Licitație deschisă pentru contractarea serviciilor unei agenții de comunicare/organizații neguvernamentale din domeniul media

Cerere de oferte: **2026_UE_ChildCare_LBCC_001**

Data publicării: **11.11.2026**

Întrebări și răspunsuri

Versiune actualizată la data de **26.11.2026**

Întrebare Nr. 1:

Cu privire la campaniile locale: Înțelegem corect că cele 11 organizații beneficiare de granturi vor fi responsabile de organizarea și desfășurarea activităților la nivel local, iar agenția de comunicare va asigura suportul necesar pentru planificarea, adaptarea mesajelor, pregătirea materialelor și promovarea acestora?

Răspuns:

Conform Termenilor de referință, agenția sau ONG-ul media care urmează să fie contractat/ă, va oferi suport inclusiv la etapa de implementare a campaniilor locale (a se vedea Etapa 6 – Livrabil 6 din ToR). ONG-urile beneficiare de granturi vor fi responsabile de organizarea și desfășurarea activităților la nivel local, dar acest lucru va avea loc în parteneriat cu sau sub ghidarea agenției de comunicare selectate/ONG-ului media selectat. Bugetul pentru realizarea campaniilor locale de comunicare face parte din bugetul total al campaniei de comunicare și sensibilizare, adică din bugetul maxim prevăzut în cadrul prezentei licitații deschise. Respectiv, din partea agenției/ONG-ului media va fi nevoie de o anumită implicare pe partea ce ține de realizarea campaniilor la nivel local, în funcție de strategia și conceptul creativ propuse.

Întrebare Nr. 2:

Cu privire la limba documentelor: În ce limbă urmează să fie elaborate și prezentate documentele aferente procedurii de achiziție (oferta tehnică și cea financiară)?

Răspuns:

Având în vedere că documentația licitației a fost elaborată în limba română, ne așteptăm ca și dosarele de participare, inclusiv ofertele tehnice și financiare, să fie prezentate în limba română. Totuși, vom examina și dosarele depuse în limba rusă sau engleză.

Proiectul „Societate civilă mai puternică – copilărie mai sigură: Sprijinirea transformării sistemului de protecție a copilului în Republica Moldova" este finanțat de Uniunea Europeană, cofinanțat și implementat de IP Keystone Moldova, AO „CCF Moldova – Copil, Comunitate, Familie" și AO „Parteneriate pentru Fiecare Copil", sub coordonarea strategică a Ministerului Muncii și Protecției Sociale.

Întrebare Nr. 3:

Cu privire la specificul comunicării: Având în vedere sensibilitatea tematicilor abordate, există anumite reguli, cerințe sau restricții privind comunicarea publică, formularea mesajelor și utilizarea imaginilor/materialelor care trebuie respectate de agenția contractată? Există ghiduri de comunicare sau standarde de protecție a copilului care vor fi puse la dispoziția prestatorului?

Răspuns:

Referitor la reguli, cerințe sau restricții privind comunicarea publică – un set de reguli de bază este inclus în Termenii de referință ai acestei licitații deschise, la subcompartimentul *Principii transversale*. Toate materialele de comunicare necesare pentru campania națională și campaniile locale vor trece printr-un proces de coordonare și aprobare nu doar cu echipa Keystone Moldova, în calitate de beneficiar al serviciilor, ci și cu Ministerul Muncii și Protecției Sociale și cu Delegația Uniunii Europene. Eventualele neconcordanțe la formularea mesajelor sau la utilizarea imaginilor vor fi înlăturate prin această etapă de coordonare și aprobare. Există ghiduri generale de comunicare și standarde de protecție a copilului, aplicate proiectelor finanțate de Uniunea Europeană (pe partea de vizibilitate, a se vedea pagina web https://eu4moldova.eu/visibility/), iar la necesitate vor fi oferite ghiduri și instrucțiuni mai specifice, în funcție de necesități sau ghidarea solicitată de către agenția de comunicare/ONG-ul media selectat/ă pentru realizarea sarcinilor și serviciilor.

Întrebare Nr. 4:

Sunt acceptate oferte comune din partea mai multor organizații, de exemplu în consorțiu?

Răspuns:

Conform descrierii și detaliilor din Termenii de referință aferenți acestei licitații deschise, se prevede contractarea unei singure agenții de comunicare sau unui singur ONG din domeniul media care va fi responsabil/ă de realizarea tuturor sarcinilor și serviciilor solicitate pentru campania națională și campaniile locale de comunicare. Prin calitatea de Prestator se înțelege o entitate juridică/o agenție/un ONG care va gestiona întreg procesul creativ, de planificare și producție, dar și de raportare către echipa Keystone Moldova, conform etapelor și livrabilelor solicitate și descrise în Termenii de referință.

Întrebare Nr. 5:

Este permisă subcontractarea unor componente? În acest caz, experiența și portofoliul partenerilor sau subcontractanților pot fi luate în considerare la evaluare ori cerințele trebuie îndeplinite integral de ofertantul principal?

Răspuns:
Deși în Termenii de referință nu este specificat expres acest aspect, subcontractarea unor componente este permisă, cu condiția ca agenția de comunicare/ONG-ul media care depune oferta de participare la licitația deschisă să fie responsabilă pentru întreg procesul de prestare a serviciilor și de calitatea acestora. În caz de subcontractare, experiența și portofoliul subcontractanților vor fi luate în considerare la evaluare, dacă informațiile respective vor fi puse la dispoziție.

Întrebare Nr. 6:

Poate participa ca ofertant principal o organizație specializată în comunicare și facilitare, care nu este înregistrată ca agenție de comunicare și nu se definește drept ONG media?

Răspuns:
Da, organizațiile specializate în domeniul comunicării, ce nu sunt înregistrate ca agenții de comunicare și nu se definesc drept ONG media, pot participa în calitate de ofertanți. Dosarul de participare la această licitație deschisă va conține Extrasul recent al companiei din Registrul persoanelor juridice cu indicarea beneficiarului efectiv, informație care reflectă inclusiv forma juridică de organizare și obiectul principal de activitate. Aceste date, cumulate cu portofoliul și experiența ofertantului, vor permite analizarea dosarului în ansamblu la etapa de evaluare și, ulterior, luarea unei decizii în privința fiecărui ofertant.

Întrebare Nr. 7:

Este prevăzută o sesiune de informare pentru potențialii ofertanți? Dacă da, ne puteți comunica data și modalitatea de înscriere?

Răspuns:
În cazul acestei licitații deschise este prevăzută posibilitatea de a adresa întrebări de clarificare în scris, prin e-mail, de către toți cei interesați de licitație. O sesiune de informare nu se preconizează pentru potențialii ofertanți. Toate întrebările parvenite vor fi analizate de echipa Keystone Moldova, iar răspunsurile formulate vor fi expediate atât celor care au adresat întrebările, cât și vor fi compilate într-un fișier generalizat, fără identificarea potențialilor ofertanți, pentru a fi publicat pe site-ul Keystone Moldova. Astfel, în cazul unor întrebări asemănătoare, oricine va putea vedea răspunsul formulat de echipa Keystone Moldova la întrebările adresate anterior.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 8:

Cu privire la cercetare și focus-grupuri (Etapele 1-2): Proiectul pune la dispoziția prestatorului date sau studii existente (ex. date despre cazurile de abuz și neglijare, studii de bază ale proiectului) pentru analiza contextului?; Câte focus-grupuri sunt așteptate, cu câți participanți fiecare și cu ce grupuri-țintă (adulți; copii și tineri)?; În ce localități și în ce limbi (română, rusă) se organizează focus-grupurile?; Recrutarea participanților, inclusiv a copiilor și tinerilor, o face prestatorul sau proiectul și partenerii săi? Pentru participanții minori, acordul părinților și protocolul de protecție a copilului le asigură Keystone sau prestatorul?; Sunt prevăzute compensații sau gustări pentru participanți, care trebuie incluse în ofertă?

Răspuns:
Metodologia de organizare a focus-grupurilor o setează prestatorul. Recrutarea participanților pentru focus-grupuri este asigurată de prestator. Costurile pentru focus-grupuri sunt acoperite integral de prestator.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 9:

Cu privire la producția materialelor (Etapa 3): Spoturile video în română și rusă: se așteaptă versiuni separate (filmare sau dublaj în fiecare limbă) sau o versiune cu subtitrare în cealaltă limbă? Spotul radio se produce în ambele limbi?; Interpretarea în limbaj mimico-gestual este obligatorie pentru toate cele 3 spoturi sau este doar un exemplu de element de accesibilitate?; Ce formate sunt așteptate pentru „adaptarea pentru social media” (ex. 9:16, 1:1, versiuni scurte)?; Pe lângă spoturile video și radio, există un minim obligatoriu de alte materiale de campanie (tipuri, cantități) sau acestea sunt la propunerea prestatorului, conform strategiei?; Dacă vor fi materiale printate: tiparul și distribuirea intră în costul ofertei sau proiectul acoperă doar elaborarea (designul)?; Aparițiile în emisiuni TV și radio și articolele sunt apariții gratuite (relații cu presa) sau spații plătite? Câte sunt așteptate? Vorbitorii (experți, reprezentanți ai proiectului) îi asigură Keystone?; Pe ce perioadă și pe ce canale trebuie cedate drepturile de utilizare a spoturilor (inclusiv drepturile de imagine ale actorilor)? Este acceptată participarea copiilor-actori, cu acordul părinților?

Răspuns:
Prestatorul va include în concept numărul de sporturi / limba / integrarea limbajului mimico-gestual. Va fi propus formatul optim pentru adaptarea pentru social media. Alte materiale pentru campanie vor fi propuse de prestator conform strategiei. Tipărirea și distribuirea materialelor intră în costul ofertei. Aparițiile la media vor putea fi intermediate de către prestator atât gratis, cât și contra cost (costul va fi acoperit de către presator). Numărul aparițiilor în media va fi stabilit de către prestator în strategia campaniei. Vorbitorii vor fi asigurați de Keystone. Prestatorul de

servicii va ceda toate drepturile de autor și drepturile de utilizare a spoturilor, dar și a tuturor materialelor de campanie, către beneficiar, pe teritoriul Republicii Moldova și în toată lumea, pe termen nedeterminat, în mediul online și la TV/radio. Se acceptă participarea copiilor-actori cu acordul părinților.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 10:

Cu privire la difuzare și promovare (Etapa 4): Există cerințe minime privind numărul de posturi TV și radio, numărul de difuzări sau perioada de difuzare?; Indicatorul de 500.000 de spectatori unici: cum se va măsura acoperirea pentru TV și radio (date de audiență ale posturilor, măsurători independente) și se cumulează cu acoperirea online?

Răspuns:
Nu sunt cerințe minime privind numărul de posturi TV și radio, numărul de difuzări și perioada de difuzare. Indicatorul de spectatori unici va fi calculat cumulativ de pe toate canalele de comunicare implicate în campanie.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 11:

Cu privire la campaniile locale (Etapele 5-6): Care sunt cele 11 comunități și când vor fi cunoscute?; Ce acoperă OSC-urile beneficiare de granturi din bugetul propriu (sală, mobilizarea participanților, logistică, materiale) și ce trebuie să acopere prestatorul?; Ce presupune concret „implementarea” unei campanii locale de către prestator: câte activități în fiecare comunitate, prezența echipei la fața locului sau coordonarea la distanță a OSC-urilor?; Cele 11 planuri media locale presupun și plasare media locală plătită (presă, radio, TV locale, online), inclusă în ofertă?; Ce tipuri și ce cantități de materiale sunt așteptate pentru campaniile locale?

Răspuns:
Localitățile vor fi cunoscute în luna ianuarie 2027. Prestatorul acoperă costurile pentru activitățile de campanie la nivel local. Conceptul campaniilor locale va fi elaborat de prestator. Campania la nivel local va fi implementată la nivel local de prestator, cu suportul OSC-ului subgrantat. Tipurile și cantitățile de materiale vor fi propuse, estimate și elaborate de prestator.

Întrebare Nr. 12:

Cu privire la monitorizare și evaluare (Etapa 7): Raportul final de impact se bazează doar pe indicatorii media și digitali sau se așteaptă și o cercetare de impact (sondaj, interviuri) realizată de prestator?

Răspuns:
Raportul va viza descrierea activităților realizate, specificarea indicatorilor atinși, evaluarea rezultatelor campaniei de comunicare. Cercetarea de impact poate fi realizată la inițiativa Prestatorului.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 13:

Cu privire la coordonare, ofertă financiară și contract: Câte runde de corecturi sunt prevăzute pentru aprobarea materialelor și ne puteți transmite ghidul de vizibilitate UE aplicabil proiectului?; În Anexa 2 se completează doar costul pe fiecare livrabil sau este așteptată și o defalcare pe poziții (rate unitare)?; Care este calendarul orientativ de plăți (avans, plăți pe livrabile)?; Documentele ofertei pot fi semnate cu semnătură electronică?

Răspuns:
Nu este o limită a rundelor de corecturi; cu toate acestea, atunci când va începe lucrul la materialele pentru campanie, se va ține cont de organizarea cât mai eficientă și rezonabilă a rundelor de corecturi și coordonări. Ghidul de vizibilitate UE poate fi accesat la următorul link: https://eu4moldova.eu/visibility/. În Anexa 2, informația privind costul pe fiecare livrabil va fi completată, în măsura posibilităților, astfel încât să reflecte o defalcare pe poziții (rate unitare). Calendarul de plăți va fi negociat la semnarea contractului. Documentele pentru ofertă pot fi semnate electronic.

Întrebare Nr. 14:

Vă rugăm să ne transmiteți Caietul de sarcini detaliat și Anexele 1, 2 și 3.

Răspuns:
Termenii de referință din cadrul licitației deschise, anexele și alte instrucțiuni sunt **disponibile pentru consultare și descărcare la următorul link**. La compartimentul *Serviciile solicitate, cerințele față de ofertanți și criteriile de evaluare sunt descrise detaliat în documentele anexate* din anunțul de pe site-ul Keystone Moldova veți găsi: (i) Termeni de Referință; (ii) Instrucțiuni pentru ofertanți; (iii) Anexa 1 – Oferta Tehnică; (iv) Anexa 2 – Oferta Financiară; (v) Anexa 3 – Declarația pe propria răspundere cu privire la statutul ofertantului.

Întrebare Nr. 15:

Din cele 7 sarcini menționate, este posibil să aplicăm doar pentru un singur lot (de exemplu, gestionarea difuzării materialelor de campanie la TV, radio și online) sau este obligatoriu să acoperim toate punctele?

Răspuns:
Prezenta licitație deschisă a fost lansată pentru a contracta o singură agenție de comunicare/un singur ONG din domeniul media care să fie responsabil/ă pentru realizarea sarcinilor și serviciilor. Astfel, nu se prevede separarea serviciilor/livrabilelor pe loturi și nici contractarea mai multor prestatori pentru a realiza campania națională și campaniile locale de comunicare și sensibilizare. Sunt încurajați să aplice potențialii ofertanți care pot gestiona și asigura calitatea întregului spectru de servicii solicitate și descrise în termenii de referință.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 16:

Partenerii proiectului (AO „CCF Moldova – Copil, Comunitate, Familie” și AO „Parteneriate pentru Fiecare Copil”) pot sprijini identificarea participanților? Există o procedură a proiectului (de exemplu, aprobarea protocolului de lucru cu copiii sau a formularelor de consimțământ) pe care prestatorul trebuie să o urmeze?

Răspuns:
Organizațiile din cadrul consorțiului pot oferi suport în identificarea tinerilor/copiilor pentru focus-grupuri. Informațiile despre procedura din cadrul proiectului privind protocolul de lucru cu copiii sau formularele de consimțământ vor fi puse la dispoziție de către Keystone Moldova prestatorului selectat în urma licitației.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 17:

Putem nominaliza experți externi care vor fi contractați în cazul atribuirii? Pentru aceștia este suficient CV-ul sau solicitați și o confirmare scrisă de disponibilitate?

Răspuns:
Pot fi contractați experți externi pentru realizarea anumitor sarcini/servicii. În acest caz, CV-ul fiecărui expert, care să reflecte experiența sa profesională, va fi suficient.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 18:

Pentru fiecare spot video se solicită voce în ambele limbi sau este acceptată și versiunea tradusă prin subtitrare? Interpretarea în limbaj mimico-gestual este obligatorie pentru fiecare spot? Pentru radio se solicită câte o versiune audio în fiecare limbă?

Răspuns:
Modul de realizare a spoturilor va fi determinat de strategia și conceptul creativ propuse de către ofertant pentru campania de comunicare. Pentru ca mesajul campaniei să ajungă mai eficient la

public, se va prefera producția spoturilor cu voce în ambele limbi. Interpretarea în limbaj mimico-gestual este preferată pentru fiecare spot, astfel încât campania să fie consecventă și ușor de urmărit de către publicul divers. Pentru spotul radio la fel va fi preferată câte o versiune în fiecare limbă.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 19:

Există un minim de plasări pe fiecare canal sau ofertantul propune mixul media? Pentru ținta de 500.000 de persoane unice, ce metodă de raportare acceptați atunci când audiențele TV, radio și online se suprapun?

Răspuns:
Ofertantul va propune numărul de plasări pe fiecare canal, după cum va considera mai eficient/relevant. Referitor la raportarea indicatorului de 500.000 de persoane unice, se va accepta orice formă care poate documenta realist atingerea acestui indicator.

Întrebare Nr. 20:

Câte focus-grupuri estimați și în ce localități? Vor participa și minori?

Răspuns:
Numărul de focus-grupuri va fi determinat de prestator, în funcție de metodologia de lucru pe care o va stabili. Vor fi necesare inclusiv discuții de tip focus-grup cu participarea copiilor/minorilor, întrucât acesta va fi unul dintre publicurile-țintă ale campaniei de comunicare.

Întrebare Nr. 21:

Există un buget sau spații media puse separat la dispoziție de proiect ori toate plasările TV, radio și online trebuie acoperite din plafonul de 65.000 EUR?

Răspuns:
Toate plasările la TV, radio și online trebuie acoperite din plafonul de 65.000 EUR, prevăzut în cadrul acestei licitații.

Întrebare Nr. 22:

Se poate negocia un avans la semnarea contractului și o tranșă înainte de achiziția spațiului media?

Răspuns:
Da, va fi posibilă negocierea unui avans. La semnarea contractului se va stabili și un calendar de plăți către prestatorul de servicii, pentru a facilita gestionarea anumitor procese care necesită plăți în avans.

Întrebare Nr. 23:

Sunt acceptați ofertanți în consorțiu (două persoane juridice, cu un lider și acord de consorțiu)?

Răspuns:
Conform descrierii și detaliilor din Termenii de referință aferenți acestei licitații deschise, se prevede contractarea unei singure agenții de comunicare/unui singur ONG din domeniul media/unei singure entități juridice care va fi responsabil/ă de realizarea tuturor sarcinilor și serviciilor solicitate pentru campania națională și campaniile locale de comunicare. Cu toate acestea, este permisă colaborarea dintre două persoane juridice, de ex. prin subcontractare, care pot stabili împreună distribuirea rolurilor și a responsabilităților pentru realizarea sarcinilor și serviciilor solicitate în cadrul acestei licitații.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 24:

Costurile activităților din cele 11 campanii locale (materiale, evenimente comunitare, promovare locală) se acoperă din prețul contractului sau din granturile OSC-urilor beneficiare? Livrabilul 6 include doar coordonarea și implementarea de către prestator?

Răspuns:
Toate costurile pentru activitățile campaniilor locale vor fi acoperite din suma contractului, care va fi semnat și atribuit ofertantului selectat în urma acestei licitații. Livrabilul 6 presupune că prestatorul va avea rolul de a coordona și ghida OSC-urile beneficiare de granturi pentru a realiza campaniile locale de comunicare, inclusiv prin facilitarea proceselor de design, tipar sau producere a materialelor pentru campaniile locale, asigurând implementarea campaniilor la nivel local în parteneriat cu OSC-urile beneficiare.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 25:

Mențiunea „Tip concurs: Național” din Termenii de referință permite participarea unei persoane juridice înregistrate în România? Dacă da, este acceptat certificatul constatator emis de Oficiul Național al Registrului Comerțului din România, însoțit de o declarație privind beneficiarul efectiv, în locul extrasului din registrul persoanelor juridice?

Răspuns:
Această licitație este destinată persoanelor juridice înregistrate în Republica Moldova.

Întrebare Nr. 26:

Fiecare subcontractor trebuie să depună extrasul din registru și Declarația pe propria răspundere (Anexa 3)?

Răspuns:
Nu va fi necesar ca fiecare subcontractor să depună extrasul din registru și Declarația pe propria răspundere (Anexa 3), întrucât ofertantul poartă răspundere pentru corectitudinea tuturor datelor oferite și a documentelor/anexelor completate pentru participarea la licitație.

Întrebare Nr. 27:

Pentru un prestator nerezident, cum se aplică scutirea de TVA (cota 0%) prevăzută de Hotărârea Guvernului nr. 246/2010? Emite Keystone Moldova documentul de confirmare a scutirii?

Răspuns:
Nu se aplică, întrucât un prestator nerezident în Republica Moldova nu va putea fi contractat în cadrul acestei licitații. Aplicarea cotei TVA 0%, prevăzută de Hotărârea Guvernului menționată în Instrucțiunea pentru ofertanți, este valabilă pentru proiectele incluse în Anexa la respectiva Hotărâre de Guvern și se referă la furnizori/prestatori de pe teritoriul Republicii Moldova.

Întrebare Nr. 28:

Ne puteți pune la dispoziție modelul contractului de prestări servicii? Ne interesează în special clauzele privind drepturile de autor asupra materialelor produse și durata pentru care trebuie cesionate drepturile de imagine ale actorilor și licențele muzicale.

Răspuns:
Fiecare contract se pregătește în comun cu furnizorul selectat, în funcție de tipul serviciilor solicitate. Referitor la clauzele privind drepturile de autor, prestatorul de servicii va ceda toate drepturile de autor și drepturile de utilizare a spoturilor, dar și a tuturor materialelor de campanie, către beneficiar, pe teritoriul Republicii Moldova și în toată lumea, pe termen nedeterminat, în mediul online și la TV/radio.

Întrebare (grup de întrebări) Nr. 29:

Pentru materialele printate de comunicare, costul tiparului trebuie inclus în ofertă? Dacă da, există cantități estimative?

Răspuns:
Costul ofertei va cuprinde toate cheltuielile necesare pentru tipărirea materialelor de comunicare, iar cantitatea necesară de materiale tipărite va fi determinată în baza strategiei de comunicare, propuse de ofertant.

Întrebare Nr. 30:

Prestatorul trebuie să asigure prezență fizică la activitățile locale?

Răspuns:
Prestatorul va asigura prezența sa fizică la activitățile locale doar în cazurile când va fi necesar/doar la solicitarea ONG-urilor locale care nu vor putea gestiona individual anumite aspecte din campania locală.