

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Przedmiot Zamówienia pn. „Wykonanie dla 20 Mikro Małych i Średnich przedsiębiorstw z województwa świętokrzyskiego 20 usług proinnowacyjnych w formie rebranding’u w zakresie zmiany komunikacji wizualnej z rynkiem” realizowany będzie przez Wykonawcę w okresie od dnia podpisania umowy do dnia 20.06.2014 rok

Zamówienie należy zrealizować w ramach pięciu etapów:

Etap I: Analiza aktualnego wizerunku marki przedsiębiorstwa

Etap II: Wstępny projekt koncepcyjny (Manual concept) pn. „Idea i logotyp”

Etap III: Wybór przez przedsiębiorcę jednego z proponowanych wariantów logotypów i systemu identyfikacji wizualnej marki

Etap IV: Opracowanie końcowego projektu koncepcyjnego (Manual concept) pn. „Elementy tożsamości wizualnej”

Etap V: Zakończenie współpracy pomiędzy Wykonawcą, Zamawiającym a przedsiębiorcą

Etap I: Analiza aktualnego wizerunku marki

1. Badanie oczekiwań i potrzeb przedsiębiorcy w zakresie kreowania nowego wizerunku marki obejmować powinno co najmniej:
 - a) Analiza dokumentów, świadectw materialnych firmy dotyczących obszaru wizualizacji obecnej marki.
 - b) Analiza aktualnie wykorzystywanych logotypów, wszystkich aktualnych elementów wizualnych marki oraz wykorzystywanych metod i narzędzi komunikacji.
 - c) Pozyskanie informacji na temat otoczenia marki tj. branży w jakiej działa firma, grupy docelowej oraz istniejącej konkurencji.

Sposoby i metody pracy w ramach Etapu I: spotkania robocze w siedzibie przedsiębiorcy i/lub siedzibie Zamawiającego; zaprezentowanie harmonogramu i poszczególnych zadań w ramach usługi na przykład w formie prezentacji multimedialnej; szczegółowe określenie sposobu i metody pracy zgodnie z Etapem II i Etapem IV pkt.5, tj. uzyskanie informacji o preferencjach i potrzebach przedsiębiorcy w zakresie sposobu i formy przekazywania poszczególnych etapów prac oraz identyfikacji wizualnej na materiałach wizerunkowych; zebranie niezbędnych informacji i materiałów do stworzenia aktualnego otoczenia marki; przygotowanie dokumentacji fotograficznej dotyczącej aktualnego standardu identyfikacji wizualnej marki.



Etap II: Wstępny projekt koncepcyjny (Manual concept) pn. „Idea i logotyp”

Zakres i treść wstępnego projektu koncepcyjnego (Manual concept) pn. „Idea i logotyp” powinien zawierać co najmniej niżej przedstawione elementy:

- 1) **Obecna sytuacja, czyli obecny logotyp i claim** (jeżeli istnieje), rozumiany jako hasło/slogan przewodni i stanowiący element identyfikacji wizualnej marki.
- 2) **Świat marki, czyli prezentacja otoczenia marki w postaci zdjęć wraz z odnoszącą się do prezentowanego świata marki kolorystyką**
- 3) **Propozycja nowego claim i jego typografii** poszerzona o wady i/lub zalety istniejącego i/lub nowego claimu w postaci:
próbki fontu i/lub sloganu i/lub przykładowego tekstu np. o branży.
- 4) **Propozycja logotypu nr 1**, z których każda propozycja powinna przedstawiać minimum:
 - a) proponowany logotyp (wersja full kolor) + claim (jeżeli jest wymagany lub jeżeli istnieje potrzeba zmiany)
 - b) proponowany logotyp (wersja czarno-biała) + claim (jeżeli jest wymagany lub jeżeli istnieje potrzeba zmiany)
- 5) **Propozycja logotypu nr 2**, z których każda propozycja powinna przedstawiać minimum:
 - a) proponowany logotyp (wersja full kolor) + claim (jeżeli jest wymagany lub jeżeli istnieje potrzeba zmiany)
 - b) proponowany logotyp (wersja czarno-biała) + claim (jeżeli jest wymagany lub jeżeli istnieje potrzeba zmiany)
- 6) **Propozycja logotypu nr 3**, z których każda propozycja powinna przedstawiać minimum:
 - a) proponowany logotyp (wersja full kolor) + claim (jeżeli jest wymagany lub jeżeli istnieje potrzeba zmiany)
 - b) proponowany logotyp (wersja czarno-biała) + claim (jeżeli jest wymagany lub jeżeli istnieje potrzeba zmiany)

Sposoby i metody pracy w ramach Etapu II: prezentacja, uzgodniona w ramach Etapu I, zawierająca zdjęcia, teksty, przykłady grafiki obrazów w określonej kompozycji przekazana przedsiębiorcy w wersji elektronicznej i/lub papierowej.

Wymagania techniczne dla wersji papierowej: Moodboard(-y) tj. poster projektowy– plansza (-e) - przedstawienie w formie graficznej i merytorycznej:

- Forma: papierowa
- rodzaj papieru: fotograficzny
- format: min. A3
- układ stron przejrzysty i widoczny – każdy element przedstawiony na odrębnej planszy





Projekt „Perspektywy RSI Świętokrzyskie - IV Etap” jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Jednym z podstawowych celów projektu, którego dotyczy niniejsze zamówienie jest tworzenie powiązań na linii nauka – biznes i włączanie studentów w proces komercjalizacji wiedzy zdobytej w trakcie trwania nauki. Dlatego w ramach prac Etapu II Wykonawca umożliwi udział studentów kierunków związanych z wzornictwem z uczelni wyższych regionu świętokrzyskiego wskazanych przez Zamawiającego. Udział studentów będzie ograniczać się jedynie do części zadań Etapu II, które obejmują prace koncepcyjne podczas procesu rebrandingu, tj. tworzenie koncepcji 3 nowych propozycji logotypów. W efekcie nie spowoduje to naruszenia interesów przedsiębiorstw oraz ujawniania informacji poufnych przekazanych Stronom podczas realizacji usług.

Etap III: Wybór przez przedsiębiorcę jednego z proponowanych wariantów logotypów i systemu identyfikacji wizualnej marki na podstawie prezentacji, dokonanej w Etapie II. Przedsiębiorca ma prawo wносить sugestie, uwagi do wybranej koncepcji a Wykonawca je uwzględnić.

Metoda przekazu informacji dla Wykonawcy: decyzja przedsiębiorcy.

Etap IV: Opracowanie końcowego projektu koncepcyjnego (Manual concept) pn. „Elementy tożsamości wizualnej”

Zakres i treść „Elementy tożsamości wizualnej” powinien zawierać co najmniej niżej przedstawione elementy:

- 1) **Obecna sytuacja, czyli obecny logotyp i claim** (jeżeli istnieje), rozumiany jako hasło/slogan przewodni i stanowiący element identyfikacji wizualnej marki.
- 2) **Świat marki, czyli prezentacja otoczenia marki w postaci zdjęć wraz z odnoszącą się do prezentowanego świata marki kolorystyką**
- 3) **Nowy claim i jego typografia** (jeżeli jest wymagany lub jeżeli istnieje potrzeba zmiany) w postaci:
próbki fontu i/lub sloganu i/lub przykładowego tekstu np. o branży.
- 4) **Logotyp podstawowy** powinien stanowić minimum:
 - a. proponowany logotyp (wersja full kolor) + claim
 - b. proponowany logotyp (wersja full kolor) + claim - inwersja
 - c. proponowany logotyp (wersja czarno-biała) + claim
 - d. proponowany logotyp (wersja czarno-biała) + claim - inwersja
 - e. Kolorystykę (CMYK, RGB, Pantone, RAL, Avery)
 - f. Pole ochronne
 - g. Wersje niedozwolone
 - h. Minimalną reprodukcję znaku
 - i. Całość w wersji elektronicznej z możliwością edycji w tzw. „plikach otwartych”
- 5) **Identyfikacja wizualna marki na materiałach wizerunkowych, uzgodniona w Etapie I,** obejmująca co najmniej: wizytówki, papier firmowy, koperty – DL/C5, C4, A4, teczki A4, teczki





KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt „Perspektywy RSI Świętokrzyskie - IV Etap” jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

A4, Płyta CD + okładka oraz do wyboru przez przedsiębiorcę: identyfikator, środki transportu, przykładowy gadżet reklamowy.

Sposoby i metody przekazu przez Wykonawcę prac w ramach Etapu IV - wymagania techniczne dla opracowania:

- 1) wydruk w formie papierowej, format min. A4, papier Kreda Błysk 135g/m², zbindowane trwale w jedną całość, ilość sztuk 2 (1 egzemplarz dla przedsiębiorcy, 1 egzemplarz dla Zamawiającego).
- 2) nośnik elektroniczny (CD/DVD) – zakres zawartości identyczny jak w wersji papierowej, zapisany w tzw. „plikach otwartych”, ilość sztuk 2 (1 dla przedsiębiorcy, 1 dla Zamawiającego)

Etap V:

Zakończenie współpracy pomiędzy Wykonawcą, Zamawiającym a przedsiębiorcą nastąpi na podstawie podpisanego protokołu zdawczo-odbiorczego końcowego projektu koncepcyjnego (Manual concept) pn. „Elementy tożsamości wizualnej”.