RO & EN.

8.2.2 Articole tematice

- Minimum **5 articole tematice pre-event** pentru promovarea MBW diseminate presei naționale.

8.2.3 Interviu

- Organizarea a minimum **7 interviuri pre-event/** post event cu reprezentanți ai Agenției de Investiții și alți actori relevanți.

8.2.4 Parteneriate media

- Asigurarea a minimum **6 parteneriate media naționale** (online, print, TV și/sau radio).

8.2.5 Amplasare și difuzare media

- Compania contractată va asigura **minimum 30 de apariții editoriale** în mass-media națională și 20 apariții editoriale internaționale **până la finalizarea evenimentului Moldova Business Week 2026**, rezultate din activitățile de PR și media relations desfășurate în perioada de implementare. Aparițiile media vor include, fără a se limita la:

- articole editoriale online și/sau print;
- știri și materiale TV și/sau radio;
- interviuri cu reprezentanți ai Agenției de Investiții și alți actori relevanți.

Aparițiile vor fi realizate în instituții media relevante, iar lista acestora, împreună cu dovezile de publicare/difuzare, va fi inclusă în raportul final de monitorizare media.

Pe durata implementării, compania contractată va asigura **distribuirea comunicatelor de presă și a articolelor tematice relevante și către mass-media internațională**, cu accent pe piețele internaționale prioritare, prin baze de date media internaționale, pitch-uri dedicate și relații directe cu jurnaliști și publicații economice externe.

8.2.6 Prezența mass-media la eveniment

- Asigurarea prezenței a cel puțin 6 reprezentanți ai mass-mediei naționale în ziua/zilele desfășurării evenimentului.
- Organizarea press-point-ului și facilitarea interviurilor în ziua evenimentului;
- Coordonarea accesului jurnaliștilor.

8.2.7 Monitorizare media

- Monitorizare media națională și internațională;
- Rapoarte lunare și raport final.

8.2.8 Relația cu presa internațională și participarea jurnaliștilor la eveniment

Compania contractată va asigura o componentă dedicată de relații cu presa internațională, pe întreaga durată a colaborării, care va include, fără a se limita la:

- distribuirea către mass-media internațională a comunicatelor de presă și a articolelor relevante pentru promovarea Moldova Business Week 2026, adaptate piețelor-țintă prioritare, prin canale de distribuție dedicate;
- elaborarea și transmiterea de pitch-uri media dedicate pentru presa internațională, cu unghiuri editoriale adaptate contextului investițional și economic al fiecărei piețe;
- menținerea unei relații active cu jurnaliști și publicații economice internaționale.

De asemenea, compania contractată va asigura participarea la eveniment a minimum 7 jurnaliști internaționali, provenind din țările-țintă prioritare, care vor fi invitați să participe la:

- deschiderea oficială a evenimentului Moldova Business Week 2026;
- sesiuni și side-eventuri relevante pentru interesele lor editoriale.

Compania contractată va coordona agenda media a jurnaliștilor internaționali, va facilita interviuri și va asigura accesul acestora la materiale media dedicate (press-kit, date de context, informații economice).

* Asigurarea transportului și cazarea pentru jurnaliștii internaționali va fi asigurată de I.P. Agenția de Investiții.

8.3. Comunicare digitală & social media

- Minimum **60 postări social media** (pre / during / post);
- Minimum **20 reels / short video content** postate;
- Prezență și postări live la toate side-eventurile MBW 2026;
- Strategie digitală B2B (Facebook, LinkedIn, Instagram);
- Raport lunar de performanță digitală.
- Gestionarea a minimum **3 campanii paid media** (Meta, LinkedIn, Google), incluzând:
 - definirea targetării;
 - segmentarea audiențelor;
 - optimizare și raportare;

Componenta de comunicare digitală va include **acțiuni dedicate pentru promovarea internațională a evenimentului**, în special pe platforme B2B, cu accent pe LinkedIn și alte canale relevante pentru publicul investițional extern.

Buget promovare plătită (paid media)

Costurile aferente campaniilor de promovare plătită (paid media) vor fi **incluse în valoarea totală a contractului**, reprezentând **25% din valoarea totală a acestuia**, fără posibilitatea solicitării de fonduri suplimentare din partea Beneficiarului.

8.4. Producție video

- **3 video-uri reprezentative:**

1. Video general invite MBW 2026 (RO & EN);
 2. Video invite personalizat cu reprezentantul Agenției de Investiții;
 3. Video post-event (rezumat și impact);
- Livrare în formate adaptate pentru online și social media.

8.5. Design grafic & vizual

Compania contractată va fi responsabilă de **dezvoltarea și implementarea conceptului vizual digital al evenimentului Moldova Business Week 2026**, asigurând coerența identității vizuale online a evenimentului pe toate canalele de comunicare, în conformitate cu Brand Book-ul Agenției de Investiții.

- Design pentru toate postările social media;
- Minimum **60 infografice/cartonașe adaptate pentru social media**;
- Bannere digitale pentru campanie media platită;
- Vizualuri pentru email marketing, press-kit-uri și prezentări;
- Template-uri vizuale reutilizabile.

8.6 Email marketing

Compania contractată va asigura conceperea, redactarea, designul și distribuirea unei **campanii de email marketing**, destinată promovării evenimentului Moldova Business Week 2026, care va include **minimum 3 emailuri**, după cum urmează:

1. **Email pre-event – General invite & Save the date**
 - anunțarea oficială a evenimentului;
 - prezentarea conceptului MBW 2026;
 - includerea invitației generale și a datelor-cheie (perioadă, locație).
2. **Email pre-event – Informații despre eveniment**
 - detalii privind agenda, temele și speakerii principali;
 - Includerea **video-ului general invite MBW 2026**;
 - call-to-action relevant (participare / interes).
3. **Email post-event – Rezultate și impact**
 - prezentarea rezultatelor principale ale evenimentului;
 - highlights și concluzii;

9.KPI-URI / INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

1 Apariții media

- **Minimum 30 apariții editoriale** în mass-media națională până la finalul MBW 2026, incluzând:

- articole online și/sau print;
- știri TV și/sau radio;
- interviuri media.
- Minimum **20 apariții editoriale în mass-media internațională**, generate ca urmare a activităților de PR și media relations.

1.2. Parteneriate media

- **Minimum 6 parteneriate media naționale** (online, print, TV și/sau radio).
- **Minimum 7 reprezentanți ai mass-mediei internaționale** prezenți la eveniment, provenind din piețele internaționale prioritare.

1.3. Comunicate de presă

- **6 comunicate de presă livrate și distribuite**, după cum urmează:
 - 2 pre-event;
 - 2 during event;
 - 2 post-event;
- Redactate în **RO & EN**.

1.4. Articole tematice

- **Minimum 5 articole tematice pre-event**, diseminate în presa națională.

1.5. Interviuri media

- **Minimum 7 interviuri pre-event/during event** organizate și realizate cu:
 - reprezentanți ai Agenției de Investiții;
 - alți actori relevanți ai evenimentului.

1.6. Prezența mass-media la eveniment

Asigurarea prezenței a minimum 6 reprezentanți ai mass-mediei naționale în ziua desfășurării evenimentului, precum și **coordonarea, facilitarea și monitorizarea interviurilor media** care vor avea loc în **ziua deschiderii oficiale a evenimentului**, inclusiv:

- programarea interviurilor;
- coordonarea accesului jurnaliștilor;
- suport pentru speakeri și reprezentanții Agenției de Investiții;
- monitorizarea desfășurării interviurilor și raportarea acestora.

1.7 Monitorizare media

- **Rapoarte lunare + raport final de monitorizare media**, cu dovezi (linkuri, capturi, liste media).
- Raportarea distinctă a aparițiilor media naționale și internaționale generate

2. KPI – Comunicare digitală & social media

2.1. Conținut social media

- **Minimum 60 postări social media** (pre / during / post);
- **Minimum 20 reels / short video content** publicate;
- Acoperire live (postări / stories / reels) pentru **toate side-eventurile MBW 2026**.

Indicatori minimi de performanță (KPI), monitorizați cumulativ pe durata implementării:

- Reach cumulat (organic + paid): minimum 1 800.000 utilizatori unici;
- Impressions totale: minimum 2.500.000 afișări;
- Engagement total (like, comment, share, click): minimum 50.000 interacțiuni;
- Engagement rate mediu:
 - Facebook / Instagram: $\geq 1,6\%$;
 - LinkedIn: $\geq 0,7\%$.

2.2. Strategie digitală

- Strategie digitală B2B implementată pe:
 - Facebook;
 - LinkedIn;
 - Instagram.

2.3. Campanii de promovare plătită

- **Minimum 3 campanii paid media** implementate (Meta, LinkedIn, Google), incluzând:
 - targetare definită;
 - segmentarea audiențelor;
 - optimizare continuă;
 - raportare performanță.

Indicatori minimi de performanță (KPI), orientativi :

- Reach plătit cumulat: minimum 1 200.000 utilizatori unici;
- Impressions plătite: minimum 1.800.000 afișări;

2.4. Raportare digitală

- **Rapoarte lunare de performanță digitală**, care vor include cel puțin:
 - impressions;
 - engagement;
 - CTR (pentru campaniile paid)

3. KPI – Producție video

- **3 video-uri livrate**, după cum urmează:
 - Video general invite MBW 2026 (RO & EN);
 - Video invite personalizat;
 - Video post-event (rezumat și impact);
- Video-urile vor fi livrate în formate adaptate pentru:
 - social media;
 - utilizare online și media.

4. KPI – Design grafic & vizual

- Design realizat pentru **toate postările social media**;
- **Minimum 50 infografice** livrate;
- Bannere digitale pentru campaniile paid media;
- Vizualuri pentru:

- email marketing;
- press-kit-uri;
- prezentări;
- **Minimum 1 set de template-uri vizuale reutilizabile.**

5. KPI – Email marketing

- **3 emailuri de marketing livrate și distribuite**, după cum urmează:
 1. Email pre-event – General invite & Save the date;
 2. Email pre-event – Informații despre eveniment (cu video general invite);
 3. Email post-event – Rezultate și impact.

6. KPI – Management & raportare

- Implementarea completă a campaniei pe perioada **martie–octombrie 2026**;
- **Rapoarte lunare de progres**;
- **Raport final consolidat**, care va include:
 - toate livrabilele realizate;
 - KPI-urile atinse;
 - dovezi de implementare;
 - analiză de impact.

10. Alte condiții

- Toate materialele vor respecta **Brand Book-ul Agenției de Investiții și Brand Book-ul de țară**;
- Drepturile asupra materialelor aparțin integral Beneficiarului; Raportare periodică obligatorie și raport final consolidat.

11. Termeni de livrare

Compania contractată va livra toate materialele, activitățile și livrabilele prevăzute în prezentul Caiet de sarcini **în conformitate cu calendarul de implementare agreat cu Beneficiarul**, parte integrantă a contractului.

Pentru fiecare categorie de livrabile (PR, digital, video, design, email marketing), compania contractată va prezenta **termene clare de livrare**, care vor fi aprobate de Beneficiar și monitorizate pe întreaga durată a contractului.

Livrabilele vor fi considerate acceptate doar după **aprobarea expresă** a Beneficiarului.

12. Timpi de reacție și management operațional

Compania contractată va asigura **managementul operațional al activităților de comunicare**, pe întreaga durată a proiectului, acționând ca punct unic de contact pentru toate aspectele de comunicare aferente evenimentului Moldova Business Week 2026.

Compania va desemna un **responsabil de proiect (Strategic Team Leader / Account Manager)**, care va coordona echipa alocată și va menține comunicarea permanentă cu Beneficiarul.

12.1 Timpi de reacție

Compania contractată va respecta următorii **timpi minimi de reacție**, după cum urmează:

- **Solicitări operaționale curente** (texte, ajustări minore, clarificări): – timp de reacție: **maximum 24 de ore**;
- **Solicitări urgente** (corecții rapide, materiale pentru media, postări în timp real): – timp de reacție: **maximum 2 ore**;
- **Situații de criză sau subiecte sensibile** (media, online, reputațional): – timp de reacție: **maximum 1 oră**, inclusiv propunere de poziționare și mesaje inițiale;
- **Perioada evenimentului (during event)**: – disponibilitate operațională **în timp real**, pe durata desfășurării evenimentului și a side-eventurilor.

13. Disponibilitate și suport în perioada evenimentului

Pe durata desfășurării evenimentului Moldova Business Week 2026, compania contractată va asigura:

- prezența fizică a echipei de comunicare la eveniment și la toate side-eventurile Agenției de Investiții;
- suport operațional continuu pentru PR, social media, interviuri și relația cu mass-media;
- coordonarea comunicării în timp real cu Beneficiarul.

14. Criteriul de atribuire: *calitate-preț*.

Selecția companiei se va realiza pe baza următoarelor criterii:

Nr	Criterii de evaluare	Punctaj maxim
1	Experiența în prestarea serviciilor similare	30
2	Capacitatea de prestare a serviciilor similare	30
3	Ofertă financiară	40
	Total	100

Formula de calcul:

1. Experiența în prestarea serviciilor similare – max. 30 pct

Se evaluează **numărul de servicii similare** prestate în ultimii 3 ani, confirmate prin:

- contracte și/sau
- procese-verbale de recepție.

Punctaj:

- a) Oferta care prezintă **cel mai mare număr de servicii similare** va primi **30 pct.**
b) Pentru celelalte oferte (n), punctajul se calculează conform formulei:

$$P_e(n) = \frac{N(n)}{N_{max}} \times 30$$

unde:

- **N(n)** = numărul de servicii similare prezentate de ofertantul evaluat
- **N_{max}** = cel mai mare număr de servicii similare prezentate dintre ofertele admise

2. Experiență similară relevantă (valoarea contractelor) – max. 30 pct

Se evaluează **valoarea celui mai mare contract similar** implementat în ultimii 3 ani.

Punctaj:

- a) Oferta care prezintă contractul similar cu **valoarea cea mai mare** va primi **30 pct.**
b) Pentru celelalte oferte (n), punctajul se calculează conform formulei:

$$P_c(n) = \frac{V(n)}{V_{max}} \times 30$$

unde:

- **V(n)** = valoarea celui mai mare contract similar al ofertantului evaluat
- **V_{max}** = cea mai mare valoare a unui contract similar prezentată dintre ofertele admise

3. Oferta financiară – max. 40 pct

- a) Oferta cu **prețul total cel mai scăzut** va obține **40 pct.**
b) Pentru celelalte oferte (n), punctajul se calculează conform formulei:

$$P_f(n) = \frac{P_{min}}{P(n)} \times 40$$

unde:

- $P_{\min}$ = prețul total cel mai scăzut dintre ofertele admise
- $P(n)$ = prețul total al ofertei evaluate

Desemnarea câștigătorului

Operatorul economic care acumulează **cel mai mare punctaj total**, rezultat din însumarea punctajelor obținute pentru criteriile tehnice și financiare, va fi desemnat câștigător al procedurii de achiziție.

Criteriu de departajare

În cazul în care două sau mai multe oferte obțin **același punctaj total**, va fi desemnat câștigător ofertantul care a obținut **punctajul mai mare la criteriul nr. 1 – Experiența în prestarea serviciilor similare**.

Dacă egalitatea persistă, va fi selectată oferta cu **prețul total cel mai scăzut**.

Valeria Bragarenco
(Semnătură electronică)

Șef direcție promovarea imagine de țară

COORDONAT:
Irina TOLSTOUSOV
(Semnătură electronică)

Director adjunct