



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



## **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 minimale pe baza cărora se elaborează de fiecare ofertant propunerea tehnico-financiară.

### **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. Obiective

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

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

Acțiunile planificate pe parcursul anului vizează toate categoriile de persoane: clienți (persoane fizice sau parteneri de afaceri), angajați, lideri de opinie, mass media.

Vor fi transmise 3 propuneri de slogan.

Beneficiarul va alege unul dintre cele 3 propuneri. Sloganul va fi în concordanță cu viziunea RATC, direcționată spre progres. Totodată prin slogan va fi transmisă misiunea brand-ului de a fi cea mai bună soluție de transport pentru orașul Constanța.

## 3. Descrierea obiectului achiziției

### 3.1. Obiectul achiziției

3.1.1. RATC Constanta, 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** .

### 3.2. Branding

3.2.1. Realizarea manualului de identitate vizuală a RATC Constanța

3.2.2. Strategie de brand, identitatea de brand (logo și slogan), creație, conținut, producție.

3.2.3. - Arhitectura de brand:

- 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 5 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;

- 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;

### 3.3. Concept și producție

3.3.1. - 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 - 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.- 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:**

- releveu (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. 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.

**5. Prezentarea ofertei financiare**

Oferta financiară va fi exprimată în lei fără TVA.

Oferta financiară este alcătuită din:

- preț logo
- preț slogan
- 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.