

Anexa nr.1 la Referat nr. 25350/11.07.2022

Specificații și cerințe minime obligatorii de prestare a serviciilor de dezvoltare a identității vizuale prin revizia Manualului de identitate vizuală (MIV) ROMGAZ**I. Capitol Prezentarea sumară a S.N.G.N. ROMGAZ S.A. („ROMGAZ” sau „Societatea”)**

S.N.G.N. ROMGAZ S.A. este cel mai mare producător și principal furnizor de gaze naturale din România. Compania este admisă la tranzacționare pe piața Bursei de Valori din București (BVB) și a Bursei din Londra (LSE). Acționar principal este statul român cu o participație de 70%. Compania are o experiență vastă în domeniul explorării și producerii de gaze naturale, istoria sa începând acum mai bine de 100 de ani, în anul 1909.

ROMGAZ face explorare geologică în scopul descoperirii de noi zăcăminte gazifere, produce gaz metan prin exploatarea zăcămintelor din portofoliul companiei, depozitează subteran gaze naturale, efectuează intervenții, reparații capitale și operații speciale la sonde și asigură servicii profesionale de transport tehnologic. În 2013 Romgaz și-a extins domeniul de activitate prin asimilarea centralei termoelectrice de la Iernut, devenind astfel producător și furnizor de energie electrică.

Din punct de vedere organizatoric, Societatea are în componență sediul central din Mediaș și sucursale pe teritoriul României - Sucursala Mediaș, Sucursala Târgu Mureș, Sucursala de Intervenții, Reparații Capitale și Operații Speciale la Sonde Mediaș („SIRCOSS”), Sucursala de Transport Tehnologic și Mentenanță Târgu Mureș („STTM”), Sucursala de Producție Energie Electrică Iernut, Sucursala Drobeta Turnu Severin.

De asemenea, ROMGAZ este asociat unic al S.N.G.N. ROMGAZ S.A. – *Filiala de Înmagazinare Gaze Naturale Depogaz Ploiești SRL*, filială care a preluat operarea depozitelor de înmagazinare aflate în concesiunea ROMGAZ.

Informații suplimentare despre ROMGAZ sunt disponibile pe site-ul www.romgaz.ro

II. Capitol Obiectul achiziției

S.N.G.N. Romgaz S.A. își propune să achiziționeze servicii de dezvoltare a identității vizuale, respectiv revizia arhitecturii de brand cuprinsă în Manualului de identitate vizuală (MIV), fără modificarea logo(tip)-ului „ROMGAZ”.

Manualul de identitate vizuală va fi elaborat și livrat bilingv, în limba română și engleză.

Prezentul caiet de sarcini conține informații privind ansamblul cerințelor minime și obligatorii, pe baza cărora Prestatorul elaborează oferta tehnico-financiară.

III. Capitol Scopul achiziției

A fost identificată necesitatea îmbunătățirii și actualizării standardelor de identitate vizuală ale companiei, cum ar fi modul de utilizare a logo-ului și a altor elemente de identitate vizuală în diferite medii de comunicare internă și externă.

Se impune o înprospătare și totodată o completare a informațiilor tehnice, astfel încât identitatea brandului să fie prezentată/transmisă coerent și unitar în comunicarea cu toate părțile interesate atât în mediul online, cât și offline, printr-o nouă abordare, din perspectiva unei viziuni moderne și pragmatice, caracterizată prin atractivitate vizuală și reale soluții de comunicare corporativă.

IV. Capitol Condiții de calificare a ofertanților

Pentru a se califica, Prestatorul va cuprinde în oferta transmisă următoarele:

a) Date informative privind compania Prestatorului și echipa de proiect:

- Ofertantul trebuie să fie o firmă specializată în identitate, comunicare corporată și de brand/publishing și cu experiență dovedită în realizarea unor astfel de servicii, astfel că va face dovada obiectului de activitate în acest sens prin prezentarea în copie a Certificatului de înregistrare a companiei;
- Ofertantul va transmite o prezentare sumară a firmei care include descrierea domeniului de activitate, a experienței în domeniul serviciilor solicitate de minimum 3 ani, precum și alte detalii considerate a fi relevante pentru conturarea unei imagini complete asupra activității și experienței Prestatorului;
- Ofertantul va prezenta echipa și va face astfel dovada că dispune de resurse umane calificate/experimentate pentru prestarea acestor servicii, de ex. persoană responsabilă pentru creație, persoană responsabilă pentru grafică și persoană responsabilă pentru dtp (desktop publishing);
- Ofertantul va dovedi că se bucură de o bună reputație în domeniul activității de branding și va transmite în acest sens dovezi (certIFICATE și/sau premii naționale și internaționale obținute);

Notă: Prin transmiterea ofertei, Prestatorul își exprimă acordul de prelucrare a datelor cu caracter personal, în condițiile legii, date utilizate în procesul de achiziție a serviciilor menționate în prezentul caiet de sarcini. Datele cu caracter personal nu vor fi distribuite altor terți.

b) Date informative privind experiența în prestarea serviciilor solicitate:

- Prestatorul va prezenta portofoliul de clienți beneficiari de servicii de dezvoltare a identității vizuale;
- Ofertantul va demonstra experiența în prestarea de servicii de dezvoltare a identității vizuale prin transmiterea odată cu oferta financiară și tehnică a unui portofoliu de minimum 3 lucrări executate pentru beneficiari cel puțin de anvergura S.N.G.N. ROMGAZ S.A.;
- Ofertanții trebuie să demonstreze că în ultimii 2 ani (calculați până la data limită de depunere a ofertelor) au prestat servicii de dezvoltare a identității vizuale prin

transmiterea a trei exemple de contracte/comenzi în copie sau recomandări/referințe din partea beneficiarilor acestor servicii.

c) Date informative privind utilizarea de instrumente și metodologii specifice construcției arhitecturii de brand

- Prestatorul va prezenta instrumentele și metodologiile specifice construcției arhitecturii de brand pe care urmează a le utiliza și aplica și care vor sta la baza propunerilor de revizie a arhitecturii de brand, menite să îi confere brandului individualitate în raport cu unele similare, prin reliefarea unor atribute specifice activității companiei;
- În acest scop, Prestatorul va prezenta cuprinzător care vor fi instrumentele și metodologiile (chestionare, interviuri, întâlniri, analize vizuale, monitorizări etc.) care vor sta la baza evaluării și construcției arhitecturii de brand, dovedind eficiența și rata succesului aplicării acestora prin prezentarea unor recomandări din partea unor organisme specializate și/sau certificări, acreditări, drepturi de utilizare etc.;
- Serviciile vor fi asigurate de către Prestator prin utilizarea unor programe profesionale specifice design-ului grafic, cum ar fi de pildă *COREL DRAW & ADOBE Creative Suite*, sau programe similare;
- Se impune ca ofertanții să presteze serviciile la cele mai înalte standarde profesionale și să aibă în vedere și specificul sectorului de activitate al companiei ROMGAZ și calitatea de companie listată la bursă;
- Orice rezultate sau drepturi, inclusiv drepturi de autor și/sau orice alte drepturi de proprietate intelectuală și/sau industrială, obținute în executarea sau ca urmare a executării serviciilor ce fac obiectul achiziției vor fi proprietatea Achizitorului, care le poate utiliza, publica sau transfera după cum consideră necesar, fără niciun fel de limitare geografică sau de altă natură;
- Prestatorul are obligația de a garanta că serviciul prestat este cel solicitat și corespunde tuturor normelor legale în vigoare referitoare la serviciile solicitate, ținând cont de faptul că pentru logo(tip) există înregistrare la OSIM în condițiile Legii nr.84/1998 privind înregistrarea mărcilor și indicațiilor geografice, modificată și completată prin Legea 66/2010.

V. Capitol Cerințe și specificații minime pentru prestarea serviciilor

Prestatorul va explicita prin enunțuri clare și la subiect cum va răspunde la cerințele enunțate mai jos, inclusiv prin exemplificări, unde este cazul. Orice etapă suplimentară celor prezentate mai jos sau orice livrabil suplimentar celor enunțate, se va considera a fi adaos și nu va face obiectul evaluării ofertelor.

Serviciile solicitate vor viza următoarele etape:

1. Evaluarea arhitecturii de brand a „ROMGAZ”

Evaluarea manualului de identitate vizuală existent, din perspectiva conținutului și a tuturor elementelor de design ale companiei, cu scopul de a măsura consecvența pe toate canalele și punctele de contact cu părțile interesate, inclusiv analiza comparativă raportat la bune practici, atât la nivel național, cât și internațional, astfel:

- Achizitorul va pune la dispoziția Prestatorului logo(tip) în formate vectoriale (.psd și .cdr) și actualul Manual de identitate vizuală în format PDF. Nu se va modifica logo(tip)-ul companiei;
- Achizitorul va pune la dispoziția Prestatorului toate materialele și informațiile de comunicare și de identitate de care Achizitorul are nevoie pentru evaluare. Materialele astfel puse la dispoziție vor fi utilizate strict pentru scopul prezentului caiet de sarcini;
- Prestatorul va utiliza instrumentele și metodologiile enunțate la Capitolul IV, lit.c), pentru a derula etapa de evaluare a arhitecturii de brand existente în scopul identificării aspectelor ce necesită actualizări, îmbunătățiri și/sau completări;
- Propunerile pentru revizia pachetului de identitate vizuală vor viza o nouă abordare, modernă și pragmatică, astfel încât noul manual să se distingă de cel actual prin unicitate și originalitate, ținând cont în mod imperativ de specificul sectorului de activitate al companiei ROMGAZ și de calitatea de companie listată la bursă;
- Propunerile vor avea ca scop întărirea culturii brandului, abordat coerent și unitar în comunicarea cu toate părțile interesate atât în mediul online, cât și offline;
- Prestatorul va prezenta rezultatele evaluării și concluziile care vor sta la baza unor recomandări pentru atingerea scopului achiziției.

2. Noua arhitectură de brand va viza cel puțin următoarele capitole din Manualul de identitate vizuală:

a) Introducere

- Pe scurt despre companie și definirea conceptului identității vizuale a companiei, despre scopul/motivul/utilitatea manualului de identitate vizuală;

b) Logo – Reguli de utilizare și caracterul acestuia:

- Prezentare simbol, logo(tip), raporturi dimensionale, font, instrucțiuni de utilizare (zona de siguranță, dimensiune max/min, paleta de culori CMYK / RGB / RAL / HEX), efecte tridimensionale, poziționare, șabloane electronice, tipărire, utilizarea în condiții de bună vizibilitate, inclusiv la dimensiunea de 14 mm;
- Descrierea logo-ului, exemplificare modele acceptate (în variante diferite, de ex. pe fundal deschis și pe fundal închis), modele a căror utilizare nu este acceptată (pentru a nu altera logo-ul), descriere și exemplificare culori (spații de culoare RGB/CMYK), fontul utilizat, reguli de spațiere și amplasare, imagini care să exemplifice inserarea logo-ului pe diferite suporturi digitale și print;

c) Fonturi și stil tipografic – Reguli generale, exemple și „de evitat”:

- Fontul ROMGAZ (titluri, subtitluri, text), spațiere între rânduri, note explicative, marginale și foto), utilizarea culorilor, alinierea textului, paragrafe, exemple cu forme de evitat;

d) Comunicare organizațională – Reguli generale de utilizare a formatelor tipizate, fonturi și culori, exemple și șabloane electronice:

- Foaie cu antet pentru fiecare dintre cele șapte structuri organizatorice ale ROMGAZ, cu elemente de identificare și contact, fonturi și caractere – de ex. pentru titlu, text introductiv, subtitlu, text, note marginale, explicații pentru imagini,

utilizarea culorilor, etc; (Filiala DEPOGAZ nu va fi inclusă, aceasta având definită propria identitate vizuală).

- **Construcția layoutului și utilizarea imaginilor în formate tipizate:**
 - Antet comunicat de presă/informare de presă și grafică mape / kit de presă;
 - Template Word pentru diverse documente interne/externe în format portrait și landscape: Regulamente, Formulare, Instrucțiuni, etc.
 - Șabloane pentru prezentarea companiei: PowerPoint și, după caz, alte formate;
 - Mape, Agende – coperte/conținut, reguli generale;
 - Broșură, Flyer – coperte/conținut, reguli generale;
 - Alte formate tipizate: cărți de vizită, plicuri, ecusoane, legitimații, card vizitator, etc.
 - Materiale publicitare print și digital – reguli generale și exemple;
 - Postere și panouri de afișare interne și externe:
 - Reguli generale și elemente de poziționare logo, exemple pentru format vertical și orizontal, șabloane electronice;
 - Postere, bannere, roll-up, spider, steaguri, fanioane, etc.
- Formate online și video:
 - Reguli generale pentru utilizare logo în producția unor materiale video (de ex. Logo în versiunea animată) și în spațiul web;
 - Social media: branding pe rețele de socializare: copertă eveniment, copertă pagină, copertă grup, postare, etc.

d) Aplicații și Personalizare – Exemple și reguli de utilizare logo, șabloane electronice;

- Obiecte promoționale - reguli generale pentru utilizare logo pentru personalizarea unor obiecte, cum ar fi: notebook, tricou, pix, brichetă, usb, agenda, șapcă/pălărie, umbrelă, cană, termos, etc.;
- Echipamente de protecție și de lucru: vestă de semnalizare, halat de protecție, vestă de protecție, pantaloni de iarnă cu pieptar și benzi reflectorizante, pantaloni impermeabili cu pieptar, scurtă impermeabilă, scurtă de iarnă cu benzi reflectorizante, cască de protecție, încălțăminte de protecție;
- Personalizare Auto și Utilitare;

g) Semnalistică – Reguli generale și șabloane electronice:

- Reguli generale pentru semnalistica de interior și exterior: plăcuțe pentru identificare birouri, panouri de identificare sedii, totem stradal, etc.;

Capitolele și conținutul acestora pot fi reorganizate, suplimentate, adaptate în funcție de necesitate și oportunitate. Punctele enunțate mai sus au caracter informativ și pot suporta modificări.

VI. Capitol Propunerea noii arhitecturi de brand

- Prestatorul va propune o nouă arhitectură de brand în baza rezultatelor evaluării și a oportunităților identificate în urma evaluării;
- Achizitorul va analiza propunerile și va formula puncte de vedere și/sau va înainta alte cerințe de modificare/completare a celor propuse de către Prestator;

- Prestatorul va propune 3 concepte grafice pentru viitorul pachet de identitate vizuală, simulând pe trei materiale tipizate diferite, urmând ca Achizitorul să aprobe o variantă;

VII. Capitol Elaborarea noii versiuni a Manualului de identitate vizuală

- Prestatorul va elabora noua versiune a manualului de identitate vizuală conform celor agreate între părți;
- Prestatorul va livra pe cale electronică Achizitorului, spre verificare și pentru formularea de observații, dacă este cazul, Manualul de identitate vizuală în versiunea în limba română;
- Achizitorul va analiza varianta transmisă și va formula punct de vedere, respectiv observații, dacă este cazul, în vederea finalizării manualului de către Prestator;
- Prestatorul va opera modificările solicitate de către Achizitor, dacă vor fi necesare, și va trece la elaborarea variantei finale a manualului;
- Prestatorul va livra la termen Manualul de identitate vizuală pe suport electronic, în limba română și în limba engleză, cu toate elementele/fișierele/șabloanele în format vectorial, editabil (.ai, .indd, .cdr, .psd), dar și .doc sau .pdf, în funcție de livrabil, conform graficului de livrare stabilit de comun acord după încheierea contractului;

VIII. Capitol Livrabile

Prestatorul va transmite în termen maximum 45 de zile de la intrarea în vigoare a contractului încheiat, pe cale electronică, dar și pe suport CD sau USB, formatul digital editabil al Manualului de identitate și formatul PDF.

Prestatorul va transmite în formate editabile și needitabile template-urile pentru elementele conținute în Manualul de identitate vizuală:

- Formatele incluse sunt următoarele: Adobe Illustrator (ai), Adobe Photoshop(psd), CorelDraw(cdr), Imagini (bmp), (jpeg), (tiff), (png), Microsoft Power Point (pps), Microsoft Word (doc), Adobe Acrobat (pdf), Fonturi (ttf).

IX. Capitol Revizii

Prestatorul va realiza în perioada de valabilitate a contractului, dacă Achizitorul va considera a fi necesar, două revizii ale Manualului de identitate vizuală livrat. Reviziile solicitate vor fi cuprinse în tariful prevăzut în contract și nu vor face obiectul unor tarife suplimentare, în afara contractului.

X. Capitol Durata contractului

Contractul pentru prestarea serviciilor de dezvoltare a identității vizuale, respectiv revizia arhitecturii de brand a Manualului de identitate vizuală (MIV), se va încheia pentru o perioadă de 5 luni de la semnarea contractului.

Termenul de livrare a Manualului de identitate vizuală nu va depăși 45 de zile, perioada rămasă până la 5 luni fiind considerată perioada în care Achizitorul poate solicita două revizii ale Manualului de identitate vizuală, dacă se va considera a fi necesar.

Contractul se va derula conform unui grafic de lucru agreat la încheierea contractului.

Plata aferentă serviciilor se va efectua pe baza unui proces verbal de recepție a livrabilelor și de prestare a serviciilor conform specificațiilor agreeate de ambele părți. Serviciile necontractate și/sau neprestate nu vor putea face obiectul facturării.

XI. Capitol Criterii de atribuire

Propunerea financiară va fi transmisă în LEI fără TVA și va include toate cheltuielile prestatorului rezultate din prestarea serviciilor, inclusiv cheltuieli adiacente precum cheltuieli de deplasare, curierat, achiziția de licențe pentru fotografii, vectori, desene, elemente grafice și alte elemente similare.

Criteriul de atribuire este prețul cel mai mic oferit pentru serviciile solicitate conform cerințelor cuprinse în prezentul caiet de sarcini;

Ofertantul va reitera punctual în oferta tehnico-financiară, pe care o va transmite, fiecare cerință enunțată în prezentul caiet de sarcini, confirmând astfel angajamentul de a presta serviciile conform cerințelor Achizitorului.

Șef Serviciu de Comunicare
Diana Gabriela MUREȘAN

Întocmit,
Anca BUCERZAN