

Załącznik nr 3 – Zakres projektów do wykonania

Zakres projektów do wykonania w II etapie konkursu

Należy wykonać minimum 2 koncepcje identyfikacji i nie więcej niż 3 koncepcje identyfikacji w zakresie:

1. Propozycja znaku słowno-graficznego (logotypu) w wersji kolorowej oraz monochromatycznej
2. Propozycji użycia znaku w kontekście tabliczki informacyjnej umieszczonej przy drzwiach pracowni artystycznej.
3. Propozycje użycia znaku w kontekście gadżetu promocyjnego – torby reklamowej na ramię.

Zakres Księgi Identyfikacji Wizualnej do przygotowania przez Zwycięzcę Konkursu, w przypadku zawarcia z nim umowy na realizację zakresu jak niżej po zakończeniu Konkursu, z zastrzeżeniem pozostałych warunków zawartych w Regulaminie.

1. Księga Znak /Brand book:

- wersja podstawowa znaku – pełen znak
- wersja uzupełniająca znaku – układ pionowy i poziomy
- wersja skrócona znaku
- rozpisanie znaku na siatce konstrukcyjnej
- strefa ochronna znaku
- wielkości minimalne znaku
- wersje kolorystyczne znaku
- kolorystyka podstawowa w systemie Pantone, CMYK, RAL, Oracal, RGB
- kolorystyka tła znaku
- typografia / krój podstawowy oraz uzupełniający (pismo z rodziny Google Fonts / Zestaw dostępny w Microsoft / Typekit) – kompleksowe doradztwo dotyczące fontów i ich użycia i licencjonowania)
- przygotowanie formatów plików: EPS / PNG / PDF / SVG w wersji pełnej, skróconej, pionowej i poziomej; odpowiednie opisanie zastosowania poszczególnych typów plików przy rozwiązaniach technologicznych / produkcyjnych
- jak nie stosować znaku

2. Podstawowe materiały marki:

- papier firmowy w wersji polskiej / wersja drukowana i formularz elektroniczny (w tym wybór papieru i techniki druku)
- szablon wizytówki firmowej w dwóch wersjach językowych zawierającej logo ((w tym wybór papieru i techniki druku)

- koperty: C4, C5, DL (w tym wybór papieru i techniki druku)
- teczka firmowa (wraz z określeniem papieru i techniki wykonania)
- stopka mailowa
- projekt roll-upa i ścianki prasowej
- projekt reklamy prasowej i internetowej
- projekt plakatu reklamowego B1
- komplementki
- zaproszenia na wydarzenie w instytucji w formacie DL i A5 (w tym wybór papieru i techniki druku)
- torba reklamowa na ramię
- brzegowe informacje o znakowaniu na niewielkich gadżetach (długopis, notes itp.)