**Prilog I**

**PROJEKTNI ZADATAK I OPIS PROJEKTA**

**(za grupu 2 predmeta nabave)**

**Predmet nabave:** Promidžba i vidljivost

**Promidžba i vidljivost uključuje:**

* Grupa 2 – izrada vizualnog identiteta projekta, dizajna te knjige standarda za projekt Povežimo se baštinom

**Opis i razrada aktivnosti**

Predmet ove aktivnosti je usluga izrade vizualnog identiteta projekta, dizajna te knjige standarda za projekt Povežimo se baštinom koji uključuje izradu.

Za izradu materijala moguće je u komunikaciji sa svim partnerima definirati potrebne elemente za izradu koja će biti osnova za daljnje aktivnosti projekta koji uključuju pripremu offline i online materijala i svih drugih materijala koji se definiraju u sklopu ove grupe (dizajn), a sve s ciljem maksimiziranja vidljivosti i potencijala projekta, partnera i proizvoda koji su uključeni.

Cilj nabave grupe 2 je izrada vizualnog identiteta projekta, dizajna svih materijala u nastavku kao i izrada potrebne knjige standarda materijala i dizajna.

Projekt je dio projekta udruživanja gradova i općina na području Urbane aglomeracije Rijeka koji uz nositelja projekta Grad Rijeku, povezuje općine Mošćenička Draga, Lovran, Kostrena, Čavle, Viškovo i Klana i gradove Opatiju, Kraljevicu i Kastav.

Projekt sadrži koordinirane aktivnosti usmjerene prema zajedničkoj viziji razvoja prepoznatljive i jedinstvene kulturne baštine urbanog područja uz poticanje turističkog razvoja temeljenog na načelima održivosti. Temeljna svrha projekta jest izgradnja novih i revitalizacija postojećih lokacija kulturno–povijesne baštine s ciljem stvaranja novih turističkih proizvoda uz njihovu integraciju u jedinstvenu turističku ponudu područja riječke urbane aglomeracije.

*Opis projekta*

Povezivanjem kulturne baštine u jedinstvenu kulturnu ponudu stvara se važan čimbenik sinergijskih programa u kulturi i doživljaja koje će građani i posjetitelji dobiti na licu mjesta. Transformacija nedovoljno iskorištenih lokaliteta kulturne baštine u prostore s novim namjenama učinit će cijeli prostor UA Rijeka atraktivnijim građanima, posjetiteljima i poduzetnicima. Time će doprinijeti i povećanju zapošljavanja i prihoda uz planirano unapređenje kulturne baštine i njenih infrastrukturnih dijelova.

Projekt okuplja 13 fizičkih lokacija kulturno-povijesne baštine na području UA Rijeka, karakterističnih za svako lokalno područje koji međusobno čine integralni proizvod kulturne ponude. Izgrađeni ili revitalizirani objekti kulturne baštine bit će raznovrsni s obzirom na svoju kulturnu i turističku ponudu i namjenu, publiku koju privlače, razdoblje u kojem su nastali, kao i stupanj razvijenosti turizma u urbanoj okolini. U budućnosti se planiraju uključiti i drugi sadržaji kulturno-povijesne baštine budući da je osnovna interpretacijska poruka projekta „Povežimo se baštinom“ prezentacija bogatstva raznolikosti baštine, stilova života i kulturnih identiteta UA Rijeke.

Projekt predviđa integriran pristup navedenim lokalitetima, ali i cjelokupnoj baštini UA Rijeka kroz njeno mapiranje, izradu narativa, razvoj interpretacijskih planova, zajedničku prezentacijsku infrastrukturu, brand, plan promocije i strateško upravljanje. Stoga, infrastruktura koja će se obnoviti ili izgraditi bit će, prije svega, namijenjena oživljavanju interesa lokalne i šire populacije, uz povećanje atraktivnosti ovih lokacija za turizam naročito osobama zainteresiranim za povijesni i kulturni turizam. Također, projekt ima značajan obrazovni karakter za djecu u osnovnim i srednjim školama s obzirom na školske programe iz povijesti i književnosti.

Posebnost ovog projekta ogleda se u kompleksnosti stvaranja integrirane kulturne ponude (mreža materijalne i nematerijalne kulturne baštine na području Urbane aglomeracije Rijeka) koji povezuje više različitih lokacija na području UA u jedan „proizvod“, iskorištavajući pritom kulturno-turistički potencijal već prepoznate kulturne baštine urbane aglomeracije kako bi se lokalno stanovništvo i posjetitelji upoznali s onim manje poznatim ili trenutno nepristupačnim ili nedovoljno prezentiranim kulturnim obilježjima cijele kulturne destinacije. Odabrane komponente projekta imaju visok stupanj podrške lokalnih zajednica u kojima se nalaze za uključivanjem u integrirani proizvod zajedničke kulturne ponude, a nositelj projekta daje ključnu podršku umrežavanju kroz osnivanje i kasnije održavanje zajedničkog posjetiteljskog centra u Rijeci koji će prezentirati sve lokalitete uključene u projekt i kulturna događanja na lokalitetima, kao i one koji će se naknadno uključiti u integriranu kulturnu ponudu.

Provedba projekta rezultirat će stvaranjem novih kulturno-turističkih proizvoda baziranih na fizičkoj infrastrukturi kulturno-povijesne baštine te ostalim sadržajima koji će povezati fizičke sadržaje uspostavljene kroz projekt, ali i druge ostale točke unutar UA Rijeka koje se baziraju na kulturnoj baštini. Planirane aktivnosti u projektu s krajnjim ciljem uspostave 13 novih ili poboljšanih fizičkih kulturno-turističkih lokacija na području UA Rijeka obuhvaćaju:

1. Pokretanje kulturno-turističkog posjetiteljskog centra u Rijeci
2. Otvaranje Kuće kostrenskih pomoraca
3. Rekonstrukcija kaštela u Brseču i uređenje rodne kuće književnika Eugena Kumičića
4. Etno selo Trebišće – otvaranje mitsko povijesne staze Trebišća – Perun
5. Revitalizacija kaštela u Mošćenicama - Mošćenice, živi povijesni grad
6. Adaptacija Kuće lovranskega guca
7. Obnova trga Zrinski
8. Konzervacija i opremanje Crekvine u funkciji ljetne pozornice i otvorenog prostora prezentacije i interpretacije baštine in situ
9. Sanacija trga Lokvina
10. Izgradnja i opremanje Kuće halubajskega zvončara
11. Revitalizacija Ville Angioline
12. Revitalizacija kaštela Gradina u Klani
13. Revitalizacija kaštela Grobnik.

Projekt je definiran temeljem identificiranja područja s potencijalom razvoja i utjecaja na rješavanje nekih od ključnih problema u sektorima ne koje se odnosi, a to su prvenstveno:

* nedostatak planskog i integriranog sustavnog pristupa revitalizaciji kulturno-povijesne baštine na području UA Rijeke
* nedostatna valorizacija kulturno-povijesne baštine UA Rijeke
* nepostojeća ili nedovoljno atraktivna interpretacija kulturno-povijesne baštine na području UA Rijeke
* nedovoljna iskorištenost kulturno-povijesnog bogatstva u funkciji proširenja turističke ponude
* neujednačen turistički razvoj pojedinih dijelova UA Rijeka
* nedostatak turističkih sadržaja koji bi povećali turistički rast i ublažili sezonalnost turističke ponude
* depopulacija određenih područja UA Rijeka
* ovisnost radno sposobnog stanovništva iz okolnih naselja o radnim mjestima grada Rijeke
* relativno visok broj nezaposlenih.

*Specifični ciljevi projekta*

* Obogaćena ponuda atraktivnih kulturno-turističkih proizvoda osnovanih na revitalizaciji i povećanoj prepoznatljivosti kulturne baštine i povijesnih značajki projektnog područja
* Povećana prepoznatljivost kroz stvaranje integrirane turističke destinacije.

Projektom će se omogućiti:

* obnova i revitalizacija kulturne baštine na širem području UA Rijeke,
* kreiranje zajedničke kulturno-turističke ponude,
* stvaranje novih turističkih proizvoda baziranih na revitalizaciji materijalne i nematerijalne kulturne baštine na području UA Rijeka,
* povećanje broja posjetitelja, naročito na turistički manje razvijenim područjima UA Rijeka, te dulje zadržavanje posjetitelja na projektnom području,
* otvaranje novih radnih mjesta,
* realizaciju inovativnog primjera dobre prakse koji se može primijeniti i u ostalim UA.

*Lokacije projekta i partneri*

Nositelj projekta je Grad Rijeka koji planira provesti projekt u suradnji s 10 partnera:

1. Grad Kastav
2. Grad Kraljevica
3. Grad Opatija
4. Općina Čavle
5. Općina Klana
6. Općina Kostrena
7. Općina Lovran
8. Općina Mošćenička Draga
9. Općina Viškovo
10. Turistička zajednica grada Rijeke

Lokacija provedbe projekta je područje 10 jedinica lokalne samouprave s područja UA Rijeka: Grad Rijeka, Grad Kastav, Grad Kraljevica, Grad Opatija, Općina Čavle, Općina Klana, Općina Kostrena, Općina Lovran, Općina Mošćenička Draga i Općina Viškovo. Upravo je to područje utjecaja projekta u kojem će se ostvariti ključni direktni učinci projekta, poput povećanja broja posjetitelja i noćenja, povećanje zapošljavanja i otvaranja novih tvrtki i slično.

*Primjena i utjecaji projekta*

Kada se uzmu o obzir sve karakteristike projekta „Povežimo se baštinom“, teritorijalni utjecaj projekta treba promatrati na više razina i aplicirati u izradi strategije i daljnjih dijelova projekta i to:

* + Lokalno
	+ Regionalno
	+ Nacionalno
	+ Međunarodno.

Lokalni utjecaj projekta podrazumijeva stvaranje efekta urbane aglomeracije i na cjelokupnu Primorsko-goransku županiju:

* + Razvojem nove kulturne i edukacijske infrastrukture projekt će utjecati na lokalno stanovništvo kojem će ona biti na raspolaganju za korištenje;
	+ Krajnji korisnici nove infrastrukture bit će i lokalno stanovništvo;
	+ Projektom će se otvoriti nove mogućnosti zapošljavanja lokalnog stanovništva, kako direktno unutar nove infrastrukture u kojoj će se realizirati novi sadržaji, tako i u povezanim kulturnim, zabavnim i edukativnim djelatnostima te ugostiteljstvu;
	+ Povećanje broja stranih i domaćih posjetitelja na temelju novih sadržaja i događanja u sklopu projekta rezultirat će povećanjem prometa od turizma, što će donijeti koristi za lokalno stanovništvo otvaranjem novih radnih mjesta, prvenstveno kod lokalnih ugostitelja te pružatelja usluga smještaja.

Regionalni utjecaj projekta odnosi se na šire područje na koje će projekt imati utjecaja, odnosno na ona područja koja će također imat direktne koristi od projekta. U slučaju projekta „Povežimo se baštinom“ regionalni utjecaj odnosi se na šire okruženje Primorsko-goranske županije u koje spadaju Istarska i Ličko-senjska županija. Područja navedenih županija kulturno i obrazovno gravitiraju gradu Rijeci kao regionalnom centru, zbog čega su u predviđanju rezultata projekta predviđena korištenja infrastrukture od strane stanovništva navedenih susjednih županije, naročito kod procjene budućih posjetitelja kulturnih i obrazovnih sadržaja.

Nacionalni utjecaj projekta uzima u obzir utjecaj rezultata projekta na cjelokupno područje Republike Hrvatske. Novonastalim sadržajima projekt promovira Hrvatsku kao kulturnu destinaciju s kvalitetnom kulturnom ponudom za domaće i strane turiste. Dodatno, projekt promovira primjer dobre prakse revitalizacije kulturne baštine čime se stvara primjer dobre prakse povezivanja turizma i kulture na novi način, koji može poslužiti budućim sličnim projektima u njihovom razvoju. Projekt će također omogućiti kvalitetniji rad umjetnika i kulturnih djelatnika iz cijele Hrvatske koji će ovim projektom dobiti kvalitetnu i prepoznatu infrastrukturu za rad.

Međunarodni utjecaj projekta odnosi se na stvaranje prepoznate turističke i kulturne destinacije za turiste iz cijelog svijeta.

*Dodatne napomene*

Za ocjenjivanje ponuda potrebno je dostaviti prijedlog idejnog rješenja vizualnog identiteta projekta s kratkim tekstualnim opisom te minimalno 3 (tri) prijedloga vizualnog rješenja materijala koji se moraju dizajnirati u sklopu nabave ove grupe 2 (vizualizacija i/ili model rješenja u boji):

1. Vizualni identitet projekta (kroz izradu vizualnog identiteta potrebno je definirati verziju za projekt i verzije za svakog partnera i lokaciju zasebno)
2. Knjiga standarda
3. Roll-up projekta plus roll-up po svakom partneru
4. Projektna knjižica (zajednička za sve partnere)
5. Projektni letak (zajednički za sve partnere)
6. Projektna bočica za vodu s tiskom full color na jednoj poziciji
7. Billboard projekta plus za svaku lokaciju/partnera
8. City-light projekta plus za svaku lokaciju/partnera
9. Memorandum projekta plus za svakog partnera
10. With compliments posjetnica za svakog partnera
11. plakat B1 – za projekt i svaku lokaciju posebno
12. Majica - za projekt i svaku lokaciju posebno
13. Idejno rješenje dizajna za web stranicu (naslovnica, stranica novosti, stranica kalendara događanja, projekta stranica, destinacijska stranica)
14. Materijali za radionice projekta (vrećica, blok, olovka, kemijska, mapa)
15. Rokovnik s ugrađenim USB stickom, otisnuti logotip i slogan projekta
16. Oglas i profilne te cover slike za Facebook, Twitter i Instagram (zajednička za projekt plus zasebno za svakog partnera)
17. Web banneri u standardnim veličinama za projekt plus svaku lokaciju posebno
18. Vizualni identitet u primjeni digitalnog newslettera (MailChimp i slično)
19. Stickeri za Viber i Instagram mobilne aplikacije (po lokaciji minimalno 2 kom i 2 kom za projekt)
20. Materijali po lokacijama

|  |  |
| --- | --- |
|  | **GRAD RIJEKA** |
| Promotivni materijali – objedinjeno  | * Letci – format A4 + presavijanja, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Brošure – 28 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji, veličine min. A4, s ilustracijom projekta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu, s tiskom logotipa projekta *full color* na jednoj poziciji
* Rokovnik s ugrađenim USB stickom, min 16 GB, otisnuti logotip i slogan projekta
 |
| Online kampanja | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **OPĆINA KOSTRENA** |
| Promotivni materijali | * Letci – format A5 + presavijanje, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Brošure – 12 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji veličine min. A4, s ilustracijom lokaliteta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu s tiskom *full color* na jednoj poziciji
 |
| Online kampanja | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Općina Mošćenička Draga** |
| Promotivni materijali – za svaku od tri lokacije | * Letci – format A5 + presavijanje, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Brošure – 12 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji veličine min. A4, s ilustracijom lokaliteta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu s tiskom *full color* na jednoj poziciji
 |
| Online kampanja – za svaku od tri lokacije | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Općina Lovran** |
| Promotivni materijali | * Letci – format A5 + presavijanje, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Brošure – 12 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji veličine min. A4, s ilustracijom lokaliteta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu s tiskom *full color* na jednoj poziciji
 |
| Online kampanja | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Grad Kastav** |
| Promotivni materijali – objedinjeno za obje lokacije | * Letci – format A5 + presavijanje, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Brošure – 16 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji veličine min. A4, s ilustracijom lokaliteta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu s tiskom *full color* na dvije pozicije
 |
| Online kampanja – objedinjeno za obje lokacije | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Općina Viškovo** |
| Promotivni materijali | * Letci – format A5 + presavijanje, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Brošure – 12 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji veličine min. A4, s ilustracijom lokaliteta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu s tiskom *full color* na jednoj poziciji
 |
| Online kampanja | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Grad Opatija** |
| Promotivni materijali | * Letci – format A5 + presavijanje, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Brošure – 12 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji veličine min. A4, s ilustracijom lokaliteta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu s tiskom *full color* na jednoj poziciji
 |
| Online kampanja | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Općina Klana** |
| Promotivni materijali | * Letci – format A5 + presavijanje, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Brošure – 12 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije za više jezika)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji veličine min. A4, s ilustracijom lokaliteta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu s tiskom *full color* na jednoj poziciji
 |
| Online kampanja | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **AKTIVNOST** | **Općina Čavle** |
| Promotivni materijali | * Letci – format A5 + presavijanje, 4/4 (jezične mutacije)
* Brošure – 12 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji veličine min. A4, s ilustracijom lokaliteta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu s tiskom *full color* na jednoj poziciji
* Zidni banner na tkanini (veličina 220x130)
 |
| Online kampanja | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **AKTIVNOST** | **Grad Kraljevica** |
| Promotivni materijali | * Letci – format A5 + presavijanje, 4/4 (jezične mutacije)
* Brošure – 12 stranica, klamano, format 21x21 cm, 4/4 (jezične mutacije)
* Platnene vrećice (eko) s tiskom *full color* na jednoj poziciji veličine min. A4, s ilustracijom lokaliteta, logotipom i sloganom
* Bočica za vodu s tiskom *full color* na jednoj poziciji
 |
| Online kampanja | * Izrada Google animiranog bannera, 4 različite dimenzije
 |

Svi materijali pripremaju se u dvojezičnoj verziji (hrvatski/engleski) ili pojedinačno za svaki jezik (hrvatski i engleski), osim ako nije navedeno da se radi u verziji s jezičnim mutacijama.

Trošak izrade materijala za ovu grupu nabave uključuje troškove usluge vanjskog stručnjaka ukoliko se angažira.

Knjiga standarda predaje se u digitalnom formatu. Digitalni format grafičkih standarda pretpostavlja knjigu u PDF-u te zasebne mape u kojima se nalaze svi elementi vizualnog identiteta koje naručitelj mora moći samostalno koristiti (Facebook cover, memorandum i sl.), dok se kod materijala za koje je potrebna razrada (plakat, letci i sl.) predaje u formatu koji odgovara upotrebi (otvoreni vektorski format: .ai, .eps, .pdf).

Predajom Izvršitelja i prihvaćanjem Naručitelja konačne verzije vizualnog identiteta i dizajna svih materijala za projekt Povežimo se baštinom, Izvršitelj prebacuje prava intelektualnog i industrijskog vlasništva za sve vrste korištenja te vlasništvo na Naručitelja.