

Орієнтовне технічне завдання на розробку туристичного логотипу та брендбуку Житомирської області, дизайн якого, у відповідності до умов конкурсу, переможець має розробити та надрукувати готовий брендбук накладом у * одиниць впродовж двох тижнів з дня оголошення його переможцем**

Що варто відобразити в брендбуці?

Центральною ідеєю брендбуку має бути туристичний потенціал Житомирської області.

Головне завдання бренду і комунікаційної стратегії - збільшення туристичного, інвестиційного потенціалу та покращення туристичного іміджу Житомирської області через розробку та популяризацію власного туристичного бренду.

Першочергові канали комунікації, в яких використовуватиметься айдентика:

- Соціальні мережі
- Регіональні та загальнонаціональні ЗМІ
- Події: фестивалі, виставки, масові заходи
- Загальнонаціональні інвестиційні виставки та презентації.
- Рекламні площини в області та за її межами: білборди, сіті-лайти, рекламні табло, інформаційні плакати, громадський транспорт.
- Сувенірна продукція, речі постійного вжитку.

Логотип

а) Концепція (опис). Концептуальний опис фірмового знаку як основного елемента фірмового стилю, зокрема пояснення, у який спосіб він вирішує поставлене завдання та відображає переваги області для цільових аудиторій.

б) Візуальне рішення логотипу (допустиме колірне рішення, опис фірмового кольору (кольорів), чорно-біле рішення);

в) Умови відтворення фірмового знаку. Динамічні рішення в рамках сфер застосування :

- Екологія;
- Мобільність та безбар'єрність;
- Безпека;
- Масові заходи (фестивалі, виставки, концерти тощо);
- Шопінг (сувенірна продукція);
- Гастрономія (заклади громадського харчування, ресторани, гастрономічні події);
- Проживання (заклади тимчасового розміщення);
- Логістика / Транспорт;
- Архітектурні об'єкти / Подорожі Житомирщиною;
- Різні види туризму

г) Умови збільшення / зменшення фірмового знаку за допомогою масштабної сітки;

г) Умови комбінації логотипу з чужорідними графічними і текстовими об'єктами.

Фірмові кольори:

- а) Визначення фірмового кольору (кольорів);
- б) Умови використання і комбінування.

Фірмові шрифти:

- а) Визначення фірмового шрифту;
- б) Умови використання шрифту.

Розташування фірмового знаку на типових носіях:

- а) Конверти, фірмова папка, бейджі, презентація;
- б) Внутрішня ідентифікація: табличка на двері, внутрішній інформатор;
- в) Поліграфія: вітальна листівка, плакат, буклет, карти;
- г) Зовнішня реклама, вуличні покажчики, громадський транспорт;
- г) Сувенірна продукція: горнятко, екторба, кепка, блокнот, тощо;
- д) Зображення профіля для соцмереж (Facebook, Instagram, YouTube);

є) Водяний знак для використання на фото та відеоматеріалах.

Вимоги щодо накладу візуальної промоційної продукції, яку, у відповідності до умов конкурсу, переможець має виготовити впродовж двох тижнів з дня оголошення його переможцем:

- а) брендбук – 5 одиниць;
- б) футболка чоловіча і жіноча, розмір L – загалом 2 одиниці;
- в) чашка об'ємом до 350 мл – 2 одиниці;
- г) блокнот – 2 одиниці;
- г) екторба – 2 одиниці;
- д) ручка – 10 одиниць;
- е) значок – 10 одиниць.