

Caiet de sarcini
Servicii de comunicare pentru acțiuni de promovare

Servicii integrate de comunicare, PR și promovare digitală

Beneficiar: Agenția de Investiții

Durata contractului: 12 luni

Buget total maxim: 833.333,33 MDL fără TVA

1. Context și obiectiv general

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 intenționează să contracteze o **agenție de comunicare locală și/sau internațională** care să furnizeze servicii integrate de comunicare, PR, conținut editorial, design, campanii digitale și relații cu presa, pe parcursul unui an calendaristic.

2. Obiective specifice

- Creșterea vizibilității Agenției de Investiții și a mesajelor sale cheie;
- Dezvoltarea și redactarea materialelor de comunicare, precum postări, articole și comunicate de presă, video-uri pentru social media;
- Consolidarea prezenței instituției în presa națională și internațională;
- Dezvoltarea și implementarea de campanii digitale targetate;
- Asigurarea unei comunicări vizuale unitare și adaptate canalelor digitale;
- Monitorizarea constantă a aparițiilor media și evaluarea impactului comunicării.

3. Domeniul de aplicare al serviciilor

3.1 Strategie anuală de comunicare și mesaje-cheie instituționale

Prestatorul va elabora, în **primele 15 de zile calendaristice de la semnarea contractului**, o **Strategie anuală de comunicare a I.P. Agenției de Investiții**, care va constitui documentul-cadru pentru toate activitățile de comunicare, PR și promovare digitală realizate pe durata contractului.

Strategia anuală de comunicare va fi elaborată în coordonare cu Agenția de Investiții și va include, fără a se limita la:

- analiza contextului de comunicare instituțională la nivel național și internațional;
- obiective strategice de comunicare, aliniate mandatului I.P. Agenției de Investiții;
- definirea audiențelor-țintă (investitori, exportatori, parteneri instituționali, presă națională și internațională);
- poziționare strategică și piloni de comunicare;
- **set de mesaje-cheie instituționale**, structurate și adaptate:
 - pe domenii (atragera investițiilor, promovarea exporturilor, imagine de țară);
 - pe audiențe și piețe-țintă;
- canale de comunicare prioritare și formate recomandate;
- indicatori-cheie de performanță (KPI) pentru evaluarea impactului comunicării;
- recomandări strategice de implementare pe parcursul anului.

Strategia anuală de comunicare și setul de mesaje-cheie vor fi **supuse aprobării I.P. Agenției de Investiții** și vor deveni **documente obligatorii de referință** pentru:

- elaborarea calendarului lunar de comunicare;
- redactarea conținutului editorial și social media;
- implementarea campaniilor digitale și de PR;
- relația cu presa națională și internațională.

Orice ajustare a strategiei sau a mesajelor-cheie pe durata contractului se va realiza în baza acordului I.P. Agenției de Investiții.

3.2. Servicii de creație și design

- Elaborarea de **materiale grafice pentru comunicare și campanii**:
 - bannere digitale;
 - carduri vizuale pentru social media.
 - materiale grafice pentru standuri de țară
- Adaptarea materialelor pentru **Instagram, Facebook și LinkedIn**.
- Livrare în **limbile română și engleză**.
- Număr estimativ: **30 de materiale grafice** pe durata contractului.

3.3. Campanii digitale (Meta & LinkedIn)

- Crearea, implementarea și monitorizarea a cel puțin **3 campanii digitale** pe parcursul anului.

- Canale: **Instagram, Facebook, LinkedIn.**
- Activități incluse:
 - definirea conceptului de campanie;
 - setarea audiențelor;
 - copywriting;
 - monitorizare și optimizare.
- **Buget de promovare (media buying): minimum 10% din bugetul total al contractului,** gestionat de prestator în coordonare cu I.P. Agenția de Investiții.
- Raportare detaliată per campanie (reach, engagement, impressions, CTR etc.).

3.4. Conținut editorial și relația cu presa

a) Articole și diseminare națională

- Elaborarea a **20 de articole** pe durata contractului;
- Redactare instituțională, adaptată mediului de presă;
- Diseminarea articolelor în **presa națională relevantă.**

b) Relația cu presa

- Organizarea a 5 întâlniri cu presa națională și internațională, atât în Republica Moldova, cât și în alte țări – piețe cheie;
- Facilitarea a cel puțin 5 interviuri cu reprezentanții I.P. Agenției de Investiții;
- Suport logistic și de conținut (invitații, agende, mesaje-cheie).

3.5. PR și campanii de comunicare

- Elaborarea conceptelor de comunicare și a **brief-urilor pentru campanii online și PR;**
- Dezvoltarea și implementarea **campaniilor de PR** (instituționale sau tematice);
- Asigurarea coerenței mesajelor cu strategia Agenției de Investiții.

3.6. Elaborarea și prezentarea unui calendar lunar de comunicare și social media, care va include:

- propuneri de subiecte și mesaje;
- canalele de publicare;
- tipul de conținut (postare statică, video, articol, campanie etc.);
- perioadele de publicare.

Calendarul lunar va fi supus aprobării I.P. Agenției de Investiții și va putea fi ajustat în funcție de necesități.

3.7. Elaborarea și redactarea conținutului pentru social media, în limba română și engleză, adaptat stilisticii, tonului și mesajelor instituționale ale I.P. Agenției de Investiții, pentru canalele oficiale ale instituției (Facebook, Instagram, LinkedIn).

Activitățile vor include:

- redactarea textelor pentru postări social media (copywriting);
- adaptarea mesajelor în funcție de canal și public-țintă;
- alinierea conținutului cu prioritățile strategice și calendarul de comunicare al I.P. Agenției de Investiții;
- colaborarea cu I.PȘ. Agenția de Investiții pentru revizuirea și aprobarea conținutului înainte de publicare.

3.8. Monitorizare media și distribuție internațională

Prestatorul va asigura, din bugetul total al contractului, achiziționarea unui abonament anual la o platformă digitală integrată de monitorizare media și distribuție internațională a comunicatelor de presă, precum și acordarea de drepturi de acces (user accounts) pentru reprezentanții desemnați ai Agenției de Investiții, care vor putea utiliza în mod independent funcționalitățile platformei, fără intermedierea prestatorului.

Platforma trebuie să îndeplinească **cumulativ** următoarele cerințe minime obligatorii;

- Posibilitatea de transmitere nelimitată a comunicatelor de presă către jurnaliști internaționali, la nivel global (worldwide), fără limitări geografice semnificative.

Acces la o bază de date internațională actualizată a jurnaliștilor, care să includă cel puțin:

- date de contact (email profesional);
- publicație / instituție media;
- domeniu de specializare / arie editorială;
- piață și țară de activitate.

Funcționalități avansate de research și targetare media, care să permită:

- identificarea jurnaliștilor relevanți în funcție de industrie, sector economic, tematică și piață;
- segmentarea și filtrarea contactelor media pe criterii multiple;
- crearea și gestionarea listelor media personalizate pentru distribuții internaționale.

Monitorizare media internațională post-distribuție, care să permită:

- identificarea și colectarea automată a aparițiilor media (articole, mențiuni, preluări);
- urmărirea preluărilor internaționale generate de comunicatele distribuite;
- identificarea platformelor media și a țărilor în care au apărut materialele.

Raportare și analiză a impactului comunicării internaționale, care să includă:

- statistici privind numărul de articole publicate;
- evidențierea preluărilor internaționale și a distribuției geografice a acestora;
- generarea de rapoarte sintetice privind vizibilitatea obținută la nivel internațional, disponibile în format digital pentru uz intern.

3.9. Presă internațională

- Plasarea materialelor și comunicatelor în **presa internațională**:
 - în formă gratuită, unde este posibil; **sau**
 - minimum **3 materiale plătite** în presa internațională, achitate din bugetul contractului.
- Țări prioritare: România și Germania, fără caracter limitativ, selecția finală urmând a fi aprobată de I.P. Agenția de Investiții.

3.10. Conținut video – social media

- Elaborarea a cel puțin **24 de reel-uri video**;
- Durata fiecărui video: **30–60 secunde**;
- Tematicile sunt stabilite de Agenția de Investiții;
- Adaptare pentru social media (format, subtitrare în limba engleză, ritm, mesaj)
- Actualizarea a 3 spoturi video cu date curente

3.11. Clipping și raportare media

- Colectarea **lunara a clipping-urilor media**;
- Monitorizarea:
 - aparițiilor despre I.P. Agenția de Investiții;
 - articolelor și materialelor elaborate de instituție;

- Livrarea rapoartelor lunare structurate.

4. Livrabile obligatorii pe durata contractului

A. Design & materiale vizuale

1. Cel puțin 70 materiale grafice pentru comunicare și campanii (bannere digitale, carduri vizuale pentru social media), cu:
 - adaptări pentru Instagram / Facebook / LinkedIn
 - livrare în RO și EN
2. Materiale grafice pentru standuri de țară – min. 4 (design + adaptări pentru canale, după necesitate)
3. Design a cel puțin 4 bannere publicitare offline (ex. roll-up, banner stradal, panouri expoziționale), adaptate identității vizuale a Agenției de Investiții, utilizate în cadrul evenimentelor și activităților de promovare.

B. Campanii digitale (Meta & LinkedIn)

3. **3 campanii digitale** (Instagram, Facebook, LinkedIn) – create, implementate și optimizate pentru piața națională/internațională
4. **Raportare detaliată per campanie** (reach, engagement, impressions, CTR etc.)

C. Conținut editorial & PR național/internațional

5. **20 articole redactate și diseminate** în presa națională și internațională relevantă
6. **5 întâlniri cu presa** (națională și internațională) – organizate + suport logistic și de conținut:
 - invitații
 - agende
 - Mesaje-cheie
 - Elaborare brief
7. **Minim 5 interviuri facilitate** cu reprezentanții Agenției de Investiții

D. PR & planificare comunicare (social media inclus)

8. **Concepte de comunicare și brief-uri** pentru campanii online și PR (instituționale/tematice) – pe parcursul contractului, în funcție de necesități

9. **Calendar lunar de comunicare și social media** (livrat lunar, pentru aprobare), care include:
- subiecte și mesaje
 - canale de publicare
 - tip de conținut (static, video, articol, campanie etc.)
 - perioade de publicare
10. **Conținut social media redactat (copywriting)** în limbile română și engleză, adaptat tonului și stilisticii Agenției, pentru Facebook, Instagram și LinkedIn – minimum 3 postări săptămânale, începând cu data semnării contractului, inclusiv:
- texte pentru postări
 - adaptare pe canal/public
 - livrare pentru aprobare înainte de publicare

E. Monitorizare media & distribuție internațională (platformă)

11. **Abonament anual** la platforma digitală integrată de:
- distribuție internațională comunicate
 - monitorizare media internațională
 - raportare impact
12. **User accounts / drepturi de acces** pentru reprezentanții I.P.Agenției de Investiții (utilizare independentă, fără intermedierea prestatorului)
13. **Distribuții internaționale de comunicate** prin platformă + evidență rezultate (unde este disponibil):
- comunicate transmise
 - piețe/audiențe vizate
 - open rate / pick-up media
14. **Rapoarte/analize de impact internațional** generate prin platformă (statistici articole, distribuție geografică, vizibilitate)

F. Presă internațională

15. **Plasarea materialelor/comunicatelor în presa internațională:**
- gratuit, unde este posibil și/sau
 - **minim 3 materiale plătite** (achitate din bugetul contractului), cu piețe aprobate de Agenția de Investiții

G. Conținut video pentru social media

16. **Minim 24 reel-uri video** (30–60 sec.), adaptate pentru social media, cu:

- format optimizat
- **subtitrare în EN**
- ritm și mesaj adaptat

17. **Actualizarea a 3 spoturi video** cu date curente

H. Clipping & raportare (periodice)

18. **Clipping lunar** (colectare apariții media)

19. **Raport lunar structurat** (în primele 5 zile lucrătoare), care include:

- activități realizate
- materiale livrate (grafice, articole, comunicate, video)
- campanii digitale: bugete și KPI
- apariții media + mențiuni + preluări
- distribuții prin platforma internațională + rezultate

20. **Raport trimestrial analitic** (în 10 zile de la încheierea trimestrului), incluzând:

- analiză performanță pe canale/piețe
- impact campanii digitale & PR
- evoluție KPI (lista ta completă)

- comparație cu obiectivele + cu trimestrul precedent
- recomandări + propuneri de ajustare

21. **Raport final consolidat** (la finalul contractului), incluzând:

- sinteză activități
- rezultate cumulative
- evaluare impact general
- concluzii și lecții învățate

5. Echipa de proiect (minim necesară)

Prestatorul va asigura o echipă dedicată, formată cel puțin din:

- Project Manager / Account Manager- 1 persoană;
- Specialist PR & Media Relations- 1 persoană;
- Content Writer (RO/ENG) / Editor- 2 persoane;

- Social Media & Digital Campaign Specialist- 1 persoană;
- Graphic Designer- 1 persoană;
- Video Editor (pentru reel-uri)- 2 persoane.

6. Raportare și coordonare

Prestatorul va asigura o coordonare permanentă cu I.P. Agenția de Investiții pe toată durata contractului și va furniza rapoarte periodice detaliate privind implementarea activităților.

6.1. Coordonare

- Organizarea de **ședințe de coordonare periodice** cu reprezentanții Agenției de Investiții:
 - ședințe lunare de status;
 - ședințe ad-hoc, la solicitarea Agenției de Investiții, în funcție de necesități.
- Prezentarea planului de activități pentru perioada următoare și ajustarea acestuia, după caz.
- Toate materialele, mesajele și campaniile vor fi realizate **în coordonare și cu aprobarea prealabilă** a Agenției de Investiții, înainte de publicare sau diseminare.

6.2. Raportare lunară

Prestatorul va prezenta **rapoarte lunare**, care vor include, cel puțin, următoarele informații:

- **Activități realizate** în luna de raportare, raportate la planul agreed;
- **Materiale livrate**, inclusiv:
 - materiale grafice;
 - articole;
 - comunicate de presă;
 - conținut video (reel-uri);
- **Campanii digitale**:
 - descrierea campaniilor active;
 - bugete utilizate;
 - indicatori de performanță (reach, impressions, engagement, clicks etc.);

- **Apariții media și clipping-uri:**
 - lista aparițiilor în presa națională și internațională;
 - mențiuni despre I.P. Agenția de Investiții;
 - articole elaborate de instituție și preluările acestora;
- **Distribuții prin platforma de distribuție internațională a comunicatelor de presă:**
 - comunicate transmise;
 - piețe și audiențe vizate;
 - rezultate obținute (open rate, pick-up media, unde este disponibil).

6.3. Raportare trimestrială

Rapoartele trimestriale vor avea un caracter analitic și vor include:

- **Analiza performanței activităților de comunicare și PR**, pe canale și piețe relevante;
- **Evaluarea impactului campaniilor digitale și de PR**, inclusiv vizibilitatea și interacțiunea generate;
- **Evoluția indicatorilor cheie de performanță (KPI)**, care vor include, fără a se limita la:
 - numărul de comunicate de presă elaborate și distribuite;
 - numărul total de apariții media (articole, mențiuni, preluări);
 - ponderea aparițiilor în presa internațională comparativ cu presa națională;
 - distribuția geografică a aparițiilor media (piețe / țări);
 - tipologia platformelor media (presă online generalistă, publicații de specialitate);
 - reach-ul estimat / audiența potențială, acolo unde datele sunt disponibile;
 - performanța campaniilor digitale (afișări, engagement, click-uri, după caz);
- **Compararea rezultatelor obținute cu obiectivele stabilite**, inclusiv analiza evoluției față de trimestrul precedent;
- **Recomandări strategice pentru perioada următoare**, bazate pe datele și tendințele identificate;
- **Propuneri de ajustare a mesajelor, canalelor sau formatelor**, în vederea optimizării impactului comunicării.

6.4. Raport final

La finalul contractului, prestatorul va prezenta un **raport final consolidat**, care va include:

- sinteza tuturor activităților desfășurate;

- rezultatele cumulative obținute;
- evaluarea impactului general al serviciilor prestate;
- concluzii și lecții învățate.

6.5. Format și termene de raportare

- Rapoartele vor fi livrate în format electronic (PDF și/sau editabil);
- Termen de livrare:
 - raport lunar – în primele 5 zile lucrătoare ale lunii următoare;
 - raport trimestrial – în termen de 10 zile de la încheierea trimestrului;
 - raport final – la finalul perioadei contractuale.

7. Drepturi de utilizare

Toate materialele realizate în cadrul contractului vor deveni **proprietatea exclusivă a Agenției de Investiții**, fără limitări de utilizare, durată sau teritoriu.

8. Criterii de selecție a prestatorului

8.1. Criterii minime de calificare (obligatorii)

Oferta va fi considerată eligibilă doar dacă prestatorul îndeplinește cumulativ următoarele condiții minime:

1. Experiență pe piață

- a. În ultimii 3 ani în domeniul comunicării, relațiilor publice, PR, marketingului digital sau domenii conexe.

2. Experiență relevantă în proiecte similare

- Implementarea cu succes a **cel puțin 3 proiecte similare** în ultimii 3 ani, care să includă:
 - campanii de comunicare și/sau PR;
 - colaborare cu instituții publice, organizații internaționale sau companii cu expunere internațională;
 - activități de media relations și comunicare digitală.

3. Experiență internațională

- a. Experiență demonstrată în derularea de proiecte cu **componentă internațională**, inclusiv:
 - i. distribuție de comunicate în presa internațională;
 - ii. colaborare cu jurnaliști sau publicații din afara Republicii Moldova.

4. Capacitate operațională și echipă dedicată

- a. Existența unei echipe proprii sau dedicate proiectului, formată din minimum:
 - i. Project / Account Manager;
 - ii. Specialist PR & Media Relations;
 - iii. Specialist Social Media & Campanii Digitale;
 - iv. Content Writer / Editor Ro/EN;
 - v. Graphic Designer;
 - vi. Video Editor (intern sau subcontractat).

5. Capacitate financiară și legală

- a. Prestatorul este legal constituit și activ;
- b. Nu se află în situații de insolabilitate, lichidare sau litigii majore;
- c. Are capacitatea financiară de a susține implementarea contractului pe durata acestuia.

9. Termene de livrare, timpi de reacție și management operațional

Prestatorul va asigura respectarea unor termene clare de livrare și timpi de reacție, esențiali pentru buna desfășurare a activităților de comunicare ale I.P. Agenției de Investiții.

9.1 Timpi standard de livrare

- **Materiale grafice simple (postări, carduri vizuale):**
maximum **2 zile lucrătoare** de la primirea brief-ului complet.
- **Materiale grafice complexe (bannere, standuri, adaptări multiple):**
maximum **5–7 zile lucrătoare**, în funcție de complexitate.
- **Texte social media / comunicate / articole:**
maximum **2–3 zile lucrătoare** de la primirea brief-ului.
- **Reel-uri video (editare, adaptare):**
maximum **5 zile lucrătoare** de la furnizarea materialelor video sau brief-ului.

Termenele pot fi ajustate de comun acord, în funcție de urgență și complexitate.

9.2 Timpi de reacție și comunicare

- Prestatorul va răspunde solicitărilor Agenției de Investiții în termen de:
 - **maximum 24 de ore lucrătoare** pentru solicitări standard;
 - **maximum 1 zi lucrătoare** pentru solicitări urgente, marcate ca atare de Agenție.
- Comunicarea operațională se va desfășura prin email și/sau alte canale agreate (ex. grup de lucru dedicat).

9.3 Revizuiți și feedback

- Fiecare material va include:
 - minimum 1 rundă de revizuiți inclusă;
 - revizuirile suplimentare vor fi realizate în termen de 1–2 zile lucrătoare de la transmiterea feedback-ului.
- Prestatorul va integra feedback-ul I.P. Agenției de Investiții fără costuri suplimentare, în limitele brief-ului inițial aprobat.

9.4 Situații de întârziere / lipsă de răspuns

În cazul în care Prestatorul nu respectă termenele de livrare sau timpii de reacție agreeți, fără justificare obiectivă:

- I.P. Agenția de Investiții își rezervă dreptul de:
 - a solicita reprioritizarea livrărilor;
 - a consemna întârzierile în rapoartele de performanță;
 - a ajusta planificarea activităților și/sau volumul livrabilelor, fără costuri suplimentare.

9.5 Urgențe și solicitări neplanificate

I.P. Agenția de Investiții poate solicita, punctual, livrări urgente sau neplanificate.

Prestatorul va depune toate eforturile rezonabile pentru a răspunde acestor solicitări, în funcție de capacitatea operațională și fără afectarea livrabilelor deja agreate.

10. 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