

Specificații tehnice

[Acest tabel va fi completat de către ofertant în coloanele 2, 3, 4, 6, 7, iar de către autoritatea contractantă – în coloanele 1, 5,]

Numărul procedurii de achiziției : Informația se poate găsi în SIA RSAP
Obiectul achiziției: Servicii de crearea strategiei de brand și a identității vizuale a produselor IGP Divin

Denumirea bunurilor/serviciilor	Denumirea modelului bunului/serviciului	Țara de origine	Producătorul	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant	Standarde de referință
1	2	3	4	5	6	7
Bunuri/servicii						
Servicii de crearea strategiei de brand și a identității vizuale a produselor IGP Divin						
<i>Analiza produsului</i>	<i>Analiza produsului</i>			Cercetare și analiza pentru a identifica și valida direcția de creare a brandului DIVIN, utilizat atât în țară, cât și peste hotare. Include, dar nu se limitează la: Experiența internațională, și poziționarea brandurilor de referință (branduri de țară). Unicitatea produsului din Moldova, puncte de diferențiere posibile. Analiza a situației curente a ramurii. Brifarea și evaluarea necesităților clientului pentru înțelegerea mai detaliată a istoriei și esenței activității produselor IGP	Cercetare și analiza pentru a identifica și valida direcția de creare a brandului DIVIN, utilizat atât în țară, cât și peste hotare. Include, dar nu se limitează la: Experiența internațională, și poziționarea brandurilor de referință (branduri de țară). Unicitatea produsului din Moldova, puncte de diferențiere posibile. Analiza a situației curente a ramurii. Brifarea și evaluarea necesităților clientului pentru înțelegerea mai detaliată a istoriei și esenței activității produselor IGP	

				DIVIN Livrabilul: Raport / prezentare / direcții de dezvoltare a brandului	DIVIN Livrabilul: Raport / prezentare / direcții de dezvoltare a brandului
<i>Strategia brandului</i>	<i>Strategia brandului</i>			<ul style="list-style-type: none"> • Platforma – Misiunea și oferta de valoare dorită pentru publicul țintă. <p>Propunere de Scop, Viziune și Misiune: Determinarea și definirea rolului specific al brandului IGP Divin, pentru a se diferenția de alte produse similar, a avea valoare adăugată, si unicitate. Consolidarea pozitiei IGP Divin pe piața internă și extinderea prezentei pe piețele internaționale.</p> <p>Obiective de dezvoltare a brandului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obiectivele pe termen scurt (1-2). - Obiectivele pe termen lung (3-5+ ani). <ul style="list-style-type: none"> • Personalitatea brandului – valorile si mesajele transmise <p>Valori: definirea listei de valori (pana la 10) care pot define caracterul și angajamentele brandului IGP Divin, astfel incat să fie alese maximum 4 valori ale brandului.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Platforma – Misiunea și oferta de valoare dorită pentru publicul țintă. <p>Propunere de Scop, Viziune și Misiune: Determinarea și definirea rolului specific al brandului IGP Divin, pentru a se diferenția de alte produse similar, a avea valoare adăugată, si unicitate. Consolidarea pozitiei IGP Divin pe piața internă și extinderea prezentei pe piețele internaționale.</p> <p>Obiective de dezvoltare a brandului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obiectivele pe termen scurt (1-2). - Obiectivele pe termen lung (3-5+ ani). <ul style="list-style-type: none"> • Personalitatea brandului – valorile si mesajele transmise <p>Valori: definirea listei de valori (pana la 10) care pot define caracterul și angajamentele brandului IGP Divin, astfel incat să</p>

				<ul style="list-style-type: none"> • Oferta brandului – expresia rațională și emoțională <p>Platforma de comunicare: Elaborarea unui slogan memorabil care să reflecte esența Divinului moldovenesc Minim 5 variante de slogane pentru aprobare.</p> <p>Sloganul sa fie adaptat in 3 limbi (Romana, Rusa, Engleza).</p> <p>Locul Brandului în arhitectura brandurilor de țară (Wine of Moldova, IGP, etc)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tonul vocii – cum vorbim și cum arătăm. Ce mesaje transmitem. <p>Livrabil: Strategia de brand</p>	<p>fie alese maximum 4 valori ale brandului.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta brandului – expresia rațională și emoțională <p>Platforma de comunicare: Elaborarea unui slogan memorabil care să reflecte esența Divinului moldovenesc Minim 5 variante de slogane pentru aprobare.</p> <p>Sloganul sa fie adaptat in 3 limbi (Romana, Rusa, Engleza).</p> <p>Locul Brandului în arhitectura brandurilor de țară (Wine of Moldova, IGP, etc)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tonul vocii – cum vorbim și cum arătăm. Ce mesaje transmitem. <p>Livrabil: Strategia de brand</p>	
<i>Identitatea Brandului</i>	<i>Identitatea Brandului</i>			<p>Crearea conceptelor de design LOGO IGP Divin (marca comercială).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborarea 5-6 variante de logo (cu a prelucrarea ulterioară a variantei selectate de ONVV), prima iterare. 	<p>Crearea conceptelor de design LOGO IGP Divin (marca comercială).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborarea 5-6 variante de logo (cu a prelucrarea ulterioară a variantei 	

			<ul style="list-style-type: none"> - Logo sa fie prezentat in 3 limbi (romana, rusa, engleza). <p>Etape obligatorii:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentarea conceptelor. Aprobare/Prelucrare. - A doua iterare a conceptului. Selectarea conceptului pentru dezvoltarea ulterioară - Perfectionarea conceptului selectat (a doua iterare); - Prezentarea / Aprobarea variantei finale al logo-ului. - Dezvoltarea solutiilor pentru afişarea logo-urilor pe diferite formate, suporturi media și fundale <p>logo-ul IGP Divin trebuie să fie un simbol puternic al brandului, reflectând tradiția și excelența produselor IGP Divin. Acesta va combina elemente vizuale care evocă moștenirea culturală a Republicii Moldova, finețea distilatelor și caracterul premium al băuturii.</p> <p>Element central: Sigla trebuie să includă un simbol care sa exprime unicitatea si oferta unică a produsului în raport cu concurența (externa)</p> <p>Stilistica imaginilor și infograficelor: propunerea stilului de editare si moodboard de bază.</p> <p>Logo-ul trebuie să aibă mai multe versiuni pentru a se adapta diferitelor medii și utilizări, minim 5-6 variante.</p>	<p>selectate de ONVV), prima iterare.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Logo sa fie prezentat in 3 limbi (romana, rusa, engleza). <p>Etape obligatorii:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentarea conceptelor. Aprobare/Prelucrare. - A doua iterare a conceptului. Selectarea conceptului pentru dezvoltarea ulterioară - Perfectionarea conceptului selectat (a doua iterare); - Prezentarea / Aprobarea variantei finale al logo-ului. - Dezvoltarea solutiilor pentru afişarea logo-urilor pe diferite formate, suporturi media și fundale <p>logo-ul IGP Divin trebuie să fie un simbol puternic al brandului, reflectând tradiția și excelența produselor IGP Divin. Acesta va combina elemente vizuale care evocă moștenirea culturală a Republicii Moldova, finețea distilatelor și caracterul premium al băuturii.</p> <p>Element central: Sigla trebuie să includă un simbol care sa exprime unicitatea si oferta unică a produsului în raport cu concurența (externa)</p> <p>Stilistica imaginilor și infograficelor: propunerea stilului de editare si moodboard de bază.</p>	
--	--	--	---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> - Versiune principală: Logo-ul complet, inclusiv simbolul și textul brandului „IGP Divin,” pentru utilizare pe toate materialele de marketing principale (ambalaje, site-uri, campanii). - Versiune secundară: Logo minimalist, în care să fie păstrat doar simbolul (fără text), pentru aplicații mici. - Versiune monocrom: O versiune alb-negru a logo-ului pentru imprimare pe fundaluri complexe sau în situații unde nu sunt permise culori. - Versiune inversată: O versiune cu inversare de culori, unde textul și simbolurile sunt în alb, pentru a fi utilizată pe fundaluri închise. - Versiune orizontală + versiune verticală. <p>Culori: Paleta de culori va propusă de executor, dar poate include nuanțe care transmit esența băuturii, căldura, tradiție și rafinament.</p> <p>Paleta de culori: Logo-ul trebuie să utilizeze o paletă de culori consistentă pentru a menține recunoașterea vizuală pe toate materialele brandului:</p> <p>Proporții și dimensiuni</p> <ul style="list-style-type: none"> - Raportul dintre simbol și text: - Dimensiunea minimă: 	<p>Logo-ul trebuie să aibă mai multe versiuni pentru a se adapta diferitelor medii și utilizări, minim 5-6 variante.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Versiune principală: Logo-ul complet, inclusiv simbolul și textul brandului „IGP Divin,” pentru utilizare pe toate materialele de marketing principale (ambalaje, site-uri, campanii). - Versiune secundară: Logo minimalist, în care să fie păstrat doar simbolul (fără text), pentru aplicații mici. - Versiune monocrom: O versiune alb-negru a logo-ului pentru imprimare pe fundaluri complexe sau în situații unde nu sunt permise culori. - Versiune inversată: O versiune cu inversare de culori, unde textul și simbolurile sunt în alb, pentru a fi utilizată pe fundaluri închise. - Versiune orizontală + versiune verticală. <p>Culori: Paleta de culori va propusă de executor, dar poate include nuanțe care transmit esența băuturii, căldura, tradiție și rafinament.</p> <p>Paleta de culori: Logo-ul trebuie să utilizeze o paletă de culori consistentă pentru a menține</p>
--	--

<p>- Scalabilitate:</p> <p>Fontul: Trebuie să fie unul elegant, clasic, care să sugereze rafinament, autenticitate, cu un echilibru între tradiție și modernitate.</p> <p>- Fonturi Primare: Fonturile utilizate pentru logo, titluri, sloganuri și elementele majore de branding trebuie să fie elegante și să transmită o notă de rafinament și tradiție. Se recomandă utilizarea unui font serif clasic și sofisticat.</p> <p>- Fonturi Secundare: Fonturile secundare, folosite pentru corpul textelor din prezentări, website-uri și materiale promoționale, trebuie să fie ușor de citit și să completeze fonturile primare fără a concura cu acestea.</p> <p>- Stiluri și greutateți: În cadrul ghidului tipografic, ar trebui să fie definit clar care stiluri de font (normal, italic, bold) și greutateți vor fi folosite pentru diverse aplicații. Titluri și subtitluri, corp de text, citate sau evidențieri.</p> <p>- Dimensiuni tipografice: Pentru a asigura consistența, dimensiunile de font ar trebui să fie standardizate. Zona de siguranță: Sa fie o zona de</p>	<p>recunoașterea vizuală pe toate materialele brandului:</p> <p>Proporții și dimensiuni</p> <p>- Raportul dintre simbol și text:</p> <p>- Dimensiunea minimă:</p> <p>- Scalabilitate:</p> <p>Fontul: Trebuie să fie unul elegant, clasic, care să sugereze rafinament, autenticitate, cu un echilibru între tradiție și modernitate.</p> <p>- Fonturi Primare: Fonturile utilizate pentru logo, titluri, sloganuri și elementele majore de branding trebuie să fie elegante și să transmită o notă de rafinament și tradiție. Se recomandă utilizarea unui font serif clasic și sofisticat.</p> <p>- Fonturi Secundare: Fonturile secundare, folosite pentru corpul textelor din prezentări, website-uri și materiale promoționale, trebuie să fie ușor de citit și să completeze fonturile primare fără a concura cu acestea.</p> <p>- Stiluri și greutateți: În cadrul ghidului tipografic, ar trebui să fie definit clar care stiluri de</p>
---	---

				<p>siguranță care va defini spațiul liber din jurul logo-ului pentru a evita interferența cu alte elemente grafice sau text.</p> <p>Reguli de utilizare și exemple de utilizare incorectă: Este important să existe exemple clare despre cum să NU fie utilizat logo-ul</p> <p>Ghid de utilizare a logoului pentru materiale promoționale, pentru a asigura coerența identității vizuale în materialele promoționale.</p> <p>Livrabilul: Schițe cu logoul, coloristica și fonturile alese (Șablon editabil (*.pdf, *.ai)), confirmate de grupul ONVV prin act.</p> <p>Brand Book grafic</p>	<p>font (normal, italic, bold) și greutăți vor fi folosite pentru diverse aplicații. Titluri și subtitluri, corp de text, citate sau evidențieri.</p> <p>- Dimensiuni tipografice: Pentru a asigura consistența, dimensiunile de font ar trebui să fie standardizate. Zona de siguranță: Sa fie o zona de siguranță care va defini spațiul liber din jurul logo-ului pentru a evita interferența cu alte elemente grafice sau text.</p> <p>Reguli de utilizare și exemple de utilizare incorectă: Este important să existe exemple clare despre cum să NU fie utilizat logo-ul</p> <p>Ghid de utilizare a logoului pentru materiale promoționale, pentru a asigura coerența identității vizuale în materialele promoționale.</p> <p>Livrabilul: Schițe cu logoul, coloristica și fonturile alese (Șablon editabil (*.pdf, *.ai)), confirmate de grupul ONVV prin act.</p> <p>Brand Book grafic</p>	
Aplicarea identității vizuale	Aplicarea identității vizuale			<p>Aplicarea identitatii vizuale pe următoarele materiale:</p> <p>Prezentare PPT</p>	<p>Aplicarea identitatii vizuale pe următoarele materiale:</p> <p>Prezentare PPT</p>	

- **Template pentru slide-uri: Dezvoltarea unui template unitar de PowerPoint care să includă logo-ul brandului, fonturile și culorile oficiale. Template-ul trebuie să aibă o versiune pentru fundaluri deschise și una pentru fundaluri închise.**

- **Slide introductiv: Cum sa fie amplasat Logo-ul IGP Divin.**
- **Slide-uri pentru conținut: Folosirea consistentă a fonturilor și culorilor de brand (fonturi pentru titluri și fonturi pentru conținut) și amplasarea logo-ului.**
- **Slide de final Merchandising.**
- **Produse textile: Logo-ul IGP Divin va fi aplicat pe tricouri, șepci, șorțuri pentru somelieri, respectând proporțiile și culorile corecte. Se va folosi fie varianta completă, fie simbolul minimalist, în funcție de dimensiunea produsului.**
- **Accesorii:**
- **Pahare personalizate pentru degustări,**
- **brelocuri,**

- **Template pentru slide-uri: Dezvoltarea unui template unitar de PowerPoint care să includă logo-ul brandului, fonturile și culorile oficiale. Template-ul trebuie să aibă o versiune pentru fundaluri deschise și una pentru fundaluri închise.**

- **Slide introductiv: Cum sa fie amplasat Logo-ul IGP Divin.**
- **Slide-uri pentru conținut: Folosirea consistentă a fonturilor și culorilor de brand (fonturi pentru titluri și fonturi pentru conținut) și amplasarea logo-ului.**
- **Slide de final Merchandising.**
- **Produse textile: Logo-ul IGP Divin va fi aplicat pe tricouri, șepci, șorțuri pentru somelieri, respectând proporțiile și culorile corecte. Se va folosi fie varianta completă, fie simbolul minimalist, în funcție de dimensiunea produsului.**
- **Accesorii:**

<ul style="list-style-type: none"> - Ambalaje promoționale: Pungi de cadouri, - Cutie de carton brandata (inclusiv culori și finisaje (de exemplu: folie aurie, gravuri, etc.). - Etichetă de brand pentru sticla oferita cadou - Design elemente stand expozițional, care va include Banner principal: Un banner de mari dimensiuni. Decorarea standului - Display pentru produse: Designul rafturilor și al standurilor pentru sticle trebuie să fie simplu și elegant, punând în evidență produsele. Logo-ul va fi discret aplicat pe fiecare raft sau etichetă. - Conceptul pentru materiale promoționale: Broșuri, pliante și flyere cu logo-ul IGP Divin, fonturile și culorile oficiale. Acestea vor include descrieri detaliate ale produselor și procesele tradiționale de distilare, toate însoțite de imagini sugestive. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pahare personalizate pentru degustări, - brelocuri, - Ambalaje promoționale: Pungi de cadouri, - Cutie de carton brandata (inclusiv culori și finisaje (de exemplu: folie aurie, gravuri, etc.). - Etichetă de brand pentru sticla oferita cadou - Design elemente stand expozițional, care va include Banner principal: Un banner de mari dimensiuni. Decorarea standului - Display pentru produse: Designul rafturilor și al standurilor pentru sticle trebuie să fie simplu și elegant, punând în evidență produsele. Logo-ul va fi discret aplicat pe fiecare raft sau etichetă. - Conceptul pentru materiale promoționale: Broșuri, pliante și flyere cu logo-ul IGP Divin, fonturile și culorile oficiale. Acestea vor include descrieri detaliate ale produselor și procesele tradiționale de
---	---

Anexat gasim lista pentru directii de design pentru mai multe Touchpoints'uri

Rețele sociale

Prezența pe platformele majore precum Facebook, Instagram și YouTube trebuie să fie în conformitate cu identitatea vizuală a brandului.

- **Cover Facebook și Instagram: Cover-ul trebuie să includă logo-ul IGP Divin, un slogan și o imagine sugestivă a produselor. Designul trebuie să fie simplu, dar elegant, folosind culorile oficiale ale brandului.**
- **Avatar pentru rețele sociale: Logo-ul simplificat, doar simbolul, utilizat ca avatar pe toate platformele sociale pentru a asigura consistența și recunoașterea rapidă.**
- **Postări vizuale: Template-uri grafice pentru postările de pe rețelele sociale care să fie coerente cu identitatea vizuală a brandului. Postările vor include imagini cu produsele,**

distilare, toate însoțite de imagini sugestive.

Anexat gasim lista pentru directii de design pentru mai multe Touchpoints'uri

Rețele sociale

Prezența pe platformele majore precum Facebook, Instagram și YouTube trebuie să fie în conformitate cu identitatea vizuală a brandului.

- **Cover Facebook și Instagram: Cover-ul trebuie să includă logo-ul IGP Divin, un slogan și o imagine sugestivă a produselor. Designul trebuie să fie simplu, dar elegant, folosind culorile oficiale ale brandului.**
- **Avatar pentru rețele sociale: Logo-ul simplificat, doar simbolul, utilizat ca avatar pe toate platformele sociale pentru a asigura consistența și recunoașterea rapidă.**
- **Postări vizuale: Template-uri grafice pentru postările de pe rețelele sociale care să fie coerente cu identitatea vizuală a**

				<p>anunțuri de evenimente sau lansări noi. - Hashtag-uri și CTA (call to action)</p> <p>Livrabilul: Brand Book cu schițele cu exemple a documentației și a obiectelor cu aplicarea logoului, confirmate de ONVV prin act. (Șablon editabil (*.pdf, *.ai)). Elementele Grafice și aplicarea pe Digital.</p> <p>Social Media Template (guideline)(PDF)</p>	<p>brandului. Postările vor include imagini cu produsele, anunțuri de evenimente sau lansări noi. - Hashtag-uri și CTA (call to action)</p> <p>Livrabilul: Brand Book cu schițele cu exemple a documentației și a obiectelor cu aplicarea logoului, confirmate de ONVV prin act. (Șablon editabil (*.pdf, *.ai)). Elementele Grafice și aplicarea pe Digital.</p> <p>Social Media Template (guideline)(PDF)</p>	
TOTAL						

Semnătura: _____

Nume, Prenume: Duminica Luminița

Ofertantul: Agenția de Creație TRIB SRL

În calitate de: Administrator

Data: 20 noiembrie 2024