



Технічне завдання на розробку дизайну бренду міста Полтави

Документ розроблено за підтримки проєкту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проєкт ПРОМІС), який впроваджує Федерація канадських муніципалітетів (ФКМ) за фінансової підтримки Уряду Канади. Зміст документу є виключною думкою авторів та не обов'язково відображає офіційну позицію Уряду Канади.



Проєкт ПРОМІС спрямовано на зміцнення муніципального сектору в Україні, впровадження ефективного демократичного управління та прискорення економічного розвитку шляхом підвищення спроможності українських міст у сфері демократизації врядування та місцевого економічного розвитку; створення сприятливого середовища для розвитку малого та середнього бізнесу; підтримки процесу децентралізації та інтегрованого планування розвитку на місцевому, регіональному та національному рівнях.

www.pleddg.org.ua

Зміст

1. УМОВИ ПІДГОТОВКИ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ ТА МЕТА ВІЗУАЛІЗАЦІЇ БРЕНДУ МІСТА ПОЛТАВИ	4
2. МІСТО ПОЛТАВА ЯК ОБ'ЄКТ МАРКЕТИНГУ	5
3. ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВИКОНАВЦЯ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ	9
4. ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДО ВІЗУАЛІЗАЦІЇ / ВЕРБАЛІЗАЦІЇ БРЕНДУ	12
5. ПРАВА, УМОВИ ТА ЧАСОВІ РАМКИ ВИКОНАННЯ	14

1. Умови підготовки технічного завдання та мета візуалізації бренду міста Полтави

Технічне завдання з візуалізації бренду міста підготовлено Департаментом економіки і інвестицій, Полтавська міська рада спільно з експертами проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС) на підставі матеріалів, опрацьованих членами Робочої групи з розробки Маркетингової стратегії міста Полтави.

Підстави технічного завдання:

- Розробка Маркетингової стратегії міста Полтави;
- Результати проведених досліджень, роботи з різними цільовими групами щодо розробки бренду, під час яких сформовано Концепцію бренду міста Полтави.

Метою візуалізації бренду міста є створення унікального дизайну бренду міста Полтави та системи візуальної ідентифікації (бренд-буку) міста, що сприятиме популяризації ключових бізнес-напрямів міста Полтави в Україні та за кордоном, реалізації міжнародних проектів, залученню інвестицій, поліпшенню туристичної привабливості міста та збільшенню туристичних потоків.

Створення дизайну бренду міста є складовою маркетингової стратегії міста Полтави, що розроблена Робочою групою на основі проведеного аналізу ідентичності громади міста, оцінки позиціонування міста серед визначених цільових груп на внутрішньому та міжнародному ринках, логічно сформованої концепції бренду міста.

Концепція бренду міста сформована у вигляді системи взаємопов'язаних ідей, асоціацій, образів, символів та ключових ознак бажаного його іміджу. Брендинг міста Полтави – це процес усвідомленого й цілеспрямованого формування бренду міста, тобто пошуку, відображення, розвитку міської ідентичності, представлення її в яскравих, взаємопов'язаних образах, привабливих для цільових груп. Брендинг має дві складові: 1) насичення міста брендовими ознаками, 2) процес перетворення самого міста у бренд.

Технічне завдання містить інформацію щодо обсягів, змісту робіт з підготовки комплексу об'єктів з візуалізації бренду міста Полтави, а також інформацію, яка має бути підставою для дизайну візуального образу міста.

Завдання, які вирішуються за допомогою брендингу міста:

- 1) створення позитивного іміджу, підвищення рівня впізнаваності міста Полтави в Україні та за кордоном;
- 2) формування репутації міста як інвестиційно привабливого, бізнес-орієнтованого, гостинного і цікавого для туристів міста з багатою історико-культурною спадщиною;
- 3) збільшення кількості туристів та покращення туристичної привабливості міста через збереження історичної архітектури міста;
- 4) розвиток інфраструктури міста;
- 5) створення комфортних умов життя для мешканців міста.

Очікуваний результат виконання технічного завдання:

- логотип і слоган міста Полтави;
- бренд-бук, підготовлений та погоджений на рівні, визначеному органами місцевого самоврядування.

2. Місто Полтава як об'єкт маркетингу

Полтава – місто обласного значення в Україні, адміністративний центр Полтавської області з населенням 279,8 тис. осіб. За першою літописною згадкою місто відоме під назвою «Лтава» від найменування однойменної річки. У часи Київської Русі місто Полтава входило до складу найбільшого із князівств – Переяславського. Перша письмова згадка про поселення в Іпатіївському літописі датується 1174 роком. В історичному минулому міста Полтави чимало буремних подій. У численних війнах місто зазнавало неодноразових руйнувань, але постійно відновлювалось. Заповідник «Поле Полтавської битви» демонструє поціновувачам історії події 1709 року – найбільшої битви Великої Північної війни.

Сучасна Полтава – багате на історичні та культурні пам'ятки місто, що є одним із важливих економічних, наукових та освітніх центрів України.

Місто відрізняється вдалим географічним розташуванням, оскільки знаходиться на перетині транспортних шляхів в одному часовому поясі з Гельсінкі, Мінськом, Софією, Афінами, Каїром: +2 до Гринвіча. Полтава знаходиться між трьома потужними економічними, промисловими й науковими центрами – Києвом, Харковом і Дніпром, що створює умови для розвитку транспортної та складської логістики.

Загальна площа міста – 103,5 км². Місто Полтава розділена на три райони: Київський (54,37 км²), Шевченківський (21,6 км²) і Подільський (29,88 км²). У місті переважає мікрорайонна забудова, а в центрі збережена його історична частина. Владою міста затверджені історико-архітектурний опорний план, науково-проектна документація для визначення історичних ареалів, меж і режимів використання зон охорони пам'яток архітектури та містобудування національного й місцевого значення, а також детальні плани території.

Місто Полтава – важливий промисловий, діловий та науковий центр України. У місті зареєстровано понад 27 тис. підприємств, з них юридичних осіб – 11296 та фізичних осіб-підприємців – 16016. За кількістю діючих малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення місто Полтава майже вдвічі випереджає середньообласний рівень. Середня заробітна плата на кінець 2019 року в місті Полтаві склала 10329 грн.

До найбільш активних підприємств за видами економічної діяльності належать:

- машинобудування та металообробка (ТОВ «Торговий Дім «Полтавський автоагрегатний завод», ТОВ «Торговий Дім «Полтавхіммаш», ТОВ «Торговий Дім «Полтавамаш», ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент», ПрАТ «Полтавський вентиляторний завод»);
- нафтовидобувна та хімічна промисловість (Нафтогазовидобувне управління «Полтаванaftогаз» ПАТ «Укрнафта», СП «Полтавська газонафтова компанія», ПП «Компанія «Наdejда»);
- легка промисловість (ТОВ «Ворскла-Стиль», ТОВ «Крокуль»);
- харчова промисловість (ПрАТ «Полтавський олійноекстракційний завод–Кернел Груп», ПрАТ «Домінік», ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», ТОВ «Полтавський завод продтоварів «Світанок», ТОВ «Фірма «Заря», АТ «Полтавахолод», ТОВ «Полтаваріба», ТОВ «Фірма Діамант Лтд»);
- підприємства будівельної індустрії (ТзДВ «Полтавтрансбуд», ТОВ «Завод залізобетонних виробів №7», ТОВ «Полтавський домобудівельний комбінат», ТОВ «Новобуд 2004 Гарант», ТОВ «Сучасний дім»);
- виготовлення електричних виробів (ПрАТ «Завод «Лтава», ПрАТ «Електромотор»);
- виготовлення медичного обладнання (АТ «Полтавський завод медичного скла»).

В останні роки ІТ-індустрія міста швидко розвивається. Кількість суб'єктів, чия діяльність відноситься до розділу «Комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність» відповідно до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України по місту Полтаві, складає 89 одиниць. Зараз у Полтаві є понад 1000 ІТ-фахівців.

У 2019 р. обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку м. Полтава склав 69,3 млн дол. США, що підтверджує високу інвестиційну привабливість міста для міжнародних інвесторів. Основними країнами-інвесторами є Швейцарія, Нідерланди, Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії, Кіпр та інші.

Фахова підготовка спеціалістів здійснюється закладами вищої освіти різних форм власності та різних рівнів акредитації. У місті Полтава науково-педагогічні працівники коледжів, технікумів, університетів та академій надають висококваліфіковані освітні послуги. Провідними закладами вищої освіти міста Полтави, які користуються популярністю не тільки серед українських, а й закордонних студентів, є наступні: Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Полтавська державна аграрна академія, Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка, Полтавський юридичний інститут Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, Українська медична стоматологічна академія.

Полтава – зелене, екологічно чисте місто. Зелені насадження (парки, сквери, алеї) займають понад 1/5 площі міста, також налічується більше 30 об'єктів природно-заповідного фонду. Розташування в екологічно сприятливій місцевості забезпечує потенціал для створення реабілітаційних центрів, розвитку органічного виробництва. Наявність у місті Полтава річки Ворскла обумовлює розвиток рекреаційних зон, інфраструктури для дозвілля й відпочинку.

У Полтаві функціонують 19 готелів (574 номери, 1141 місце для проживання), які переважно розташовані у центральній частині міста біля основних туристичних дестинацій вздовж вулиці Соборності, а також вздовж міжнародної траси М 03 Київ – Харків – Довжанський. Місто має 8 конференц-залів місткістю від 30 до 100 місць для проведення конференцій, тренінгів, воркшопів. Вже нині попит на конференц-зали у місті перевищує пропозицію, що є перспективним для розвитку у місті ділового/конференційного туризму.

Місто Полтава позиціонується як духовна столиця України, оскільки місто є найбільшим центром розвитку української культури та просвіти впродовж багатьох століть. Місто відоме завдяки великим українським діячам культури й мистецтва Івану Котляревському, Миколі Гоголю, Панасу Мирному, Володимир Короленку, Миколі Ярошенку, Григорію та Івану М'ясоєдовим і багатьом іншим видатним особистостям. Тривалий час тут працювали науковці зі світовим ім'ям, такі як Юрій Кондратюк, Микола Скліфосовський, Володимир Вернадський, Гліб Котельников, Володимир Челомей та багато інших. Історики називають понад тисячу імен, відомих світу, чиє походження або діяльність пов'язані безпосередньо з Полтавою. Місто Полтава має широку та розгалужену мережу історико-культурних об'єктів, які є привабливими для туристів (монументи, архітектурні пам'ятки, музеї, меморіали). У місті зареєстровано 39 пам'яток культурної спадщини національного значення й 257 – місцевого значення.

Стратегія економічного розвитку міста Полтави на період до 2027 року визначає характер маркетингової діяльності міста, її напрями й завдання, а також містить стратегічне бачення Полтави у 2027 році як мальовничого, зеленого, комфортного, безпечного та гостинного міста на березі річки Ворскли з самобутнім способом життя:

- міста з диверсифікованою економікою, сучасним промисловим виробництвом, центру агропромислового розвитку;
- логістичного центру вантажних і пасажирських перевезень, в якому впевнено та креативно розвивається бізнес, відомий і цікавий для глобального світу;
- осередку інноваційної науки та освіти, центру впровадження здобутків полтавських науковців та місця цікавого діалогу для практиків та науковців;
- центру духовного й патріотичного відродження лівобережної України з розвиненою інфраструктурою, доступною для усіх мешканців.
- міста рівних можливостей, у якому досягнута суспільна згода громади та влади задля прискорення економічного розвитку та отримання вигоди кожним з містян.

Відповідно до визначеного стратегічного бачення Полтави визначені іміджеві ресурси й проблеми міста.

ОСНОВНІ ІМІДЖЕВІ РЕСУРСИ МІСТА:

- **вдале географічне та привабливе логістичне розташування;**

- **багата історико-культурна спадщина:** історичні пам'ятки, місця, факти, знакові імена, легенди, люди-бренди, центри історичної ідентичності;
- **культурний і літературно-мистецький потенціал:** традиції, щирість і гостинність, регіональна мова, полтавська кухня;
- **цілюща природа,** чисте довкілля, зелене мальовниче місто, рекреаційні зони;
- **місто коротких відстаней,** зручне для велосипедистів, унікальна система розташування вулиць, архітектура, пішохідна частина вул. Соборності;
- **промисловий центр** з розвинутою нафтогазовою промисловістю, експортоорієнтованою переробкою сільгосппродукції;
- **центр якісних послуг у сфері охорони здоров'я,** зокрема стоматологічних, за послугами до якого приїжджають з усього світу.

ПРОБЛЕМИ ІМІДЖУ МІСТА:

- недостатня комунікація, взаємодія та співпраця між владою, бізнесом і громадою;
- відсутня загальна концепція іміджу міста, стереотипність сприйняття міста Полтави на основі застарілих образів, «містечковість»;
- нерозвинена інфраструктура для мешканців і туристів, утримання якої потребує додаткових коштів, логістична інформація для гостей міста потребує осучаснення;
- занепад провідних сфер бізнесу;
- забудова міста тимчасовими спорудами, невеличкими магазинчиками, бігбордами, які спотворюють його обличчя, відсутність єдиного стилю оформлення торговельних закладів як в центрі міста, так і в мікрорайонах;
- відсутність сучасних паркових зон і зон відпочинку.

Три основні цільові групи, на які має бути спрямований брендинг міста:

- Цільова група 1. «Мешканці міста»;
- Цільова група 2. «Відвідувачі»;
- Цільова група 3. «Інвестори / Бізнес».

<i>Цільова група</i>	<i>Характеристики</i>	<i>Завдання маркетингу</i>
«Мешканці міста»	Наявні та потенційні мешканці міста, зокрема українські та іноземні студенти	Сформувати спільне бачення мешканців та відвідувачів міста Полтави щодо позиціонування рідного міста та ідентифікації полтавців як нащадків історичної і культурної еліти
«Відвідувачі»	Українські та іноземні туристи, ділові та приватні відвідувачі	Поліпшити туристичну привабливість міста, створити імідж гостинного різнобарвного міста Полтави на національному й міжнародному рівнях
«Інвестори / Бізнес»	Наявні та потенційні інвестори, внутрішні та зовнішні, великий бізнес, малі та середні підприємства (МСП)	Укріпити репутацію міста Полтави на внутрішньому й міжнародному ринках як потужного і надійного ділового партнера

Соціально-економічні ніші, які прагне зайняти місто (визначено з урахуванням наявних ресурсів і бачення майбутнього міста):

- місце змістовного відпочинку, традиційної української кухні;
- центр якісної вищої освіти, підготовки кадрів з урахуванням запитів ринку праці;
- центр надання сучасних послуг у сфері охорони здоров'я, зокрема стоматологічних;
- центр прогресивних технологій та IT-спеціалізації;
- місце формування цікавих пропозицій для бізнесу у різних галузях економіки, зокрема нафтогазового комплексу, електроенергетики (альтернативні джерела енергії),

переробки сільськогосподарської продукції, виробництва органічних продуктів харчування, агрологістики.

Конкурентні переваги міста:

- зручне розташування, розвинута логістика, комунікація з сусідніми мегаполісами;
- розвинена промисловість;
- активна науково-дослідна діяльність за напрямками: ІТ, будівництво, нафтогазова інженерія та технології, агрономія, ветеринарна медицина, охорона здоров'я, економіка;
- якісна вища освіта та підготовка кадрів з урахуванням запитів ринку праці за помірну ціну;
- трудові ресурси: потенціал кваліфікованої робочої сили для агробізнесу та ІТ-сфери;
- якісні послуги у сфері охорони здоров'я, зокрема стоматологічні;
- туристичні послуги й продукти, засновані на ресурсах міста: історичні пам'ятки, зокрема пов'язані з Полтавською битвою, культурна спадщина та українські традиції, фестивалі, екскурсії, готелі;
- розвинена сфера культурно-мистецьких закладів: Полтавський академічний обласний український музично-драматичний театр імені Миколи Гоголя, Полтавський академічний симфонічний оркестр, Полтавський художній музей (галерея мистецтв) імені Миколи Ярошенка, Полтавський академічний обласний театр ляльок, музеї-садиби, Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського;
- українська кухня з полтавським колоритом у закладах харчування, ресторани з високим рівнем обслуговування;
- чисте довкілля, зокрема повітря, вода, розвинена сфера обслуговування, спокійний ритм життя;
- доброзичливість, щирість, гостинність мешканців міста.

3. Інформація для виконавця технічного завдання

На основі аналізу територіальної ідентичності міста, з урахуванням цілей брендингу та аспектів позиціонування міста для цільових груп сформовано Концепцію бренду міста Полтави у вигляді системи взаємопов'язаних ідей, асоціацій, образів і символів, ключових ознак бажаного іміджу.

Концепція бренду міста Полтави складається з таких розділів: 1) основні ознаки ідентичності міста; 2) ключова ідея бренду міста; 3) система основних цінностей¹ бренду міста; 4) опис складових атрибутів² бренду міста; 5) опис значення бренду для різних цільових груп міста; 6) інформаційні повідомлення для різних цільових груп міста Полтави.

ОСНОВНІ ОЗНАКИ ІДЕНТИЧНОСТІ МІСТА (те, чим місто об'єднує громадян)

- Історичні події та особистості.
- Культурна спадщина, література та духовність.
- Архітектура центру міста, Кругла площа, Біла альтанка.
- Зелене, затишне місто.
- Місцева кухня та гастрономія.

КЛЮЧОВА ІДЕЯ БРЕНДУ МІСТА

Полтава – колыска унікальних людей, місто, де традиційна українська кухня органічно вплетена в сучасні стандарти ресторанного бізнесу, центр науки та прогресивних технологій об'єднаної громади, яка має спільне бачення щодо позиціонування Полтави як інвестиційно привабливого, бізнес-орієнтованого, гостинного і цікавого для туристів міста з багатою історико-культурною спадщиною.

Полтава:

- місто **прогресивних технологій** (тут працюють великі потужні промислові підприємства, зростає кількість ІТ-компаній та ІТ-спеціалістів, успішно функціонує і розвивається школа стартапів, найновіші стоматологічні послуги);
- **історичне** місто (тут відбувались всесвітньо відомі події, які сформували автентичні особливості справжнього українського міста, унікальні традиції);
- місто **для душі** (тут панує спокійний, безпечний ритм життя, відчувається любов містян до свого міста);
- **колыска унікальних людей** (тут народжувались і творили генії, які залишили унікальну культурну й літературну спадщину, духовність справжнього українського міста);
- місто **справжньої української смачної кухні** (тут завжди можна скуштувати традиційні кулінарні страви, зокрема всесвітньо відомі полтавські галушки).

СИСТЕМА ОСНОВНИХ ЦІННОСТЕЙ БРЕНДУ МІСТА ПОЛТАВА

Функціональні цінності: компактність, високий рівень безпечності, діловий ритм життя, вільні ніші на ринку, низка напрямів виробничої спеціалізації.

Соціальні цінності: унікальний колорит міста в найкращих українських традиціях, чисті повітря і вода, небайдужість населення.

Емоційні цінності: природність, справжність, затишок, гостинність.

¹ Цінності бренду – унікальні конкурентні переваги міста, практична його користь, про яку повідомляє ідея бренду.

² Атрибути бренду міста – комплекс властивостей міста, що мають підтримувати єдність його сприйняття (зовнішній вигляд; просторовий дизайн, особливості, переваги, послуги; архітектура бренду, ідентифікаційні символи (знаки, логотипи, слогани); медіа-стратегія, рекламні повідомлення, інформаційні канали).

ОПИС СКЛАДОВИХ АТРИБУТИВ БРЕНДУ МІСТА ПОЛТАВИ

ОБРАЗИ ТА СИМВОЛИ: радіальне планування історичного центру сонячним колом, альтанка, колона з орлом, підкова, галушка, серце, стрічка річки.

ОПИС ГЕРБА МІСТА: Поле щита пурпурове, що відповідає, за геральдиком, планеті Меркурій і природному каменю аметисту, символізуючи собою панування, гідність, щедрість, благочестя. У центрі щита, точно за його центральними осями, розміщено золотий лук – символ військової зброї. Тягива його натягнута стрілою (що означає готовність до бою), направленою вістрям до низу, символізуючи охорону мирної праці. Бойову атрибутику з чотирьох боків оточують золоті охоронці шестикутні зірки, що символізують собою чотири боки світу: північ, південь, схід і захід. Вінчає композицію золотий напис «Полтава» стилізованим старослов'янським шрифтом, причому буква «Т» зображена у вигляді геральдичного хреста, який осяює собою герб.

КОЛЬОРИ: зелений (ціановий), білий, золотий, пурпурний.

СЛОГАНИ ТА ГАСЛА:

Відчуй Полтаву на смак!

Відчуй в Полтаві смак*...

- | | |
|----------------|----------------|
| ○ історії | ○ духовності |
| ○ камерності | ○ розміреності |
| ○ традицій | ○ відвертості |
| ○ натхнення | ○ успіху |
| ○ творчості | ○ радості |
| ○ природності | ○ перемоги |
| ○ справжності | ○ мрій |
| ○ унікальності | ○ надії |
| ○ гостинності | ○ довіри |
| ○ затишку | ○ щастя |
| ○ любові | ○ життя |

**З переліку обирається категорія, потрібна для слогана, відповідна обраній інформаційній кампанії.*

ОПИС ЗНАЧЕННЯ БРЕНДУ ДЛЯ РІЗНИХ ЦІЛЮВИХ ГРУП МІСТА ПОЛТАВИ

Для мешканців міста:

Престиж бути мешканцем міста історичного та літературно-духовного осередку України. Спокій, родинні цінності, згуртованість, комфортність, затишок, добробут, чисті повітря та вода, зелені насадження, розвинена сфера обслуговування.

Для відвідувачів:

Історико-культурний колорит, архітектура XVIII-XIX століть, пам'ятки, загадковість міста, яскраві українські традиції, гостинність, доброзичливість, відкритість, щирість містян, неквапливий ритм життя, непідробність, духовні цінності, гастрономія, готелі, доступність цін, публічні простори для ділового туризму, фестивалі, екскурсії.

Для інвесторів та бізнесу:

Транспортна доступність і розвинута логістика, комунікація з мегаполісами, надійні помірковані партнери, безпека, сталість, компактність, артезіанська вода, газові родовища, інтелектуальний потенціал і технології, освічені трудові ресурси та кваліфікована робоча сила, працелюбність, комунікабельність, передбачуваність, стабільність, креативність містян. Диверсифіковане виробництво товарів й надання послуг. Високоякісні освітні послуги за помірну ціну.

ІНФОРМАЦІЙНІ ПОВІДОМЛЕННЯ ДЛЯ РІЗНИХ ЦІЛЮВИХ ГРУП МІСТА ПОЛТАВИ

Ключові повідомлення для мешканців міста:

- Полтава – місто камерності та надії, де панує спокійний, безпечний ритм життя, відчувається любов містян до свого міста.

- Полтава – зелене, затишне й комфортне місто з сучасною інфраструктурою, яке може запропонувати високоякісні послуги для різних категорій мешканців.
- Полтава – екологічно чистий регіон, що розташований неподалік найбільших міст України.

Ключові повідомлення для відвідувачів:

- Полтава – історичне місто з унікальними традиціями, сучасною туристичною інфраструктурою, яке може запропонувати широкий пакет послуг для різних категорій туристів.
- Полтава – колыска унікальних людей, тут народжувались і творили генії, які залишили унікальну культурну спадщину, духовність справжнього українського міста.
- Полтава – скарбниця української духовності, культури та мистецтва.
- Полтава – гостинне місто для комфортного життя.
- Полтава – місто справжньої української смачної кухні, де завжди можна скуштувати традиційні кулінарні страви, зокрема всесвітньо відомі полтавські галушки.

Ключові повідомлення для інвесторів та представників бізнесу:

- Полтава – осередок сучасної освіти та висококваліфікованих кадрів.
- Полтава – місто економічно активних людей та підприємництва, завдяки яким можна реалізувати бізнес-проект будь-якої складності.
- Полтава – територія міжнародної взаємодії.
- Полтава – надійний партнер з привабливими умовами для інвестування.

4. Технічні вимоги до візуалізації / вербалізації бренду

Виконавцю технічного завдання розробити Дизайн бренду міста Полтави: набір графічних, колірних, словесних, дизайнерських постійних елементів з коротким описом з метою забезпечення візуальної єдності усієї вихідної від міста Полтави інформації, її внутрішнього й зовнішнього оформлення.

Дизайн бренду міста Полтави включає, зокрема, такі складові:

- Логотип бренду, як символ – мінімум 5 варіантів;
- Шрифтове зображення назви бренду (кирилиця / латиниця);
- Слоган – мінімум 3 варіанти;
- Офіційний та туристичний бренд міста Полтави;
- Система тематичних міських піктограм відповідно офіційного бренду міста Полтави;
- Стилізація логотипів департаментів і управлінь Полтавської міської ради відповідно офіційного бренду міста Полтави.

1. Логотип бренду має бути:

Привабливий, оригінальний, професійний, простий у сприйнятті, інформативний, такий, що запам'ятовується, викликає довіру, спонукає до дій, відповідає дійсності.

Технічні вимоги до логотипу:

- Графічний файл зображення не менше 500x500 пікселів, розміром не більше 300 КБ у форматах png, jpeg, cdr;
- Текст та ілюстрація логотипу на чотирьох мовах (українська, російська, англійська);
- Кольорове рішення (можливість відтворення в кольоровому, монохромному, рельєфному виконанні);
- Приклади для використання логотипу міста, як на великих рекламних площах, так і на сувенірній і поліграфічній продукції;
- Приклади поєднання основного логотипу разом з офіційною символікою суб'єктів міста (мінімум два приклади).

2. Слоган (девіз) має відповідати таким вимогам:

- лаконічність, чіткість;
- повинен створювати позитивний імідж міста, розкриваючи його головні конкурентні переваги;
- гармоніювати з логотипом, створюючи цілісний брендовий образ;
- відображати унікальність міста, його відмінність від інших територій;
- привертати увагу представників цільових груп до міста та формувати позитивний емоційний образ;
- написаний таким чином, щоб не викликати відторгнення у представників цільових груп: легко читатися, не містити важких для вимови слів та аббревіатур;
- без жодних політичних або релігійних мотивів;
- заборонено використовувати слоган, який є або був комерційним, або отримав права на ототожнення його з комерційним підприємством, брендом, послугою або товаром.

3. Правила використання системи візуальної ідентифікації (бренд-бук) міста Полтави – текстовий опис концепції бренду, кольорові рішення логотипу та варіанти його використання на різних поверхнях.

Бренд-бук має включати:

1. Фірмовий знак (блок) – логотип і назву (можливо слоган). Концептуальний опис фірмового знаку, як основного елемента фірмового стилю. Ідеологія знаку.

2. Візуальне рішення логотипу (допустиме колірне рішення логотипу, опис фірмового кольору знаку, допустиме чорно-біле рішення).

3. Варіанти розміщення фірмового блоку: вертикальне та / або горизонтальне.

4. Співвідношення ключових елементів фірмового блоку в різних варіантах відтворення: кольоровий та чорно-білий.

5. Умови збільшення / зменшення фірмового знаку за допомогою масштабної сітки.

6. Правила побудови логотипу в графічній та цифровій формі. Умови комбінації з чужорідними графічними і текстовими об'єктами:

- межі логотипу;
- допустимі варіанти розташування сторонніх об'єктів;
- допустимі варіанти поєднання з іншими знаками;
- варіанти допустимого колірному фону для розміщення фірмового знаку.

7. Фірмові кольори. Визначення фірмового кольору. Визначення додаткових кольорів. Визначення комбінацій кольорів.

8. Фірмові шрифти. Визначення фірмового шрифту. Умови використання шрифту.

9. Розташування фірмового блоку на промоційних продуктах:

- 1) Акцидентна продукція: бланк ділового листа, конверти, фірмова папка, візитна картка, бейджі, презентація, електронний підпис для e-mail співробітників Полтавської міської ради.
- 2) Внутрішня ідентифікація: табличка на двері, внутрішній інформатор.
- 3) Поліграфія: почесна грамота, подяка, вітальна листівка, плакат, брошура, буклет.
- 4) Інфраструктура міста: виставкові конструкції, зовнішня реклама (вивіски, постери, борди та сіті-лайти), вуличні покажчики, прапор, транспорт, транспортні зупинки, паркові лавочки).
- 5) Сувенірна продукція: річний календар, карта-пазл міста Полтави, блокнот, значок для ділового костюму, ручка, олівець, пакет, листівки, чашка, стаканчик, брелок на валізу, годинник настінний, прапорці настільні, футболка, світшот.
- 6) Офіційна сторінка у соціальних мережах та головна сторінка веб-сайту Полтавської міської ради, порталу «Полтава туристична», додатку «Poltava Open».

10. Система тематичних міських піктограм відповідно офіційного бренду міста Полтави.

11. Стилізація логотипів департаментів і управлінь Полтавської міської ради відповідно офіційного бренду міста Полтави.

12. Неприпустимі варіанти використання.

1. Фірмовий знак. 2. Логотип. 3. Фірмовий блок. 4. Фірмовий шрифт.

5. Права, умови та часові рамки виконання

Строки виконання робіт.

Всі роботи по розробці дизайну бренду повинні бути виконані до 1 жовтня 2020 року.

Всі роботи по розробці бренд-буку повинні бути виконані до 8 жовтня 2020 року.

Контактна особа: Клименко Віта Іванівна, Директор Департаменту економіки і інвестицій, Полтавська міська рада, e-mail: dep_economy_invest@rada-poltava.gov.ua

Майнові та немайнові права, авторські права на використання бренду:

- Права власності на авторське право та інші інтелектуальні права власності стосовно до розробленого бренду цілком переходять до Організатора / Замовника.
- Організатор / Замовник залишає за собою право видозмінювати кінцевий варіант роботи і застосовувати його в брендуванні та оформленні фірмового стилю на свій розсуд.
- За автором логотипу зберігаються немайнові права згідно із законодавством України. Ім'я та прізвище автора можуть бути зазначені в списку творчої групи в доречних випадках.
- Вся робота повинна бути виконана у відповідності з існуючими в Україні правовими нормами, постановами, кодексами, положеннями, та іншими офіційними документами.