

CAIET DE SARCINI
pentru procedura de achiziție a
serviciilor de elaborare a identității turistice a Chișinăului, logou-ul și brandbook-ul
municipiului Chișinău.

Prin procedura de achiziție: Contract de valoare mică

1. DATE DESPRE AUTORITATEA CONTRACTANTĂ

- **Beneficiar:** Primăria municipiului Chișinău.
- **Autoritatea contractantă:** Direcția generală economie, comerț și turism.
- **Adresa:** MD 2012, mun. Chișinău, str. Columna, 106
- **Valoarea estimată:** 200 000,00 lei, fără TVA

2. SCOPUL

Scopul principal este crearea unui manual de brand care va reprezenta un ansamblu de semne grafice format dintr-un set de caractere cu rol descriptiv care va reflecta istoria, cultura, viața orașului Chișinău, astfel promovînd orașul Chișinău ca destinație turistică pe plan național și internațional și asigurînd o comunicare vizuală coerentă și armonioasă atât cu mediul intern cât și extern.

3. CERINȚELE ACHIZIȚIEI

3.1. Cerințe față de ofertă

3.1.1. Manualul de brand (Brandbook) va cuprinde elementele de bază definite printr-un set de reguli ce urmează a fi respectate atunci când vor fi utilizate, și anume:

- Reguli de utilizare a logoului;
- Culorile de brand și fonturile;
- Reguli de bază pentru crearea mesajelor și folosirea imaginilor în comunicarea brandului.

3.1.2. Logo-ul va respecta drepturile și libertățile fundamentale și nu va conține drepturi de autor ale unor terțe persoane.

3.1.3. Oferta prezentată va conține 3 concepte creative ce vor fi evaluate după următoarele criterii:

- Atractivitate/ design atractiv;
- Originalitate (să îmbine elemente care să reflecte tradiția istorică a Chișinăului cu elemente care să țină cont de tendințele actuale);
- Funcționalitate (vizibilitate și lizibilitate, să poată fi imprimat și pe suprafețe mici fără a-și pierde elementele esențiale);
- Adaptabilitate (să permită declinarea ulterioară a unor brand-uri sectoriale cum ar fi: Chișinău Cultural, Chișinău Turistic, Chișinău Muzical, etc).

3.1.4. În ofertă se va indica costul total al serviciilor solicitate, fără TVA, în lei moldovenești. Se va specifica termenul de executare al lucrărilor și garanția pentru remedierea eventualelor probleme de printare.

3.1.5. Elaborarea manualului de identitate vizuală va corespunde tuturor normelor și standardelor legale în vigoare.

3.2. Cerințe tehnice

3.2.1. În manualul de brand (Brandbook) vor fi indicate versiunile acceptate de poziționare pe verticală, pe orizontală și proporțiile ce trebuie respectate.

3.2.2. Logo-ul va include următoarele elemente:

- Versiunea în culori a logo-ului;
- Versiunea alb - negru a logo-ului;
- Versiunea derivată sectorială (cultură, sport, turism, artă etc.);
- Simulări ale amplasării logo-ului pe diverse materiale: afiș publicitar, landing webpage, cover page facebook, elemente de signalistică stradală etc.

3.2.3. În brandbook vor fi specificate, în mod clar culorile folosite în redarea grafică a brandului, cât și codurile acestora în diferite moduri cromatice (RGB, CMYK, etc.)

3.2.4. Din brandbook nu vor lipsi indicațiile de typography. Se vor specifica fonturile ce pot folosite, dimensiunile, înălțimea rândului, valoarea kerning-ului. De asemenea, se vor preciza fonturile ce vor fi folosite în comunicarea din mediul online și offline, în titluri sau pentru corpul de text.

3.2.5. Se vor prezenta modele de antet, carte de vizită, plic, mapă, semnătură email, exemple de utilizare a logo-ului și sloganului pe diverse suporturi, în scop publicitar (flyere, postere, panouri outdoor, roll-up-uri, bannere).

4. DESCRIEREA OBIECTULUI DE ACHIZIȚIE

4.1. Brandul va fi constituit conform următoarelor standarde:

- Prezentare logo, compoziție logo;
- Stabilire culori, fonturi, elemente logo;
- Slogan.

4.2. Logoul va fi realizat conform secțiunilor de mai jos:

Secțiunea 1.1:

- Spațiu și dimensiuni;

Secțiunea 1.2:

- Ajustare simboluri: fonturi principale, secundare, culori;
- Simboluri de sprijin adiacente.

Secțiunea 1.3:

- Fundalul va fi alcătuit din:
 - Culori principale;
 - Culori secundare;
 - Fundal principal;
 - Fundal secundar;

Secțiunea 1.4:

- Culori (paleta de culori folosită):
 - Culori folosite doar cu logo-ul monocrom;
 - Culori folosite doar cu logo-ul policrom;

Secțiunea 1.5:

- Tipografie (fonturi):
 - Fonturi principale;
 - Fonturi secundare;
 - Exemple Aplicații incorecte Logo;

4.3. Implementarea brandului va fi realizată conform următoarelor secțiuni:

Secțiunea 2.1:

- Documente oficiale:

- Antet;
- Carte de vizită;
- Plic.

Secțiune 2.2:

- Amplasarea corectă a logo-ului.

Secțiune 2.3:

- Semnalistică.

Secțiune 2.3

- Obiecte promoționale;

5. PERIOADA DE ELABORARE A LOGO-ULUI ȘI MANUALULUI DE BRAND (BRANDBOOK)

5.1. Data de începere

Termenul pentru începerea îndeplinirii obligațiilor contractuale de către Prestator va fi de cel mult 3 zile calendaristice de la data înregistrării contractului.

5.2. Prestatorul își va asuma răspunderea pentru forma și conținutul logo-ului și manualului de brand (Brandbook).

5.3. Termenul de executare: 45 zile.

6. PREDAREA/ PREZENTAREA LOGO-ULUI ȘI MANUALULUI DE BRAND (BRANDBOOK)

6.1. Varianta finală a logoului se prezintă în format vectorial, iar manualul de brand (Brandbook), se prezintă în format PDF. Ambele se prezintă Beneficiarului, pe suport de hârtie în 2 (două) exemplare originale și în varianta electronică pe USB Flash, în limba română, precum și în baza unui ACT de primire-predare semnat de către Beneficiar și Prestator.

6.2. Pe parcursul derulării contractului de servicii, corespondența dintre Beneficiar și Prestator se va efectua în limba de stat. Documentele solicitate se vor redacta în limba română. Toată documentația aferentă, elaborată sub orice formă este și va rămâne în proprietatea Beneficiarului în timpul și după finalizarea activităților. Prestatorul nu poate folosi sau dispune de această documentație fără un acord scris emis în prealabil de Beneficiar.

6.3. La momentul prezentării variantei finale a logoului și manualului de brand (Brandbook) Prestatorul va cesa drepturile de autor asupra acestora către Beneficiar. Deasemenea, Prestatorul nu va valorifica logoul și manualul de brand (Brandbook) prin alte forme sau mijloace fără să primească acordul scris al Beneficiarului.

7. CAPACITATEA TEHNICĂ ȘI/SAU PROFESIONALĂ A OFERTANTULUI

7.1. Documente obligatorii la depunerea ofertei

La punctul dat autoritatea contractantă indică care documente sunt obligatorii de a fi prezentate la depunerea ofertei prin intermediul SIA RSAP. La fel, tot aici se indică documentele

ce conțin date cu caracter personal, care nu se depun prin intermediul SIA RSAP și nu sunt publice pentru toți.

Nr. d/o	Criteriile de calificare și de selecție (Descrierea criteriului/cerinței)	Mod de demonstrare a îndeplinirii criteriului/cerinței:	Nivelul minim/ Obligativitatea
1.	DUAЕ	Semnat electronic de către Participant	Obligativu
2.	Cererea de participare (Anexa nr.7 din documentația standard)	Semnat electronic de către Participant	Obligativu
3.	Declarație privind valabilitatea ofertei(Anexa nr.8 din documentația standard)	Semnat electronic de către Participant	Obligativu
4.	Specificația tehnică (Anexa nr. 22 din documentația standard)	Semnat electronic de către Participant	Obligativu
5.	Specificația de preț (Anexa nr. 23 din documentația standard)	Semnat electronic de către Participant	Obligativu
6.	Declarație privind confirmarea identității beneficiarilor efectivi și neîncadrarea acestora în situația condamnării pentru participarea la activități ale unei organizații sau grupări criminale, pentru corupție, fraudă și/sau spălare de bani(conform anexei din Ordinul Ministerului Finanțelor Nr. 145 din 24-11-2020)	În original cu semnătura și ștampila umedă, prezentată la sediul DGECT, str. Columna, nr. 106	Obligativu

7.2. Documente obligatorii la evaluarea ofertelor

La punctul dat autoritatea contractantă indică care documente sunt obligatorii de a fi prezentate în SIA RSAP la evaluarea ofertei. La fel, tot aici se indică documentele ce conțin date cu caracter personal, care nu se depun prin intermediul SIA RSAP și nu sunt publice pentru toți, ele se prezintă la etapa de evaluare direct autorității contractante.

Nr. d/o	Criteriile de calificare și de	Mod de demonstrare a îndeplinirii criteriului/cerinței:	Nivelul minim/ Obligativitatea
----------------	---------------------------------------	--	---

	selecție (Descrierea criteriului/cerinței)		
1.	Dovada înregistrării persoanei juridice	Copie – confirmată prin semnătura și ștampila umedă (prezentare în original la sediul DGECT, str. Columna, nr. 106)	Obligativ
2.	Certificat de atribuire a contului bancar;	Semnat electronic de către Participant	Obligativ
3.	Certificatul cu privire la lipsa datoriilor față de bugetul de stat (eliberat de către Inspectoratul Fiscal de Stat);	Semnat electronic de către Participant	Obligativ
4.	Rapoarte financiare pentru perioada 2020-2021	Semnat electronic de către Participant	Obligativ
5.	Demonstrarea experienței operatorului economic în domeniul de activitate aferent obiectului contractului ce urmează a fi atribuit	Informație privind experiența de cel puțin 3 ani în elaborarea și dezvoltarea identității corporative, strategii de Marketing și de comunicare, campanii de imagine și promovare, dezvoltarea produselor noi, planificare și plasare media, cu prezentarea listei serviciilor respective (în perioada 2019-2021); Informația va fi semnată electronic de către Participant	Obligativ
6.	Demonstrarea accesului la infrastructura/ mijloacele indicate de autoritatea contractantă, pe care aceasta le consideră strict necesare pentru îndeplinirea corespunzătoare a	Informații generale privind: - Performanțele; - Portofoliul clienți, proiecte similare; - CV-urile membrilor echipei de implementare a proiectului; Informația va fi semnată electronic de către Participant	Obligativ

	Contractului		
--	--------------	--	--

8 . CRITERIUL DE ATRIBUIRE A CONTRACTULUI

Evaluarea ofertelor și ulterior atribuirea contractului de servicii se va face respectând criteriul "cel mai bun raport calitate-preț".

Autoritatea contractantă: Direcția generală economie, comerț și turism a CMC

Data „25” mai 2022

Conducătorul grupului de lucru

Roman VITIUC