

**Do 20 lutego br. aktywna jest ankieta, która pomoże w dokonaniu oceny diagnozy stanu marki Starachowice i jej postrzegania przez różne grupy odbiorców. Wyniki opracowania posłużą specjalistom w pracy nad stworzeniem nowego Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice. W Urzędzie Miejskim odbyły się także badania fokusowe, podczas których uczestnicy dyskutowali o obecnym wizerunku miasta.**



W badaniach przeprowadzonych przez wykonawcę zlecenia, firmę APLAN MEDIA sp. z o.o., wzięli udział przedstawiciele grupy starachowickich seniorów, młodzieży oraz przedsiębiorców. Kolejnym krokiem będzie praca koncepcyjna, po jej finalizacji nastąpi ogłoszenie konsultacji społecznych wypracowanego znaku marki.

### **W ramach zamówienia wykonawca jest zobowiązany do:**

#### I. Opracowania znaku marku

- a) Opracowania logo.
- b) Opracowania księgi znaku marki (opis idei znaku, wyglądu, konstrukcji, pola ochronnego, kolorystyki oraz zastosowanie logo na różnych tłach, przygotowanie wersji achromatycznych, a także przypadki użycia niedozwolonego).
- c) Opracowania hasła promocyjnego – hasło powinno wywołać pozytywne

skojarzenie oraz wiązać się ze specyfiką miasta. Hasło należy przygotować w języku polskim oraz angielskim.

d) Połączenia oficjalnego znaku marki z logotypami miejskich jednostek organizacyjnych (np. Park Kultury, Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji itd.).

e) Opracowania znaku marki z uwzględnieniem napisu: „Patronat Prezydenta Miasta Starachowice”.



## II. Opracowania Księgi Systemu Identyfikacji Wizualnej (SIW):

a) Opracowania procedur i oznaczeń graficznych stosowanych w komunikacji marki Starachowice

b) Opracowania elementów Księgi SIW uwzględniających w szczególności:

- zaproszenia
- roll-up
- ścianka wystawiennicza (promocyjna)
- plakat – format A0
- teczka gratulacyjna A4: układ graficzny;
- dyplom uznaniowy – druk jednokolorowy;
- papier ozdobny;
- identyfikatory dla pracowników;
- tabliczki na drzwi w Urzędzie Miejskim;

- wzór tablic informacyjnych;
- koperta (mała - DL i C6, duża - C4);
- papier firmowy A4 (wersja pionowa i pozioma) - specjalny układ kompozycyjny znaku oraz danych teleadresowych wraz z krojem pisma, rozmiarem oraz kolorem, specjalna barwa znaku, format pliku: Microsoft Word, wersja polska i angielska;
- wizytówka - wersja polska i angielska;
- layout prezentacji PowerPoint (strona pierwsza i kolejne) - wersja polska i angielska;
- layout korespondencji mailowej (top i stopka e-mail);
- oficjalne tło do MS Teams i Zoom (wersja PL i ENG)

Elementem zamówienia jest także uwzględnienie w Księdze SIW identyfikacji wizualnej i propozycji materiałów promocyjnych Młodzieżowej Rady Miasta Starachowice na podstawie przesłanego przez Zamawiającego logo MRM. Idea znaku zawarta w SIW powinna zostać zbudowana na podstawie herbu Miasta Starachowice jako najważniejszym elemencie budującym tożsamość mieszkańców z miastem.



Dziękując uczestnikom badań fokusowych za aktywność, wciąż zachęcamy Państwa także do wypełnienia ankiety internetowej, która pozwoli na dokonanie szerokiej oceny diagnozy stanu marki Starachowice i jej postrzegania przez różne grupy

odbiorców.

**↓ ANKIETA - kliknij w poniższy odnośnik ↓**

[//www.webankieta.pl/ankieta/891064/postrzeganie-marki-miasta-starachowice.html](http://www.webankieta.pl/ankieta/891064/postrzeganie-marki-miasta-starachowice.html)

Zadanie jest w całości realizowane w ramach projektu „Kierunek Przyszłość – Starachowicki Program Rozwoju Lokalnego”, finansowanego z Norweskiego Mechanizmu Finansowego na lata 2014-2021 (85%) oraz budżetu państwa (15%) z Programu „Rozwój Lokalny”.