



ENTRARE Nr. 15978
IEȘIRE
Zilă 10 luna 12 2018



J13/60/05.02.1991; C.U.I.: RO 1883902  
Sediul: Str. Industrială nr. 8, Constanța  
Tel./Fax : 0241-618581; 0241-694863



Avizat,  
Director General  
Bogdan-Nicolae Niță

## CAIET DE SARCINI privind atribuirea contractului de servicii de creație și producție în vederea realizării contractului de brand al CT BUS

Prevederile Caietului de sarcini, fac parte integrantă din documentația necesară pentru elaborarea și prezentarea ofertei și constituie ansamblul cerințelor minime pe baza cărora se elaborează de fiecare ofertant propunerea tehnico-financiară.

Caietul de sarcini va face parte integrantă din contract.

### 1. Introducere.

Obiectivul **CT BUS** (în prezent RATC Constanța) este acela de a porni pe drumul reinventării și revitalizării.

Ne-am propus să fim un sistem de transport în comun care să ofere clienților produse și servicii de cea mai înaltă calitate. O atenție deosebită este acordată mediului înconjurător.

Pentru utilizatorii de mașini personale, CT BUS (RATC) trebuie să devină o alternativă viabilă.

Prin campaniile punctuale ale CT BUS (RATC), trendul indicatorilor de brand a fost unul ascendent, însă în acest moment se simte nevoia trecerii în etapa următoare: de consolidare și dezvoltare.

### Personalitatea brandului CT BUS (RATC)

Caracterizat prin:

- stabilitate
- continuitate
- notorietatea activității

CT BUS (RATC) este un brand de servicii care își propune să transmită cinci direcții de relaționare:

- de masă, popular;
- de încredere, transparent, onest;
- simplu, nesofisticat;
- la îndemână, accesibil, apropiat;
- familiar, eco-friendly

Retorica brandului CT BUS (RATC) se bazează pe un limbaj simplu, dar nu simplist, deschis, pe înțelesul tuturor, fără emfază.

Tonul este sincer, pozitiv, optimist, încrezător, cu accente de cele mai multe ori familiare decât formale.

## 2. Obiectivul

Din punct de vedere al brandului, CT BUS (RATC) trebuie să realizeze trecerea în etapa următoare care se traduce prin înprospătare, asociere cu noile tehnologii, dinamism.

Crearea unui logo\*

\* definiția **Logoului** poate fi compus din una sau mai multe litere, o imagine sau o combinație a acestor elemente. Un logo al unei întreprinderi trebuie să fie ușor de recunoscut și să se identifice cu o caracteristică pentru întreaga întreprindere. În contextul legal logoul este și marca înregistrată a unei firme, a unui produs, a unei organizații, a unui eveniment etc. Agenții de publicitate însărcinează designerii cu crearea unui logo.

Logoul trebuie să evidențieze semnificația numelui sau activitatea companiei și să redea renumele acesteia. Acest lucru poate fi realizat printr-un simbol grafic și/sau al unui scris selectat. Pentru aceasta trebuie să fie aplicată formulă „KISS” (*Keep It Short (and) Simple*), ceea ce înseamnă — ce este simplu se memorează ușor.

Mesajul asociat logo-ului este: ”**SLOGAN**” \* și traduce conceptul central de “perspectivă”, în jurul căruia vom desfășura următoarele proiecte.

\* definiția **Sloganului** - este un cuvânt sau un grup de cuvinte, o expresie sau o propoziție care creează imaginea / personalitatea unei firme, unei organizații, sau a unui grup de persoane.

Sloganul va fi în concordanță cu viziunea CT BUS (R.A.T.C.), direcționată spre progres. Totodată prin slogan va fi transmisă misiunea brand-ului de a fi cea mai bună soluție de transport pentru orașul Constanța.

Sloganul trebuie aibă cele patru componente de bază: memorabil, relevant, original și credibil.

## 3. Descrierea obiectului achiziției

### 3.1. Obiectul achiziției

3.1.1. CT BUS (R.A.T.C. Constanța), denumită în continuare beneficiarul, organizează procedura de achiziție cu scopul selectării unei companii specializate în: **arhitectura**

**brand-ului, logo creație, slogan conținut, concept și proiect schematic, tonete/puncte de vânzare, capete de linie și totemuri .**

Serviciile solicitate pot fi livrate de persoane juridice sau fizice, iar acestea trebuie să îndeplinească condițiile de calificare, cerute prin Documentația de atribuire.

### 3.2. Branding

3.2.1. Realizarea manualului de identitate vizuală a CT BUS (R.A.T.C. Constanța)

3.2.2. Identitatea de brand (**logo și slogan**), creație, conținut, producție.

a. Prestatorul serviciilor va pune la dispoziția autorității contractante, respectiv beneficiarului, **3 (trei)** propuneri de logo / siglă, dintre care autoritatea contractantă va identifica tipul de imagine vizuală care reflectă cel mai bine imaginea proiectului.

b. Prestarul serviciilor va pune la dispoziția autorității contractante, respectiv beneficiarului, **3 (trei)** propuneri de slogan.

3.2.3. - Arhitectura de brand:

Propunerile de **logo / siglă** vor fi create într-un mod activ, unic și atrăgător, prin utilizarea de culori, forme, grafică și text, luând în considerare faptul că logo-ul / sigla va constitui un punct central, de referință, căruia i se vor alătura toate celelalte elemente de promovare a imaginii și identității.

- sistemul grafic (elementele logo-ului; versiune logo: principal, secundar, versiunea monocromă; zona de siguranță – poziționarea față de alte elemente de layout; dimensiuni structurale și dimensiunea minimă de aplicare; reguli de aplicare alb-negru ale siglei; background – aplicarea siglei pe fundaluri de diferite culori; restricții – modalitate incorectă de utilizare)

a) dimensiune: A4 Landscape;

b) rezoluție: 300 dpi;

c) format: JPG pentru fiecare variantă și PDF cu toate cadrele solicitate.

- elemente cromatice (generalități, paleta de culori, coduri, coduri de culoare utilizate pe diferite suporturi)

- elemente tipografice (fonturi)

d) - cel puțin **3 simulări** ale amplasării LOGO-ului pe diverse materiale: autobuz, autoturisme, colant, anunț de interes public, carte de vizită, coală antet, plic, mapă, afiș, fluturaș, banner, tricou, umbrelă, pix, panou publicitar, elemente de signalistică stradală, roll-up;

- Pentru logo-ul / sigla selectate proiectului trebuie să fie creat astfel încât să poată fi folosit în același format și pe fond deschis și pe fond închis.

- prezentarea materialelor creative;

- pregătirea tuturor documentelor în vederea înregistrării a noului brand la OSIM;

- Include cesionarea drepturilor de autor pe perioadă nedeterminată și teritoriu nelimitat pentru variantele finale, se va efectua după achitarea integrală a contravalorii serviciilor.

3.3. Concept și producție

3.3.1. Prestatorul serviciilor va pune la dispoziția autorității contractante, respectiv beneficiarului, **3 (trei)** propuneri - concept și proiect schematic pentru **tonete relocabile** (puncte de vânzare, chioșc bilete), cu următoarele funcțiuni:

- punct de informare;
- vânzare de bilete și abonamente;
- spațiu de depozitare;
- toaletă;
- suprafața de maxim 5 mp;
- alimentată cu energie electrică pentru încălzirea și răcirea spațiului;

3.3.2 - Prestatorul serviciilor va pune la dispoziția autorității contractante, respectiv beneficiarului, **3 (trei)** propuneri - concept și proiect schematic pentru **capete de linie**;

Capetele de linie vor cuprinde următoarele funcțiuni:

- spațiu comercial (vânzare bunuri prin automate);
- toaletă;
- spațiu relaxare șoferi;
- spațiu vânzare bilete și abonamente CT BUS;
- spațiu de informare (numele stației și liniile CT BUS, harta CT BUS)

Capetele de linie sunt: 101 Gară - 32 mp, 42/43 - 58 mp, 48 Oierie - 22 mp, Termele Romane - 28 mp, 102 Industrială - 31 mp, 5-40 Vârful cu Dor - 20 mp.

3.3.3. Prestatorul serviciilor va pune la dispoziția autorității contractante, respectiv beneficiarului, **3 (trei)** propuneri - concept și proiect schematic pentru **totemuri**;

a. - model economy

- funcție de informare care să cuprindă numele stației și liniile CT BUS

b. - model master

- funcție de informare municipală
- harta CT BUS
- harta Municipiului Constanța
- numele stației și liniile CT BUS
- conectare la rețeaua de energie electrică (iluminat public)

3.4.1. Concept, Proiect Schematic Arhitectură

**Misiuni:**

- relevu (măsurători teren) stații existente
- concepție arhitecturală și funcțională de ansamblu
- consultare **CT BUS** (R.A.T.C.) în vederea validării propunerilor
- simulare 3D volum
- integrare signalistic și advertising

**Livrabile:**

- prezentare concept, moodboarding inspirație: abordare conceptuală, teme, materialități etc
- planuri, secțiuni, vederi schematice (scara grafică)



- perspective realiste cu materiale și culori

#### 4. Cerințe privind respectarea drepturilor de autor

Toate produsele și materialele realizate vor fi proprietatea exclusivă a Beneficiarului (RATC). Confidențialitate și copyright: În scopul protejării intereselor clientului dar și, în egală măsură, ale agențiilor, se va agreea și semna un acord de confidențialitate cu fiecare participant la pitch. Agențiile respinse trebuie să returneze toate materialele confidențiale și informațiile furnizate de către client.

Oferta ce conține caracteristici tehnice inferioare celor prevăzute în Caietul de sarcini va fi considerată neconformă și va fi respinsă.

Criteriul de atribuire este *“oferta cea mai buna din punct de vedere tehnico-economic”*.

#### 5. Prezentarea ofertelor va cuprinde:

**Oferta financiară** exprimată în lei fără TVA alcătuită din:

- preț logo
- preț slogan
- preț arhitectura de brand:
- preț concept și proiect schematic pentru tonete puncte de vânzare (relocabile)
- preț concept și proiect schematic pentru capete de linie;
- preț concept și proiect schematic pentru totemuri.

Oferta se va depune în lei sau în euro. Data pentru care se determină echivalența lei/euro este ziua anterioară datei limită de depunere a ofertelor, curs BNR.

#### **Oferta tehnică**

Prin propunerea tehnică depusă, ofertantul are obligația de a prezenta propunerea de concepte strategice de creație și execuții pe fiecare concept alcătuită din:

- o propunere logo
- o propunere slogan
- o propunere proiect schematic pentru tonete
- o propunere proiect schematic pentru capetele de linie
- o propunere proiect schematic pentru totemuri

Cele 2 oferte, financiară și tehnică, vor fi trimise pe mail [marketing@ratc.ro](mailto:marketing@ratc.ro).

Verificat: Bogdan Holban – Inginer Achiziții



Întocmit: Nina Popescu - Șef birou Marketing

