**Załącznik nr 1**

**Opis przedmiotu zamówienia**

1. **Cele i założenia zamówienia**
2. Projekt „Kampania Kolejowe ABC III” to kolejna, trzecia edycja zainicjowanego przez Urząd Transportu Kolejowego programu z zakresu edukacji bezpieczeństwa skierowanego do dzieci i młodzieży oraz ich rodziców, nauczycieli i wychowawców. Jej celem jest propagowanie zasad bezpieczeństwa oraz wzorców odpowiedzialnego zachowania się na drogach, ze szczególnym uwzględnieniem obszarów stacji, przystanków i przejazdów kolejowych. „Kampania Kolejowe ABC III” to źródło wiedzy na temat sposobów właściwego reagowania w sytuacjach zagrożenia życia lub zdrowia.
3. Celem zamówienia jest opracowanie spójnej i kompleksowej identyfikacji wizualnej dla projektu „Kampania Kolejowe ABC III”. Zamawiający oczekuje, że cechy pozycjonowania projektu oraz percepcji identyfikacji wizualnej (pożądane skojarzenia) będą następujące: kolej, edukacja, bezpieczeństwo, zabawa, podróż, przyjazne nastawienie do ogółu społeczeństwa.
4. Założeniem zamówienia jest opracowanie systemu identyfikacji, który będzie budować pozytywne emocje i skojarzenia związane z bezpieczną podróżą pociągiem oraz bezpiecznym poruszaniem się po obszarach kolejowo-drogowych. Powinien on wyróżniać „Kampanię Kolejowe ABC III” spośród innych inicjatyw o podobnej tematyce.
5. Identyfikacja wizualna powinna bazować na identyfikacji pierwszej i drugiej edycji projektu, tj. „Kampanii Kolejowe ABC” i „Kampanii Kolejowe ABC II”.
6. Grupy docelowe:
   1. dzieci w wieku przedszkolnym, wczesnoszkolnym (klasy I-III) oraz dzieci w wieku szkolnym (IV-VIII klasa).
   2. rodzice, nauczyciele, opiekunowie i wychowawcy dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym.
7. **Przedmiot zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej „Kampanii Kolejowe ABC III”z wykorzystaniem Księgi Znaku (logo) z pierwszej i drugiej edycji projektu. Zadaniem Wykonawcy jest zaprojektowanie żywego, wesołego, kolorowego przekazu, który wzbudzi pozytywne emocje i będzie łatwo zapamiętywany.

* 1. Bohater projektu, nosorożec Rogatek powinien występować zarówno sam, jak i z bohaterami pojawiającymi się z w poprzednich edycjach projektu – chłopcem, dziewczynką i psem. Nosorożec powinien stanowić motyw przewodni „Kampanii Kolejowe ABC III”.
  2. Przyjęte rozwiązania graficzne powinny budzić pozytywne skojarzenia z bezpieczeństwem na obszarach kolejowo-drogowych i bezpieczną podróżą pociągiem. Powinny również zachęcać dzieci i dorosłych do udziału w projekcie.
  3. System Identyfikacji Wizualnej – zestaw symboli, znaków, kolorów, materiałów, które wyróżniają i pozwalają na identyfikację projektu w otoczeniu. SIW (system identyfikacji wizualnej) tworzą: symbol (znak i logotyp), druki (papier firmowy, koperty, wizytówki i in.), kolory, identyfikatory i ubiór wyróżniający pracowników, materiały wykorzystywane w działaniach reklamowych i public relations, opakowania.

System Identyfikacji Wizualnej powinien pozwalać na wszechstronne zastosowanie   
– zarówno na materiałach informacyjnych, promocyjnych, edukacyjnych, jak i biurowych. Zaprojektowane przez Wykonawcę projekty powinny być możliwe do stosowania zarówno w podstawowych wariantach kolorystycznych, jak i wariantach monochromatycznych. Ponadto powinna istnieć możliwość powielania przygotowanych materiałów zarówno w druku masowym, jak i w warunkach biurowych, w rożnych technikach druku, a także do działań w nowych mediach (wersja elektroniczna).

1. **Zakres opracowania Systemu Identyfikacji Wizualnej**
2. **Unowocześnienie postaci projektu**

Opracowanie postaci unowocześnionego bohatera „Kampanii Kolejowe ABC III” oraz chłopca, dziewczynki i psa na potrzeby linii kreacyjnej, spotów, filmików, materiałów edukacyjnych, materiałów drukowanych itd., w tym postaci w formacie 2D i 3D, na podstawie istniejących w pierwszej i drugiej edycji.

Postaci takie jak chłopiec, dziewczynka i pies powinny zostać opracowane w odpowiednich proporcjach względem głównego bohatera Projektu.

1. **Opracowanie i wykonanie Księgi Identyfikacji Wizualnej w wersji książkowej i elektronicznej.**

Księga Identyfikacji Wizualnej musi uwzględniać projekt palety kolorów, projekt i wytyczne do typografii/ liternictwa/ ikonografii. W typografii i liternictwie należy podać preferowane fonty z wyszczególnieniem przeznaczenia stosowania takiego jak: fonty dla haseł, fonty do zastosowania dla dokumentów o dużych i małych formatach (np. ulotki, plakaty), publikacji internetowych, prezentacji PowerPoint, druków okolicznościowych (np. certyfikaty, dyplomy). Zaproponowane fonty powinny być ogólnodostępne i spójne koncepcyjnie dla wszystkich rodzajów zastosowania.

1. **Opracowanie projektów graficznych materiałów informacyjnych i promocyjnych:**
2. projektu obrandowania;
3. projekt papieru firmowego (rozmieszczenie elementów, wielkość elementów, typografia) - format pliku: Microsoft Word;
4. projekt wizytówki ogólnej;
5. projekt teczki na dokumenty A4;
6. szablon papeterii e-mail;
7. szablon prezentacji PowerPoint;
8. szablon informacji prasowej;
9. projekt podkładki;
10. projekt naklejki promocyjnej;
11. projekt zaproszenia;
12. projekt torby papierowej i materiałowej;
13. projekt dyplomu i certyfikatu za udział w zajęciach;
14. projekt rollupu;
15. projekt ścianki reklamowej;
16. projekt dress codu pracowników – styl elegancki i smart casual (identyfikatory, ubiór).

Projekty materiałów graficznych powinny zostać opracowane dla dwóch grup docelowych – dzieci (przedszkole, klasy I-VIII) oraz dorośli (rodzice, nauczyciele, opiekunowie i wychowawcy dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym.