

## Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Nr sprawy KZGW/KCP/147/2021

na dzień 23 sierpnia 2021

### Opracowanie księgi brandingowej PGW Wody Polskie oraz wizualizacji projektu Aktywni Błękitni.

**Cel:** Wykonawca opracuje księgę brandingową Wód Polskich, opartą na księdze znaku Zamawiającego oraz biorącą pod uwagę działalność i branżę Zamawiającego. Motyw graficzny powinien nawiązywać do działalności Zamawiającego i w łatwy sposób utożsamiać go z prowadzoną działalnością.

Zaproponowany motyw nie może wprowadzać w błąd odbiorcę, ale nie musi być motywem oczywistym.

**Projekty:** 3. Wykonawca przedstawi min. 2 różne projekty wstępne brandingowe (poza tym przedstawianym w zapytaniu ofertowym) oraz 1 różne projekty wstępne Aktywnych Błękitnych w terminie 10 dni kalendarzowych po podpisaniu umowy.

**Materiały:** Wykonawca finalnie przedstawi Zamawiającemu księgę (plik: pdf oraz plik otwarty wraz z paczką materiałów umożliwiającą edycję) oraz poszczególne materiały księgi.

### Harmonogram i przebieg prac:

- a) Zamawiający oraz Wykonawca odbędą spotkanie organizacyjne, w trakcie którego omówią zadanie oraz harmonogram zadań.
- b) Zamawiający w trakcie spotkania organizacyjnego przekaze Wykonawcy wszystkie niezbędne do realizacji zadania materiały.
- c) Wykonawca przedstawi min. 3 różne projekty wstępne brandingowe oraz 2 różne projekty wstępne wizualizacji Aktywnych Błękitnych (zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia – Załącznik nr 2) w terminie do 10 dni kalendarzowych po podpisaniu umowy.
- d) Zamawiający w terminie 3 dni roboczych od otrzymania projektów wstępnych wniesie swojego uwagi lub zaakceptuje projekt.
- e) Wykonawca w terminie 3 dni roboczych od otrzymania uwag wprowadzi poprawki.
- f) Zamawiający maksymalnie 3 razy wniesie uwagi. Następnie Wykonawca zaproponuje kolejne dwa inne projekty uwzględniające wszystkie uwagi Zamawiającego
- g) Po akceptacji projektu wstępnego Wykonawca będzie przedstawiał zamawiającemu kolejno składowe zamówienia przedstawione w opisie przedmiotu zamówienia – Załącznik nr 2.
- h) Zamawiający w terminie 3 dni roboczych od otrzymania projektów składowych zamówienia wniesie swojego uwagi lub zaakceptuje projekt.

## I. BRAND BOOK PGW WODY POLSKIE

Zamawiający posiada księgę znaku PGW Wody Polskie.

Biorąc pod uwagę księgę znaku oraz własny pomysł, Wykonawca przedstawi brand book, który obejmuje następujące elementy graficzne (przedstawione w poszczególnych rozdziałach brand booka).

### Podstawy identyfikacji

- Logo: Zamawiający posiada wraz z księgą znaku (Wykonawca przedstawi w brand booku skrót informacji)
- Kolorystyka: (Wykonawca przedstawi w brand booku skrót informacji)
- Typografia
- Motyw przewodni / key visual

### Nazewnictwo (do uzupełnienia w księdze po przesłaniu materiałów przez Zamawiającego)

- Nazwa marki
- Skróty
- Hasła przewodnie

### Elementy graficzne

- Ikonografia: min. 100 ikonek/piktogramów dot.:
  - gospodarki wodnej;
  - social mediów;
  - działań komunikacyjnych i promocyjnych
- Szablon infografiki: Wykonawca przedstawi infografikę zawierającą następujące elementy: Tytuł, podtytuł, lead, akapit tekstu, wykresy (kołowy, słupkowy, okrągły wraz z legendą), wyimek, cytaty Prezesa.
- Mapa Polski z podziałem na RZGW
- Wytyczne do fotografii: Wykonawca przedstawi sposób oznakowywania zdjęć w trzech ujęciach: zdjęcie do konkursu na FB, cytaty ze zdjęciem Prezesa, alert (np. powodziowy).

### Akcydensy

- Papier firmowy: jednostki, departamentu, Prezesa (na przykładzie KZGW)
- Koperty (DL, C5, A4)
- Wizytówki
- Notatnik/notes biurowy
- Teczka ofertowa
- Zaproszenie
- Legitymacja/identyfikator

### Sieci społecznościowe

- Grafiki profilowe i cover foto na: FB, Twitter, Instagram, Youtube, Flickr, LinkedIn.
- Wpisy dla powyższych mediów społecznościowych na przykładzie: wpisu edukacyjnego (FB), konkursu (Instagram), cytatu (LinkedIn).

### Media cyfrowe

- Stopka mailowa
- Ogłoszenie rekrutacyjne

### Materiały marketingowe

- Oferta/folder
- Ulotka tematyczna
- Raport wraz z: okładka, wstęp, rozdziałówka, tytuł, podtytuł, prezentacja zdjęcia wraz z podpisem, statystyki (słupkowy, kołowy, liniowy wraz z legendą), mapa polski z podziałem na RZGW, wyimek w tekście, cytat, tabela oraz inne zaproponowane przez Wykonawcę.

### Opakowania

- Torba papierowa
- Papier pakowy

### Wystawiennictwo

- Roll-up 120x200 cm
- Ścianka 400x230 cm
- Winder

### Signage

- Oznakowanie zewnętrzne budynku wraz z zalecaną techniką wykonania i zalecanymi materiałami (napis podświetlany, tablica podświetlana). Wykonawca przedstawi wizualizacje na budynku oraz sam projekt.
- Tablice informacyjne na budynek w zestawieniu z tablicami urzędowymi. Wykonawca przedstawi wizualizacje na budynku oraz sam projekt.
- Tablice edukacyjne nt obiektów hydrotechnicznych: krótkie i rozbudowane.
- Tablice informacyjne dot. obiektów hydrotechnicznych.

### Flota

- Samochody
- Statki żeglugi śródlądowej

### Elementy garderoby

- T-shirt wraz z sugerowanymi technikami zadruku
- Kurtka wraz z sugerowanymi technikami zadruku

### Gadżety firmowe

- Kubek
- Puzzle: wzór pudełka
- Torba materiałowa: logo, slogan, motyw graficzny
- Smyczka

## II. KAMPANIA AKTYWNI BŁĘKITNI

1. Znak graficzny wraz ze skróconą wersją księgi znaku: kolorystyka (kolor, mono), rozmiar, typografia, użycie na tle.
2. Motyw ozdobny nawiązujący do tematyki programu. W motywie należy uwzględnić bohaterów (Aktywnych Błękitnych) jako motyw główny oraz motyw poboczny, czyli udział w kampanii: policji, straży pożarnej, WOPR, 112.
3. Motyw należy przedstawić na:
  - a. Mini księdze znaku
  - b. Plakacie A2
  - c. Zdjęciu w tle dla FB
  - d. Banerku online informacyjnym (standardowy rozmiar strony internetowej)
  - e. Certyfikat
  - f. Prezentacja (slajd tytułowy, ogólny)

Informacje na temat programu Aktywni Błękitni można znaleźć na naszym Facebooku:  
<https://www.facebook.com/AktywniBlekitni>

W przypadku pytań prosimy o kontakt mailowy z Eweliną Miłoń-Czerwik,  
[ewelina.milon-czerwik@wody.gov.pl](mailto:ewelina.milon-czerwik@wody.gov.pl).