

**Instrucțiune pentru aplicant  
pentru licitația deschisă privind selectarea unei companii care să dezvolte și să implementeze o  
campanie de informare națională**

**Departamentul Justiție și Drepturile Omului (DJDO)** al Fundației Soros-Moldova intenționează să selecteze o companie care va produce un video de 45 secunde în limba română și în limba rusă cu subtitrări în limba engleză și un spot audio de 30 de secunde în limba română și în limba rusă. De asemenea va elabora un plan media pentru promovarea spoturilor care va fi coordonat și aprobat de echipa DJDO. Planul media va fi realizat în funcție de resursele financiare disponibile, ținând cont de principiul cost-eficiență, de acoperirea geografică și de audiența pe care o au. Compania va implementa planul media, promovând produsele realizate.

**Dosarul de aplicare** urmează să fie prezentat în limba română și va conține Oferta Tehnică și Oferta Financiară care vor fi prezentate în **2 (două) plicuri sigilate** separate.

Vor fi evaluate doar dosarele complete. Punctajul evaluării (maxim 100 puncte) va reprezenta o cumulare a punctajului obținut de oferta tehnică (maximum 80 puncte) și oferta financiară (maximum 20 puncte). Selectarea se va efectua în 2 etape. La prima etapă, va fi analizată oferta tehnică prezentată de fiecare companie, conform criteriilor stipulate în ToR. Scorul minim pentru calificare pentru oferta tehnică – 40 puncte. La cea de-a doua etapă, comisia de achiziție va examina ofertele financiare ale candidaților care au prezentat oferte tehnice ce corespund cerințelor concursului. Punctajul pentru oferta financiară este calculat conform unei formule unice. Compania câștigătoare va fi oferta cu cel mai mare punctaj acumulat (oferta tehnică + oferta financiară).

**Oferta tehnică** va conține următoarele:

- Copia certificatului de înregistrare a companiei;
- Copia licenței de activitate a companiei;
- O prezentare generală a companiei care va include o listă a produselor relevante realizate în ultimii 2 ani, inclusiv lista clienților;
- CV-le persoanelor cheie care vor fi implicate în realizarea contractului, semnate de candidați;
- Mostre de spoturi sociale video/audio în limba română și limba rusă realizate în cadrul unor campanii precedente, indicând inclusiv anul producției și organizația comanditară, sau alte dovezi ale abilității de a elabora și produce asemenea spoturi în limba rusă;
- Mostre de rapoarte de evaluare a impactului, dacă sunt disponibile;
- Prezentarea scrisorilor de recomandare va constitui un avantaj;
- Scrisoare de intenție – nu mai mult de 2,500 de caractere cu spații;
- Propunere generală/proiect de concept pentru campanie și pentru spot;
- Planul de activitate/calendaristic detaliat cu indicarea termenilor de executare și a produselor care urmează să fie livrate, conform ToR-ului solicitat;
- Lista preliminară a posturilor radio și TV – cu indicarea gradului de acoperire geografică; lista site-ilor de internet, rețele de socializare, care vor fi incluse în planul media, inclusiv planul de campanie virală;

**Oferta financiară** va fi prezentată în USD și va include toate taxele și impozitele, inclusiv contribuțiile angajatorului pentru plata salariilor/onorariilor pentru prestări servicii în Republica Moldova. Oferta financiară trebuie să fie coerentă și să conțină o descriere clară a capitolelor de cheltuieli. Aplicantul va utiliza FORMULARUL pentru prezentarea OFERTEI FINANCIARE.

În baza rezultatelor concursului, Fundația va semna un **contract de prestări servicii**. Durata contractului: septembrie – noiembrie 2019 (3 luni). Conceptul detaliat și spoturile vor fi elaborate/produse în prima lună de la data semnării contractului cu compania câștigătoare. Durata campaniei de informare trebuie să dureze nu mai puțin de 2 luni (octombrie – noiembrie).

**Transferul** către prestator va fi efectuat în MDL, la rata BNM din ziua transferului, în trei tranșe:

1. Prima tranșă – după realizarea și predarea următoarelor produse (suma va fi determinată conform bugetului estimat în oferta financiară):
  - a. Planului de activități ajustat;
  - b. Conceptului general și planului de acțiuni al campaniei;
  - c. Planului media;
  - d. Spotului video de 45-60 secunde în limba română + varianta rusă;
  - e. Spotului audio de 30 secunde în limba română + varianta rusă;
2. A doua tranșă – plata în avans pentru achitarea serviciilor de promovare a produselor realizate (notă: va fi efectuată plata în valoare de 80% din suma agreată și aprobată de DJDO pentru serviciilor de promovare);
3. A treia tranșă – plata post factum, după încheierea campaniei de informare, și prezentarea raportului de evaluare a impactului, fapt probat prin semnarea actului de predare-primire a serviciilor (notă: va fi efectuată plata în valoare de 20% din suma agreată și aprobată de DJDO pentru serviciilor de promovare + costul serviciilor de elaborare a raportului de evaluare).

**Criteriile de evaluare** a ofertelor tehnice:

- Relevanța experienței companiei și a echipei de realizare a proiectului (maxim 20 pct.);
  - Pentru membrii echipei de realizare a proiectului – studii în domeniul mass-media, jurnalism, comunicare sau alte domenii relevante (maxim 2 pct.);
  - Minim 3 ani în comunicare, relații cu publicul, campanii mediatice și o cunoaștere bună a societății, culturii și realităților sociale din Moldova, experiența mai mare de 3 ani va constitui un avantaj (maxim 3 pct.);
  - Minim 2 ani în coordonare proiecte sociale similare, gestionare a contractelor cu donatorii, experiența mai mare de 2 ani va constitui un avantaj (maxim 3 pct.);
  - Minim 2 ani de producere, inclusiv elaborare a scenariilor, a spoturilor video și audio de educare/schimbare de comportament/conștientizare, cu conținut social, experiența mai mare de 2 ani va constitui un avantaj (maxim 5 pct.);
  - Minim 2 ani de promovare a campaniilor de informare sociale, experiența mai mare de 2 ani va constitui un avantaj (maxim 5 pct.);
  - Minim de 1 an de măsurare a campaniilor de informare, experiența mai mare de 1 an va constitui un avantaj (maxim 2 pct.);
- Calitatea produselor anterioare realizate în diferite campanii sociale în ultimii 2 ani (maxim 15 pct.)
- Relevanța proiectului de concept de campanie și a spotului propus în oferta tehnică, inclusiv originalitatea ideii (maxim 20 pct.)
- Fezabilitatea și eficiența planului de activitate/calendaristic propus (maxim 15 pct.)
- Experiența pozitivă de lucru cu organizații similare (maxim 10 pct.);

**Pe fiecare plic se va include următoarea informație:**

Denumirea Departamentului: Departamentul Justiție și Drepturile Omului

Concurs: Campanie de informare națională

Pentru: Directoarea financiară – Elena Vacarciuc

De la: numele ofertantului, adresa, persoana responsabilă și date de contact, inclusiv telefon

Data și ora prezentării ofertei: va fi completat la recepția Fundației



În cazuri excepționale, ofertele pot fi expediate și prin e-mail la [evacarciuc@soros.md](mailto:evacarciuc@soros.md), dar Fundația nu poate garanta confidențialitatea deplină a acestora. Vor fi expediate 2 emailuri separate: unul pentru oferta tehnică, al doilea pentru oferta financiară. Subiectul mesajului: DJDO\_campanie de informare\_oferta tehnica/DJDO\_campanie de informare\_oferta financiara.

**Termenul limită de aplicare 06 august 2019, ora 10.00.** Ofertele vor fi expediate la următoarea adresă: Fundația Soros-Moldova, Chișinău, MD-2001, str. Bulgara nr.32.

După depunerea dosarelor de aplicare, Vă rugăm să vă asigurați că acesta a fost recepționat de către Fundație. În lipsa confirmării, Fundația nu poartă răspundere pentru dosarele care nu au fost recepționate.

Ofertele tehnice vor fi deschise la data de 06 august 2019, ora 10.00, la sediul Fundației.

Ofertele financiare vor fi deschise după ce vor fi evaluate ofertele tehnice.

Pentru informații suplimentare tel: 022-27-00-31, 022-27-02-32, 022-27-44-80, fax 022-27-05-07, Natalia Camburian – Coordonatoare de Programe, Departamentul Justiție și Drepturile Omului, [ncamburian@soros.md](mailto:ncamburian@soros.md)

*Notă: în cazul în care Fundația va identifica existența unui conflict de interese cu serviciile furnizate în cadrul sarcinii, ofertantul urmează să fie excluși de la furnizarea serviciilor.*