

Załącznik Nr 4 do Regulaminu Konkursu

Marka: Miasto Łódź

Temat projektu: Stworzenie Identyfikacji Wizualnej oraz pełnej księgi znaku dla Miasta Łodzi (logotyp oraz herb Miasta w języku polskim oraz angielskim.)

Obszary które powinny zostać uwzględnione w opracowanym projekcie:

W ramach Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Miasta Wykonawca opracuje i zaprojektuje księgę znaku logotypu Miasta Łodzi /podręczny dokument stosowania logotypu Miasta Łodzi:

- szczegółowy opis budowy logotypu, logotyp w siatce modułowej, pole ochronne logotypu Miasta Łodzi, minimalną wielkość logotypu Miasta Łodzi, dopuszczalne tła dla logotypu Miasta Łodzi, formy niedozwolonego logotypu Miasta Łodzi i przykłady jego prawidłowego, jak i niepoprawnego zastosowania. Logotyp powinny zostać przedstawione w pięciu wersjach językowych: polskiej, angielskiej, niemieckiej, rosyjskiej, jidysz. Księga znaku powinna zawierać wytyczne dotyczące stosowania herbu i logotypu Miasta Łodzi w jednym materiale, w zależności od potrzeb.
- opis kolorów logotypu w różnych paletach kolorów oraz monochromatyczne (CMYK/RGB/PANTONE/SZAROŚCI),
- typografię – dobór typografii firmowej i użytkowej /liternictwa/

Zasady projektowania materiałów z uwzględnieniem następujących kierunków komunikacji:

- a) miasto Łódź jako marka parasolowa
- b) komunikacja wybranych grup docelowych Miasta Łódź :
 - i. Promocja Gospodarcza
 - ii. Promocja Edukacyjna
 - iii. Promocja Turystyczna
 - iv. Promocja Kulturalna
 - v. Promocja Sportowa
 - vi. Biuro Województwa Łódzkiego w Brukseli (sekcja Miasta Łódź) odrębne lub zmodyfikowane logo
 - vii. Sponsor / Współorganizator wydarzeń kulturalnych i sportowych (obcych), które posiadają swoje odrębne layouty
 - viii. Cykliczne wydarzenia organizowane przez Urząd Miasta Łodzi – Święto Łodzi, Sylwester Miejski – odrębne logotypy i identyfikacje wizualne

Projekt materiałów firmowych:

1. teczka papierowa format A4
2. papier firmowy w formacie A4 (kolorowy i monochromatyczny), korespondencji wychodzącej z wyróżnieniem wydziału
3. usystematyzowanie sposobu przygotowania dokumentów, raportów, opracowań, okładek do sprawozdań itp. Umieszczenie logotypów, wyróżnienie dla wydziałów, określenie czcionki, wymiarów itp.
4. koperty (3 różne formaty: A4 , A3 oraz DL)
5. szablon wizytówki– ogólnej i imiennej
6. szablon nadruku na płyty CD/DVD
7. etykieta firmowa- naklejki/ nadruki na segregatory, publikacje itp.

8. raporty /okładka i układ wnętrza/
9. szablon graficzny poczty elektronicznej z zasadami zapisu informacji w stopce z wyróżnikami dla poszczególnych wydziałów
10. szablon prezentacji PPT w wyróżnikami dla poszczególnych wydziałów
11. szablon graficzny newslettera
12. identyfikator

Projekt materiałów BTL:

Outdoor

1. balon mały
2. balon duży
3. rama pneumatyczna
4. namiot na stelażu
5. namiot pneumatyczny
6. flaga wolnostojąca
7. baner reklamowy (również baner nad ul. Piotrkowską wym. 1x9m)
8. „witacze” na rogatkach Miasta

Indoor

1. roll-up
2. ścianka reklamowa

Projekt materiałów reklamowych:

Gadżety

1. smycz
2. kubek
3. podkładka pod mysz
4. t-shirt
5. torba papierowa
6. balon dla dzieci
7. parasol
8. notatnik
9. pin
10. długopis

Druki

1. broszura informacyjna
2. ulotka informacyjna
3. reklama/ogłoszenie prasowe
4. zaproszenie na wydarzenie organizowane przez Miasto Łódź
5. folder informacyjny
6. plakat imprezy własnej (np. Sylwester, Święto Łodzi)
7. plakat imprezy zewnętrznej wpisanej w obcy layout (np. Juwenalia, Koncert, Festiwal)

Charakterystyka grupy docelowej:

- a) klienci urzędu (zarówno krajowi jak i zagraniczni)
- b) pracownicy urzędu
- c) mieszkańcy Województwa Łódzkiego;
- d) mieszkańcy Polski, Europy,

- e) turyści wewnętrzni i zewnętrzni
- f) duzi, mali i średni przedsiębiorcy zainteresowani działaniem w regionie (oraz potencjalni przedsiębiorcy);
- g) środowiska opiniotwórcze; osoby zainteresowane, kulturą, sztuką, rozrywką,
- h) studenci lub potencjalni studenci, osoby uczące się,
- i) media: prasa, radio, telewizja o zasięgu lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim.