

BRIEF DO KONKURSU

INFORMACJE OGÓLNE

Nazwa działania:

System identyfikacji wizualnej Miasta Łodzi - hasło i logo dla kierunku Łódź Centrum Przemysłów Kreatywnych.

Przedmiot zamówienia: Opracowanie hasła i logo Miasta Łodzi, na podstawie którego powstanie system identyfikacji wizualnej i księga znaku. Hasło i logo będą wykorzystywane do komunikowania o marce i powinny w czytelny sposób przedstawiać założenia Strategii promocji i komunikacji marketingowej marki Łódź na lata 2010-2016 stanowiąc jednocześnie wizualizację przyjętego kierunku – Łódź Centrum Przemysłów Kreatywnych.

ZAŁOŻENIA STRATEGICZNE DZIAŁANIA

Podstawowy cel komunikacji:

Wizja: pokazanie Łodzi jako Centrum Przemysłów Kreatywnych - Obietnica.

W Łodzi tworzysz, wymyślasz, jesteś oryginalny, zarabiasz, rozwijasz się. Jesteś podziwiany, naśladowany, stajesz się wzorem. Odnosisz sukces.

Grupy docelowe działania:

Mieszkańcy Łodzi, Polski, Europy, przedsiębiorcy, biznesmeni, studenci i ucący się, turyści, osoby zainteresowane kulturą, rozrywką, udziałem w kongresach i konferencjach (patrz skrót dokumentu Strategii strony 70-130)

Konkurencja:

Duże miasta polskie np. Gdańsk, Katowice, Szczecin, Wrocław, Lublin, Kraków, Poznań, Warszawa,

Sytuacja marketingowa:

1. Jak wynika z badań TNS OBOP przeprowadzonych w trakcie prac nad Strategią Marki Łódź, miasto Łódź nie kojarzy się w istotny sposób ani pozytywnie ani negatywnie. W świadomości respondentów funkcjonują pewne skojarzenia dotyczące położenia geograficznego Łodzi w centrum Polski, przemysłu włókienniczego w przeszłości, fabryk, tradycji filmowych i awangardy (patrz skrót z dokumentu Strategii).

2. Promocja wizerunku Miasta Łodzi nie wynikała do tej pory ze spójnej i jednolitej strategii komunikacji marki.

3. Komórki organizacyjne Urzędu Miasta Łodzi (Wydziały, Biura) i podmioty podległe Miastu posługują się różnymi projektami graficznymi, layoutami, znakami graficznymi.

Zasięg:

Polska, Europa, Świat

RTB:

- Liwprojekt - www.liwprojekt.pl

- Pharmena- www.pharmena.pl

- Sfera - www.sfera.pl

- Mobile MS- www.mobilems.pl
- Łukasz Jemioł- www.lukaszjemiol.com.pl
- MMC Studio- www.mmcstudio.nazwa.pl
- Retrovintage.pl- <http://www.facebook.com/people/Retrovintage-Pl/100000523166240>
- Atak Design- www.atakdesign.pl
- Lots Of Dots- <http://www.lots-of-dots.pl/>
- Stowarzyszenie Topografie- www.topografie.pl
- Owoce i Warzywa- www.facebook.com/owoceiwarzywa
- Se-ma-for Produkcja Filmowa- www.se-ma-for.com
- Opus Film- www.opusfilm.com
- Zakłady Farmaceutyczne Polfa-Łódź- <http://www.polfa-lodz.com/>
- mdh sp. z o.o. - www.memoinfo.pl
- DYWILAN- www.dywilan.pl,
- COBA Solutions- www.cobasolutions.com
- Apa Projekt- www.apaprojekt.com
- ITB Moratex- <http://www.moratex.eu/>
- AMG.net S.A. Łódź - www.amg.net.pl
- Telma Group Communications - <http://www.telmagroup.pl/>
- .exe Evolution Sp. z o.o.- www.exeevolution.pl
- Listonic Sp z o.o.- <http://listonic.pl>
- Purpose- www.kreatywnisamozatrudnieni.pl
- www.miastoinnowacji.lodz.pl

Pożądaný wizerunek docelowy Miasta Łodzi:

Łódź - Centrum Przemysłów Kreatywnych

INFORMACJE DODATKOWE

Materiały pomocnicze - Dokument Strategii (załącznik Nr 2 do Regulaminu Konkursu)