

**NATEČAJ ZA IZDELAVO CELOSTNE GRAFIČNE PODOBE
TURISTIČNE DESTINACIJE
'BELA KRAJINA - 1'**

1. Tema natečaja:

Razvojno informacijski center Bela krajina v vlogi koordinatorja s partnerji (Turistično društvo Vigred, Metlika in Kulturni center Semič, Semič) razpisuje natečaj za izdelavo logotipa, predlog slogana in celostne grafične podobe, ki bo predstavljala turistično destinacijo 'Bela krajina' in s katerim bo le ta čim bolj prepoznavna v javnosti.

- O Beli krajini

Bela krajina, deželica na sončni strani mitičnih Gorjancev, vas bo presenetila s svojo pestrostjo naravne in kulturne dediščine. Njeno ime izhaja iz vitkih belih brez ter belih lanenih oblačil, ki so jih Belokranjci nekoč nosili. Skoraj 600km² kraškega ravnika na južni strani objema najtoplejša slovenska reka Kolpa, ki vabi k plavanju, čolnarjenju ali pohodu ob njenih robovih. Reka Kolpa je postala leta 2010 nosilka naziva Evropska destinacija odličnosti.

- Osrednje značilnosti Bele krajine v turističnem smislu:

- Odpočijte si oči na steljnikih. To kulturno krajino tvori simbioza belih brez s steljo, orlovo praproto.
- Drugi atraktiven element v naravi Bele krajine so vinogradi, ki jih obdelujejo pridne belokranjske roke in iz zrelega grozdja pridelajo vrhunska vina.
- Črno-belo-rdeče Belokranjske pisanice predstavljajo enega vrhuncev rokodelskih spretnosti, ki se jih lahko tukaj tudi naučite.
- 'Z lanom je dela leto i dan' pa pravijo tisti, ki še ohranjajo tradicijo tkanja lanenega blaga.
- Svoje popotovanje lahko združite z obiskom katere izmed tradicionalnih prireditev. Vinska Vigred, praznik vina poteka vsakoletno meseca maja v Metliki, V Črnomlju poteka meseca junija folklorni festival Jurjevanje v Beli krajini, tradicijo belokranjskih porok in šeg pa vam predstavijo na Semiški ohceti meseca avgusta.
- Prepustite se nežnemu toku reke Kolpe. Okusite lokalno pridelano hrano in vrhunska belokranjska vina. Dovolite si izgubljeni v zgodbah, ki vas vodijo od vasice do vasice. Odkrijte Belo krajino.
- Obiščite torej Belo krajino in dopustite, da vas po njej popeljeta Lepa Anka in Zeleni Jurij.

- Prednosti Bele krajine

Ključna prednost Bele krajine je tesna soodvisnost narave in kulture, ki daje destinaciji edinstven značaj. Bogastvo etničnega izročila, ki ga je ustvarilo mešanje in prepletanje različnih narodov v prostoru Bele krajine je destinaciji pustilo otipljive dokaze mitološkega izročila, tradicije in navad. Vse kulture, ki so naseljevale prostor Bele krajine so spoštovale naravo, jo občutile skozi mitološko izročilo ter posledično na njej puščale svoj pečat.

- Tržna pozicija v obliki obljube, ki jo dajemo obiskovalcu

Bela krajina obiskovalca očara z magično močjo narave, ki se na vsakem koraku prepleta z bogatim izročilom in mu ponudi edinstveno sprostitvev, stik z naravo, dediščino in samim seboj.

- Ključno marketinško sporočilo

Bela krajina je destinacija, kjer je bogato izročilo dediščine pustilo otipljiv pečat na edinstvenem naravnem okolju, ga osmislilo in oblikovalo takega kot je danes. Zato nas narava toliko bolj začara in očara, saj v sebi nosi bogastvo dediščine. *'Kjer narava v sebi nosi magičnost dediščine.'*

- Bela krajina je

- del turistične destinacije Reke Kolpe prejemnika naziva EDEN (Evropska destinacija odličnosti odličnosti 2010 / European Destination of Excellence 2010).
- prejemnik naslova Zelena destinacija (srebrni prejemnik) - Slovenia Green – Silver

2. Vsebina natečaja:

Vsebina natečaja je izdelava logotipa in celostne grafične podobe, ki mora vsebovati:

- celostno grafično podobo z vsemi zahtevanimi rešitvami in argumentacijo
- predlog slogana znamke v slovenski in angleški izvedbi z argumentacijo

Logotip mora odražati značilnost destinacije, katere osrednje značilnosti oz. karakteristike so:

- zelena destinacija
- razgibana površina
- multikulturnost
- čistost narave
- prijazni in gostoljubni ljudje
- tržna naravnost
- gastronomska raznolikost
- mitologija
- kulturna krajina

Logotip mora vključevati napis 'Bela krajina'.

3. Sodelovanje na natečaju:

K sodelovanju na natečaju so vabljeni oblikovalci in marketinške agencije. Natečaj je objavljen na spletnih straneh javnega zavoda RIC Bela krajina ter na straneh partnerskih organizacij.

V natečaju ne morejo sodelovati predstavniki naročnika in projektnih partnerjev, člani žirije in njihovi ožji sorodniki.

4. Pogoji priprave ponujenih rešitev:

- predložiti je treba barvno in črno-belo različico logotipa in celostne grafične podobe,
- obe različici morata biti prikazani v treh različnih velikostih (15x18cm, 5x7,5 cm in 2,5x3,75cm),
- priložiti je potrebno predloge aplikacije logotipa za:
 - dopisni list A4
 - vizitka
 - kuverta »amerikanka brez okenca«
 - power point osnutek strani
 - svinčnika
 - majice
 - papirnate vrečke A4.
- logotip mora biti izdelan v vektorski obliki (barvna in ČB varianta),
- določen mora biti izbor tipografij in barvne kode ter tip pisave,
- upoštevati je treba geometrijsko, likovno in barvno pravilo za oblikovanje,
- ponudniki morajo predložiti pisno argumentacijo zasnove,
- logotip mora biti v variaciji samostojnega logotipa in v variaciji s sloganom destinacije.
- isti avtor lahko poda več predlogov.

Rešitve, ki ne bodo izpolnjevale zgoraj navedenih pogojev, bodo izločene in jih strokovna komisija ne bo ocenjevala.

Logotip bo naknadno uporabljen za digitalni marketing, spletno stran, različne promocijske materiale, plakate, letake, brošure, spominke, nalepke in podobno.

Ponujene rešitve naj sledijo sodobnim oblikovalskim in marketinškim konceptom združenim z ključnim marketinškim sporočilom destinacije Bela krajina, ki je preplet naravne in kulturne dediščine.

Smernice, ki smo jih pogrešali v prvem objavljenem pozivu in ki jih prispele rešitve v prvem natečaju niso v celoti odražale:

- lahka prepoznavnost in nezamenljivost;
- moderen design in enostavnost;
- lahkotnost;
- ključno marketinško sporočilo;
- aplikativnost v enobarvni variaciji majhnih dimenzij;
- logotip naj ne bo preveč natrpan z elementi;
- slogan naj bo moderen, kratek, jedrnat, lahko zapomljiv ter naj izraža osnovne značilnosti destinacije.

Predlog mora vključevati tudi arhitekturo blagovne znamke in zato naj upošteva:

- postavitev produktne arhitekture: trenutno imamo postavljene tri produktne stebre: občutenje narave, aktivna odkrivanja in avtentična doživetja znotraj teh pa se bo razvijalo še veliko konkretnih produktov, kot je recimo kolesarjenje, gastronomija, domača obrt, športi na vodi itd.;
- pri oblikovanju rešitve naj vam bo v pomoč strategija trženja v predlogu Strategije razvoja turizma v Beli krajini (v prilogi).
- relacijo do znamke Slovenija;
- postavitev destinacijske arhitekture: Bela krajina ter tri mikro regije: Črnomelj, Semič, Metlika.

5. Kriteriji ocenjevanja:

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------|
| - lahka prepoznavnost vsebinskih izhodišč in nezamenljivost grafične podobe | 20 točk |
| - likovna čistost in originalnost | 10 točk |
| - vsestranska uporabnost in aplikativnost | 10 točk |
| - enostavna zapomljivost logotipa | 10 točk |

Najvišja skupna ocena je 50 točk.

Dva ponudnika z največ doseženima točkama vstopita v drugi krog, kjer se ocenjuje ponovno.

Izbran bo ponudnik, ki bo dosegel najvišje število točk v seštevku. Če bosta ponudnika prejela enako število točk v seštevku, bo bolje uvrščen tisti ponudnik, ki ima večje število točk pri prvem kriteriju.

Komisija ima možnost, da najbolje ocenjena ponudnika pozove k dopolnitvi ponujenih rešitev ter ponovno zaseda. Ponovno glasovanje poteka po istih kriterijih kot prvo glasovanje.

Po izvedenem ocenjevanju idejnih rešitev prispelih na javni natečaj skladno s postavljenimi kriteriji, bo strokovna žirija naredila vrstni red ponujenih rešitev. Strokovna žirija bo izdelala poročilo o ocenjevanju idejnih rešitev. Poročilo je interni dokument, vpogled se vrši na zahtevo na sedežu razpisovalca.

6. Sestava komisije:

Za namene izbora CGP bo sestavljena 7 članska komisija, ki jo sestavljajo:

- 3 predstavniki razpisovalcev
- arhitekt/krajinski arhitekt
- predstavnik zasebnega sektorja v turistični ponudbi Bele krajine
- grafični oblikovalec
- predstavnik izdelovalca strategije turističnega razvoja Bele krajine

7. Rok in način sodelovanja:

Rok pošiljanja oblikovalskih rešitev na naslov RIC Bela krajina, Trg svobode 3, 8340 Črnomelj je najkasneje do 22. januarja 2018 (velja datum poštnega žiga 22. 01. 2018). Ponudniki lahko svoje rešitve pošljejo po pošti ali pa jih predložijo osebno na RIC Bela krajina vsak dan v času uradnih ur.

Ponujene rešitve morajo biti naslovljene na naslov RIC Bela krajina, Trg svobode 3, 8340 Črnomelj, s pripisom »Natečaj za izdelavo CGP Bele krajine – NE ODPIRAJ«.

Ponudniki morajo:

- ponujeno rešitev predložiti na papirju in digitalnem mediju.
- priložiti kratko osebno predstavitev avtorja (ime in priimek, naslov, davčna številka, elektronski naslov, morebitno zahtevo za vrnitev izdelka v primeru, da rešitev ne bo izbrana), v primeru, da gre za skupinsko rešitev, pa je treba določiti tudi nosilca ponujene rešitve. Osebno predstavitev priložite v posebej zaprti kuverti.

8. Izbor ponudbe:

Odpiranje ponudb ne bo javno. O odpiranju prijav se vodi zapisnik.

Komisija bo o izboru ponudb odločila najkasneje do 31.1.2018. Odločitev komisije je dokončna. V skladu s kriteriji izbora bo avtor prejel v podpis avtorsko pogodbo oz. izstavil račun za odkup vseh materialnih avtorskih pravic ali pogodbo o storitvi v višini z bruto zneskom 4.000,00 EUR (zmagovalec in izbran CGP z odkupom vseh pravic).

Nagrada predstavlja nadomestilo za prenos materialnih avtorskih pravic na razpisovalca. Izbrani oblikovalec je v primeru izbora dolžan razpisovalcu predložiti vse materiale v vektorski obliki za vse v razpisu zahtevane vsebine.

9. Avtorske pravice:

RIC Bela krajina bo v roku 7 dni po odločitvi komisije o izboru ponudbe, ponudnika izbrane rešitve pozvala k podpisu pogodbe za izključni, časovno in teritorialno neomejen prenos vseh materialnih avtorskih pravic iz 22. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Uradni list RS, št. 16/2007-UPB3) v zvezi z izbrano rešitvijo logotipa.

10. Splošno:

RIC Bela krajina bo obvestilo o zaključku predmetnega natečaja objavil na spletnih straneh www.ric-belakrajina.si in spletnih straneh partnerskih organizacij, pri čemer ne bodo objavljeni nobeni osebni podatki ponudnikov. Ponudnik izbrane rešitve bo obveščen pisno po pošti.

RIC Bela krajina s partnerskimi organizacijami pridobi lastninsko pravico na izdelku izbrane rešitve ter ga ne vrača.

Predložene rešitve neizbranih ponudnikov bo RIC Bela krajina vrnila na njihovo izrecno željo, ki mora biti izražena že v osebni predstavitvi.

RIC Bela krajina si pridržuje pravico, da ne izbere nobene ponujene rešitve in v tem primeru tudi ne podeli nobenega odkupa pravic za CGP.

Ponudniki rešitev nosijo vse stroške v zvezi s pripravo in oddajo ponujenih rešitev. RIC Bela krajina v nobenem primeru ne more biti odgovoren za morebitno škodo, ki bi nastala zaradi teh stroškov, brez ozira na končno izbiro ponujene rešitve.

11. Strinjanje s pravili:

Sodelovanje na natečaju pomeni popolno strinjanje z vsemi navedenimi pravili.

12. Dodatne informacije

Za dodatne informacije se lahko sodelujoči na natečaju obrnejo na predstavnika razpisovalca natečaja za logotip.

Kontaktna oseba: Gregor Jevšček, (gregor.jevscek@ric-belakrajina.si).

Vprašanja in informacije potekajo izključno preko navedene e-pošte.

