



Direcția Achiziții

Serviciul Achiziții Publice

Nr. 43863 / 10.03.2023

RAPORT

privind rezultatul consultării de piață

privind documentația de atribuire pentru serviciile de consultanță în vederea realizării brandingului de sector și de analiză și proiectare web site (design UI/UX)- caiet de sarcini

1. Descrierea necesităților obiective și constrângerilor de natură tehnică, financiară și/sau contractuală ce caracterizează nevoia autorității contractante în raport cu care s-a organizat respectiva consultare:

Autoritatea contractanta a inițiat procedura de consultarea pietei pe documentatia de atribuire - caiet de sarcini , ținând cont:

- de anvergura procedurii de achiziție și de faptul că obiectul achiziției este unul specific,
- că se dorește crearea celui mai bun cadru pentru desfășurarea serviciilor care fac obiectul achiziției,
- luând în calcul că Primăria Sectorului 2 folosește site-ul <https://www.ps2.ro/> pentru a oferi informații de interes public și pentru a comunica activitatea primăriei.

Pe lângă aceasta, instituțiile subordonate (Poliția Locală, Administrația Domeniului Public etc.) au la rândul lor site-uri proprii. Site-urile s-au dezvoltat organic, fără o identitate vizuală consistentă și o strategie de organizare a informației. Toate aceste realități implică configurarea la nivelul autorității locale a unui website modern, cât mai ușor de folosit, accesibil tuturor categoriilor de persoane, cu elemente grafice adaptate perioadei curente. Se urmărește reproiectarea site-ului Primăriei Sectorului 2 și al autorităților din subordine, astfel încât:

- cetățenii să poată ajunge cât mai ușor la informația de care au nevoie;
- site-ul primăriei să funcționeze ca punct de plecare (portal) pentru site-urile subordonate;
- site-ul reproiectat să faciliteze accesul mass-media la informație, prezența în motoarele de căutare și social media;
- site-ul reproiectat să fie ușor de utilizat pe toate tipurile de terminale;
- designul vizual să respecte tendințele moderne și manualul de identitate vizuală al Primăriei Sectorului 2

În contextul priorităților europene legate de dezvoltarea orașelor, Sectorul 2 al Municipiului București dorește să-și armonizeze strategia de dezvoltare prin crearea unui model

de integrare a tehnologiilor informației cu infrastructura IT modernă, aliniată obiectivelor de dezvoltare durabilă și sustenabilă ale Orașelor de tip SMART. Astăzi provocarea este cu atât mai mare cu cât tehnologia face parte din toate interacțiunile – cu cetățenii, furnizorii, angajații. Astfel că, prin aceasta strategie de transformare digitală, Sectorul 2 al Municipiului București are principal obiectiv crearea unei infrastructuri digitale, unitară la nivelul Sectorului 2 al Municipiului București și care va conduce la dezvoltare a serviciilor electronice, integrate, fiind vital pentru funcționarea unei comunități. Credem că un model integrat, într-o arhitectură unitară, cu respectarea unor standarde și cerințe specifice reprezintă soluția sustenabilă pentru a implementa conceptul de smart city.

Fiind vorba de un concept pe termen lung, aceasta trebuie aliniată la agenda digitală europeană și națională, având în vedere:

- Agenda digitală pentru Europa, pentru perioada 2020-2030
- Strategia națională pentru Agenda Digitală pentru România
- Ordonanța de urgență privind cloud-ul guvernamental
- Alte strategii digitale relevante, europene și naționale

și următoarele proiecte cu componentă IT (pentru perioada 2023-2024):

| DENUMIREA PROIECTULUI | OBIECTIVE/ PROIECTE/ ACTIVITĂȚI |
|---|---|
| ePS2 - Servicii online pentru cetățeni – cod SIPOCA 510/cod MySMIS 126372 https://bit.ly/3DIw3iF | Obiectivul general al proiectului îl reprezintă optimizarea și modernizarea proceselor și serviciilor furnizate la nivelul Primăriei Sectorului 2 al Municipiului București, prin măsuri de planificare strategică instituțională și prin introducerea unui sistem informatic pentru managementul documentelor, registratură electronică și arhivă electronică în vederea optimizării proceselor orientate către cetățeni. |
| „Proceduri simplificate în vederea reducerii birocrăției pentru cetățenii sectorului 2”- cod SIPOCA / MySMIS 1259 /153912” https://bit.ly/3BRcZ02 | Obiectivul general al proiectului vizează consolidarea capacității instituționale și eficientizarea activității la nivelul Sectorului 2 al Municipiului București-DGASPC Sector 2 în ceea ce privește componentele partajate pe care instituția le exercită alături de celelalte entități publice sau private în domeniul asistenței sociale, prin implementarea de măsuri menite să ajute la standardizarea modului de lucru și a activităților specifice acestui domeniu de activitate, la creșterea gradului de interoperabilitate al sistemelor și interconectarea cu ceilalți actori cu atribuții de asistență socială, atât din perspectiva back-office, cât și din perspectiva front office. |
| „Administrație publică digitalizată și eficientă pentru cetățenii sectorului 2” - cod SIPOCA 1267 / MySMIS2014+ 155749 https://bit.ly/3xQhoxR | Obiectivul general al proiectului vizează consolidarea capacității instituționale și eficientizarea activității la nivelul Sectorului 2 al Municipiului București în ceea ce privește exercitarea atribuțiilor prevăzute de OUG 57/2019 privind Codul Administrativ, prin implementarea de măsuri pentru îmbunătățirea procesului decizional și a planificării strategice și de digitalizare, menite să ajute la creșterea |

| | |
|---|--|
| | calității procesului administrativ, pentru a răspunde în mod fundamentat și coerent nevoilor comunităților locale. |
| Platformă GIS harti.ps2.ro | Platformă GIS de transparentizare a dezvoltării urbanistice din Sectorul 2 cu privire la reglementările actuale și a tuturor documentelor urbanistice emise în ultimii ani |

2. Informații preliminare

Sectorul 2 al Municipiului București, cu sediul în București, str. Chiristigiilor, nr. 11-13, sector 2, a inițiat o procedură de consultare a pieței, în conformitate cu prevederile art.139 din Legea 98/ 2016 privind achizițiile publice și ale art.18-19 din HG nr. 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, privind documentația de atribuire pentru **serviciile de consultanță în vederea realizării brandingului de sector și de analiză și proiectare web site (design UI/UX)- caiet de sarcini**

A fost lansată procedura specifică de consultare a pieței pe documentația mai sus menționată, prin anunțul de consultare nr. **MC1023358 din 08.02.2023** disponibil pe site-ul: www.e-licitatie.ro (platforma SEAP - secțiunea Consultarea pieței: <https://www.e-licitatie.ro/pub/notices/mc-notice/view/100147714>) precum și pe site-ul instituției la: <https://www.ps2.ro/index.php/transparenta/licitatii-si-achizitii-publice/879-serviciile-de-consultanta-in-vederea-realizarii-brandingului-de-sector-si-de-analiza-si-proiectare-web-site-design-ui-ux>

Totodată, pe e-mail, s-a transmis invitația nr. 29684/14.02.2023 privind participarea în data de 21 februarie 2023, ora 11:00 la ședința de consultare publică, în format hibrid: online pe Webex și la sediul din str. Chiristigiilor nr. 11 – 13, către zece operatori economici de profil.

2.1 Aspectele supuse consultării:

Obținerea de informații cu privire la documentația de atribuire pentru serviciile de consultanță în vederea realizării brandingului de sector și de analiză și proiectare web site (design UI/UX)- caiet de sarcini

2.2 Rezumatul procesului de consultare a pieței

In data de 06.02.2023, s-a primit solicitarea privind consultarea de piață din partea Departamentului Digitalizare

In data de 08.02.2023 s-a procedat la încărcarea anunțului de consultare in SEAP (MC1023358/08.02.2023)

Data ședință de consultare cu operatorii economici interesați: 21.02.2022, ora 11:00

Data limita transmitere propuneri: 28.02.2023

Data limita consultare: 07.03.2023

3. Participanți la consultare

Până la termenul limită, 28.02.2023, au fost primite propuneri din partea unui singur operator economic, respectiv: Zitec COM SRL

3.1.Modalitatea de desfășurare a consultării

Transmiterea propunerilor s-a desfășurat doar în sistem electronic.

Orice operator economic/organizație profesională interesată a avut posibilitatea de a transmite autorității contractante opinii, sugestii sau recomandări cu privire la aspectele supuse consultării la adresa de e-mail: laura. sabau@ps2.ro si in CC la adresa de e mail: infopublice@ps2.ro. Termenul până la care s-au putut transmite propunerile persoanelor interesate, la adresa de e-mail menționată în cadrul procesului de consultare a fost 28.02.2023.

În data de 21.02.2023, ora 11:00, s-a desfășurat o ședință de consultare cu operatorii economici interesați, la sediul autorității contractante Primăria Sectorului 2 al Municipiului București, Str. Chiristigiilor nr. 11-13, Sector 2, București.

Până la data și ora întâlnirii cu organizațiile interesate la sediul autorității contractante Primăria Sectorului 2 al Municipiului București, nu a fost transmisă nicio propunere scrisă privind aspectul supus consultării: pentru serviciile de consultanță în vederea realizării brandingului de sector și de analiză și proiectare web site (design UI/UX)

Operatorii economici participanți la ședința de consultare au fost: Zitec COM SRL care prin solicitarea 32076/17.02.2023 si-a manifestat intentia de participare la procedura specifică de consultare a pieței în urma anunțului de consultare nr. **MC1023358 din 08.02.2023**.

Observațiile operatorului economic se regăsesc în propunerile trimise și în răspunsurile autorității.

4. Observații / sugestii ale operatorilor economici cu privire la cerințele caietului de sarcini supus consultării

4.1. Observații / sugestii ale Zitec COM SRL cu privire la cerințele caietului de sarcini supus consultării

| Nr. crt. | Recomandări / Propuneri / Întrebări ale operatorului economic (OE) SC ZITEC COM SRL | Răspuns Autoritate Contractantă (AC) |
|----------|--|--|
| 1 | <p>I. Scopul proiectului: Consideram ca autoritatea contractanta a documentat corespunzator partea introductiva a documentatiei de atribuire altfel incat sa ofere potentialului ofertant un context si o imagine a situatiei actuale, necesare pentru pregatirea si alegerea modului de construire a ofertei.</p> | AC a luat act de comentariul OE. |
| 2 | <p>II. Obiectivele proiectului Pentru ca obiectivele unui proiect să fie atinse cu succes, echipa de proiect trebuie să aibă în vedere o multitudine de factori, precum:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● corelarea activităților cu obiectivele; ● delimitarea clară a ariei de cuprindere a proiectului (ce se face și ce nu se face prin proiect); <p>livrarea la termenul stabilit a rezultatelor;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● identificarea riscurilor care ar putea interveni în implementarea proiectului și propunerea de soluții în cazul în care acestea se materializează; <p>Un risc identificat în această etapă este legat de faza de proiectare și redesign-ul site-ului fara ca aceasta sa fie imediat corelata cu faza de implementare si punere în funcțiune. De aceea, Beneficiarul trebuie sa aiba în vedere ca atingerea obiectivelor enumerate ar putea fi îngreunata de necorelarea activitatilor complementare si necesare obtinerii unui</p> | AC va completa pentru echipa de proiect factorii propuși și îi va corela cu riscurile aferente. Referitor la riscul identificat cu privire la proiectare și redesign site și recomandarea de a corela cu activități de implementare, fără etapa de analiză și proiectare, AC este în imposibilitatea de a evalua necesarul de resurse pentru implementarea reproiectării site-ului. |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>produs final functional (website reprojectat care poate fi accesat de catre publicul tinta de pe orice terminal).</p> | |
| 3 | <p>1. Obiective concept branding de sector Obiectivul legat de crearea unui concept "umbrela" este descris in vorbă de creatorul proiectului, insa Beneficiarul ar trebui sa defineasca clar ceea ce se doreste pentru fiecare institutie subordonata. Consideram ca ar trebui sa se atinga urmatoarele puncte: - Este nevoie de logo nou pentru fiecare dintre institutiile enumerate? Aici trebuie avut in vedere ca fiecare institutie are un public-tinta diferit, iar un logo unic nu ar respecta valorile si misiunea fiecarei institutii. - Ar trebui descris ceea ce se doreste inclus in brandbook pentru fiecare institutie; - Care sunt materialele pentru care se vor face declinarile de logo si a elementelor de branding?</p> | <p>AC va clarifica acest aspect – va sublinia foarte limpede ca este vorba de un singur logo design (logo de sector). Referitor la subordonate, este vorba strict despre co-branding si regulile de utilizare (logo sectorului si logo-ul institutiilor subordonate, reguli de utilizare). Va sublinia foarte limpede ca nu este cazul unui rebranding pentru fiecare institutie subordonata in parte. AC va oferi o lista completa a colateralelor.</p> |
| 4 | <p>III. Obiectul achiziției Intelegem necesitatea tratarii celor 2 componente intr-un singur proiect, insa Beneficiarul trebuie sa aiba in vedere ca exista operatori economici cu o vasta experienta pe zona de branding si alti operatori cu experienta vasta pe componenta de dezvoltare de website-uri si activitatea de UX/UI design. Autoritatea Contractanta trebuie sa evalueze bugetul existent, graficul de timp disponibil si sa decida daca aceste activitati vor fi tratate intr-o singura achizitie mai mare sau 2 achizitii mai mici cu o perioada de contractare mai scurta. Totusi, recomandarea noastra este ca cele doua activitati să fie tratate separat: ● O echipa pentru procesul de branding de sector concretizat in concept, brandbook si ghid de comunicare publica; ● O echipa pentru design interfață, dar și pentru implementare website. Mentionam ca cele doua componente se pot face concomitent (chiar si prin proceduri de achizitie diferite), astfel incat cele doua echipe sa colaboreze pentru a obtine un concept unitar care sa se aplice pe toate livrabilele proiectului. Precizam insa ca etapa de UX/UX design trebuie sa fie corelata rapid cu activitatea de implementare a website-ului.</p> | <p>AC va analiza recomandările având în vedere că preluarea acestora presupune refacerea documentației tehnice și procedurii de achiziție.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| 5 | <p>Brandingul de sector Propunerea noastră de etapizare a procesului de branding este următoarea:</p> <p>I. Introducerea unei etape de research / cercetare care sa includa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - interviuri - studii de piață <p>II. Concept (Analiză / Documentare / Prezentare)</p> <p>III.1. Strategie (poziționare de brand)</p> <ul style="list-style-type: none"> - discovery / sesiuni de lucru cu factori de decizie - poziționare / definire concept de brand <p>III.2 - Identitate verbală</p> <ul style="list-style-type: none"> - mesaje comerciale/publice <p>III.3 Brand principal (PS2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - identitate vizuală - Logo design - limbaj vizual - declinări colaterale <p>III.4 Extensii ale brandului</p> <ul style="list-style-type: none"> - Institutii si organizatii conexe <p>III. Livrabile</p> <p>III.1 kit identitate (de menționat exact care sunt materialele necesare in afara de mentionate la litera h)</p> <p>III.2 manual de brand (include toate regulile de utilizare)</p> <p>III.3 site de brand (brand.s2.ro)</p> <p>IV. Mentenanță de brand pentru dezvoltarea materialelor neprevăzute și suport în urmarea regulilor din manual (10 h / luna).</p> | <p>AC va analiza sugestiile oferite.</p> <p>AC nu va include in caietul de sarcini capitolul legat de mentenanta de brand.</p> |
| | <p>Analiza și designul UI/UX</p> <p>1. Analiza situației existente</p> <p>Consideram ca etapa de analiza este descrisa amplu si este absolut necesara derularea acesteia. In acest fel se vor obtine cat mai multe informatii care vor imbunatati experienta utilizatorului cu website-ul Beneficiarului.</p> <p>Totusi, referitor la colectarea informatiilor despre utilizatori (punctul C),</p> | <p>AC va prelua recomandările și le va transpune în documentația tehnică.</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>recomandam reducerea metodelor de cercetare pentru a obtine un echilibru optim intre relevanta informatiilor si timpul/bugetul investit. Propunerea noastra este de a folosi urmatoarele metode de UX (User Experience):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interviu cu stakeholderii de proiect - Evaluare Google Analytics - Evaluare baza de date petittii - Analiza competitiei - Audit de UX | |
| | <p>2. Realizarea unui raport de analiza. Aceasta etapa este absolut necesara pentru organizarea si trasarea directiilor de actiune. Pentru aceasta analiza se poate organiza si o intalnire de lucru intre Beneficiar si Operatorul Economic.</p> | <p>AC va prelua recomandările și le va transpune în documentația tehnică.</p> |
| | <p>3. Crearea de profiluri de utilizatori Pentru a crea 5 profile de utilizatori relevante, continand datele solicitate, este nevoie de o cercetare de piata cantitativa, detaliata, pe un esantion de cateva sute de persoane. Recomandam, pentru aceasta etapa, implicarea unei companii specializate de cercetare de piata. In situatia in care timpul si bugetul nu vor permite derularea acestor activitati in paralel, se vor utiliza instrumente de cercetare stabilite de comun acord cu Beneficiarul si Expertii implicati in proiect.</p> | <p>AC va analiza recomandările având în vedere că preluarea acestora presupune refacerea documentației tehnice și procedurii de achiziție.</p> |
| | <p>4. Designul noii versiuni a site-urilor: La acest capitol aducem urmatoarele precizari punctuale: Pentru sectiunea "2.Testarea accesibilității" (Evaluarea și finalizarea design-ului) : este mai dificil sa testam accesibilitatea cu persoane cu deficiente grave de vedere (orbire totala) deoarece aceste persoane folosesc "cititoare de ecran" care functioneaza in varianta implementata a site-ului, nu in varianta de prototip vizual. Recomandam sa testam accesibilitatea in urma implementarii site-ului, iar site-ul sa fie implementat avand in vedere toate bunele practici de accesibilitate.</p> | <p>AC va prelua recomandările și le va transpune în documentația tehnică.</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>In legatura cu sectiunea "3.Crearea documentului de specificatie tehnica": acest document ar trebui sa includa mai mult decat colectia tuturor livrabilelor din proiect (harta site-ului, lista de categorii, maparea paginilor existente la categorii, regulile de identitate vizuala, fluxuri de utilizare, wireframe-uri) si anume ar trebui sa se refere si la suita de tehnologii folosita pentru implementare si arhitectura tehnica a sistemului.</p> <p>Recomandarea noastra este de a indeparta aceasta sectiune din documentatie deoarece tine mai mult de implementarea site-ului, lucru ce se va intampla intr-o etapa ulterioara in cazul in care nu se doreste o achizitie unitara.</p> <p>In privinta celorlalte subpuncte din acest capitol, consideram ca sunt descrise suficient de detaliat.</p> | |
| | <p>Cerinte de baza</p> <p>Din punctul nostru de vedere, este dificila crearea a 2-3 propuneri similare ca relevanta si impact pentru conceptul de brand al sectorului. Aceasta activitate implica o munca complexa, intrucat conturarea personalitatii unui brand este unica in viziunea noastra.</p> <p>Scopul unei licitatii (atat in sectorul privat, dar si in sectorul public) este ca agentii/operatorii sa vina cu cea mai buna varianta de concept pe care pot sa o intruchipeze, dedicand timpul si energia unei singure variante semnificative.</p> <p>De aceea, recomandam ca solicitarea sa se limiteze la maxim 2 propuneri de concept.</p> | <p>AC își menține cerințele privitor la cele 3 propuneri de concept.</p> |
| | <p>Cerințe privind livrabilele și termenele de realizare</p> <p>Referitor la calendarul proiectului, consideram ca termenele propuse sunt destul de stranse, fiind necesar un timp mai generos pentru a ajunge la livrabile de calitate. Recomandam o triplare a termenelor limita sugerate in anumite cazuri daca calendarul Beneficiarului permite, avand in vedere toti actorii implicati in etapele cheie ale proiectului (spre exemplu in etapa de analiza).</p> | <p>AC va reevalua calendarul proiectului având în vedere această observație și celelalte recomandări.</p> |
| | <p>Recepția serviciilor</p> <p>Pentru a preintampina eventuale intarzieri in etapele proiectului,</p> | <p>AC va include în caietul de sarcini solicitarea ca ofertanții să prezinte o metodologie specifică managementului de proiect pe</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>consideram ca ar trebui sa se faca inca de la inceput un management de care o va aplica în gestiunea proiectului. proiect eficient.</p> <p>Recomandam ca abordarea managementului de proiect, respectiv organizarea dezvoltării și a echipei, precum și raportarea evoluției proiectului să se facă folosind metodologia prin Agile Development, SCRUM.</p> <p>Această metodologie oferă membrilor echipei mai multă flexibilitate, permite testarea constantă pe tot parcursul ciclului de implementare și, astfel, garantează rezultate mai bune. Accentul este pus pe a oferi echipei posibilitatea de a reacționa mai repede într-un context dinamic, păstrând în același timp ideea unei livrări rapide și a maximizării resurselor.</p> | |
| | <p>Cerințe privind experți</p> <p>Recomandam ca echipa de proiect să includă următoarele pozitii pentru experții cheie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Manager de proiect (responsabil cu coordonarea activităților proiectului, a echipei de proiect, punct de contact între Beneficiar și Operatorul economic; managementul de proiect se poate face aplicând metodologia Agile Development, SCRUM.) ● Brand Strategist (responsabil pentru activitățile de branding și conturarea strategiei, a conceptului creativ) ● Digital Experience Consultant (responsabil pentru activitățile de UI/UX design) ● Creative Director (responsabil cu dezvoltarea conceptului creativ și a declinării necesare) ● UX/UI Designer (responsabil cu activitățile ce tin de experiența cu utilizatorul în site) ● Web Designer (responsabil cu pregătirea componentei de design/a ecranelor site-ului) ● Expert în comunicare (specialist cu calificare în domeniul persoanelor cu dizabilitati) <p>Experiența profesională a fiecărui expert cheie trebuie să fie de minim 5 ani în activități similare pozitiei pentru care este propus.</p> <p>În situația în care autoritatea contractantă va include o etapă de</p> | <p>AC va prelua recomandările și le va transpune în documentația tehnică, în limitele impuse de legislația specifică achizițiilor publice.</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | implementare a design-ului de site, vor fi necesare alte resurse specializate. | |
| | <p>Criterii de evaluare a propunerii</p> <p>Consideram ca acest criteriu de evaluare este cel potrivit obiectului procedurii de achizitie. In ceea ce priveste fiecare factor de evaluare, regasiti mai jos propunerile noastre:</p> <p>1. Pretul ofertei- consideram ca acest factor are o pondere ridicata avand in vedere obiectivul pe care autoritatea contractanta doreste sa il atinga, precum si calitatea livrabilelor asteptate.</p> <p>De aceea, recomandarea noastra este ca pretul ofertei sa aiba o pondere de maxim 30 pct.</p> <p>2. Experienta similara- recomandam ca modalitatea de acordare a punctajului sa fie definita inca de la inceput foarte clar si de asemenea, experienta ofertantului sa fie un factor independent de experienta profesionala de echipei de proiect.</p> <p>Propunerea noastra este:</p> <p>10 pct in total pentru portofoliul propriu al ofertantului.</p> <p>Pentru 4 proiecte de o complexitate similara ofertantul va primi 10 pct.</p> <p>Pentru 3 proiecte ofertantul va primi 5 pct.</p> <p>Pentru 2 proiecte ofertantul va primi 2 pct.</p> <p>Pentru 1 proiect similar va primi 0 pct.</p> <p>Ca observatie, suntem de parere ca premiile nu au o relevanta atat de mare, consideram ca prezentarea unor studii de caz (a unor campanii complexe) demonstreaza capacitatea unui operator de a implementa un proiect de o asemenea anvergura.</p> <p>3. Metodologia de implementare a proiectului propunem sa fie inclus si un factor care sa evidentieze capacitatea operatorului de a implementa un proiect de o asemenea complexitate si in acelasi timp sa descrie pasii pe care ii va urma pentru atingerea obiectivelor setate. (10 pct)</p> <p>4. Design – propunere concept- consideram ca acest factor are o importanta deosebita in alegerea operatorului cu care autoritatea va colabora. Avand in vedere ca pregatirea conceptelor implica un proces de durata si ar necesita o procedura de achizitie cu un termen de pregatire</p> | AC va ține cont de recomandările transmise în limitele impuse de legislația specifică achizițiilor publice. |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>mult mai larg, recomandarea noastra ar fi ca ofertantul sa prezinte maxim 2 propuneri de concept care fie punctate fiecarecu pana la 20 pct. (40 pct)</p> | |
| | <p>3. Recomandari Pe langa sugestiile si propunerile punctuale descrise mai sus la fiecare capitol al caietului de sarcini, recomandarea noastra ar fi ca cele doua tipuri de servicii sa fie tratate ca proceduri de achiziție separate dupa cum urmeaza:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Branding de sector 2. UX/UI Design + Implementare website <p>Recomandam tratarea separata, din punct de vedere achizitie, a punctelor de mai sus, din urmatoarele motive:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expertiza pentru cele doua puncte este total diferita fiind doua activitati complementare; - Cele 2 proiecte nu depind in totalitate unul de altul, insa trebuie avute in vedere etape cu activitati comune pentru integrarea unui concept unitar in toate livrabilele asteptate; - O agentie de branding poate avea o viziune concentrata si aplicata pe zona de branding, si mai puțin focus pe zona de UX/UI Design si invers; - O agentie specializata in UX/UI Design are, in general, expertiza si pe implementare, etapa absolut necesara pentru ca obiectul general sa fie atins; Un design are nevoie de implementare pentru a fi publicat; <p>Precizam ca aceasta recomandarea are la baza experienta pe care un operator o poate avea in componenta de branding sau in componenta de design website+implementare, insa decizia privind procedura de achizitie va trebui luata si in functie de bugetul autoritatii contractante si graficul de timp pe care trebuie sa il respecte. O achizitie unitara a tuturor componentelor necesita un buget mai mare, insa ar implica un termen mai scurt/compact de achizitie, un proces de contractare mai rapid si o comunicare mai eficienta intre echipele de proiect. Pe de alta parte, mai multe achizitii implica bugete mai mici si se poate apela si la un tip de procedura cu termen mai scurt de derulare</p> | <p>AC va analiza recomandările având în vedere că preluarea acestora presupune refacerea documentației tehnice și procedurii de achiziție.</p> |

(achiziție directă), însă în același timp cu o perioadă mai mare pentru încheierea contractelor cu fiecare operator și o gestionare eficientă și concomitentă a tuturor echipelor de proiect implicate.

Nu în ultimul rând, considerăm ca este foarte important ca achiziția de UX/UI Design să fie însoțită și de implementare, altfel s-ar crea o întârziere foarte mare între livrarea designului și publicarea website-ului și implicit apariția unor discrepanțe între abordările echipelor de proiect în cazul în care se vor contracta 2 operatori diferiți (webdesign și implementare).

5. Concluzii privind rezultatul procesului de consultare a pieței:

Până la termenul limită, 28.02.2023, au fost primite propuneri din partea unui singur operator economic, respectiv: Zitec COM SRL

Autoritatea contractantă a răspuns punctual cu privire la observațiile/ sugestiile operatorului economic care a trimis propuneri prin mijloacele electronice la adresa de e-mail: laura.sabau@ps2.ro si in CC la adresa de e mail: infopublice@ps2.ro, cu privire la cerințele caietului de sarcini supus consultării.

Răspunsurile Autorității au avut în vedere ca acestea să nu aibă ca efect denaturarea concurenței și/sau încălcarea principiilor nediscriminării și transparenței.

Având în vedere că în cadrul procesului de consultare a pieței operatorul economic a prezentat o soluție tehnică diferită și ținând cont de discuțiile purtate în cadrul ședinței de consultare, autoritatea contractantă va reface documentația tehnică, ținând cont, atât de sugestiile primite, cât și de obiectivele și constrângerile justificative ale autorității contractante, precum și de prevederile legale specifice domeniului achizițiilor publice.

Director Executiv,
Directia Achiziții Publice
Adrian Nica

Întocmit,
Consilier achiziții publice,
Săbău Laura – Maria