„To Montenegro“

poziva svu zainteresovanu domaću i inostranu javnost na

Javni neanonimni

**KONKURS**

za izbor rješenja loga

brenda nacionalne avio-kompanije

Crne Gore

1. **Predmet**

Predmet konkursa je logo brenda nacionalne avio-kompanije „To Montenegro“.

1. **Naziv brenda**

Puni međunarodni naziv brenda avio-kompanije „To Montenegro“ je „Air Montenegro“.

1. **Naručilac i stručni garant**

Raspisivač, organizator konkursa i naručilac loga brenda (u daljem tekstu „Naručilac“) je nacionalna avio-kompanija „To Montenegro“, Džordža Vašingtona 98, 81000 Podgorica, Crna Gora.

Stručni garant konkursa je „Fakultet vizuelnih umjetnosti Podgorica“ (UM), Josipa Broza bb, Podgorica, Crna Gora (fvu.me).

1. **Cilj konkursa**

Cilj konkursa je izbor rješenja loga brenda nacionalne avio-kompanije Crne Gore sa osnovnim dizajn priručnikom brenda (u daljem tekstu „Priručnik“), a za potrebe budućeg razvoja dizajn standarda za potrebe poslovanja.

1. **Polazišta i tematski okvir konkursa**

Uvažavajući višedecenijske domete nacionalne avio-kompanije Montenegro Airlines AD (u daljem tekstu: MA), kompanija „To Montenegro“ želi da nastavi razvoj postignutog pod novim imenom i znakom MA iz 1995, osvježenim za nove poslovne izazove (u daljem tekstu „Znak“). Brend u formiranju će se čulno temeljiti na logu kao izvjesnoj kompoziciji slovnog ispisa naziva brenda i redizajniranog znaka.

Crna Gora je plod velike ljubavi kopna i mora. Jezera i rijeke vezuju njene planine i doline. Najbolji pogled na tu ljepotu imaju 352 vrste ptica koje je nadlijeću i nastanjuju. Orao je ponosna ptica čija snaga istorijski simbolizuje Crnu Goru i kao grb sa njene zastave okuplja ljude. Orao je i u logu nacionalne avio kompanije koja kreće u novu etapu svog letjenja. On kreće bremenitim, ali iskusnim krilima ka novim horizontima, pod novim imenom i osvježenoga lika. Budite kreativni i nježni prema njemu. Računamo na vas.

1. **Formalne odlike konkursa**

Konkurs je javan, međunarodni i neanoniman. Namijenjen je svim zainteresovanim stranama, bez obavezujućeg legitimisanja profesionalnog statusa, ugleda i/ili iskustva učesnika. U drugom krugu konkursa naručilac može uzeti u obzir i vrednovanje portfolija učesnika.

Učesnici mogu da budu sva fizička i pravna lica koja blagovremeno predaju urednu konkursnu dokumentaciju (u daljem tekstu „Dokumentacija“)

Članovi konkursnog žirija, njihove kompanije i/ili povezana lica, naručilac i predstavnici kompanije naručioca, ne smiju biti učesnici.

Učesnici predaju na konkurs dokumentaciju, koju čine rješenje i uredno popunjena prijava na konkurs (u daljem tekstu „Prijava“).

Prijava sadrži identifikacione podatke i izjave učesnika o prihvatanju uslova konkursa, izvornosti djela, kao i o isključenosti trećih lica iz autorstva nad istim.

Prijava sadrži i izjavu da je predato rješenje nastalo isključivo za potrebe konkursa, te da nije objavljivano i korišćeno u druge svrhe. Pod objavom djela se smatra i predaja djela na bilo koji vid nadmetanja.

U slučaju rješenja koje ima odlike koautorskog ili spojenog djela, prijava sadrži identifikacione podatke o svim koautorima ili autorima spojenih djela u timu, a potpisnik prijave se smatra odgovornom osobom ispred učesnika po pitanju predstavljanja i pravnog prometa djela.

Učesnik može predložiti više različitih rješenja u odvojenim dokumentacijama.

Rješenja u ime naručioca ocjenjuje sedmočlani stručni žiri (u daljem teksu „žiri“), sastavljen od 4 predstavnika sektora kreativnih industrija i 3 predstavnika naručioca i osnivača.

Žiri ocjenjuje rješenja na osnovu ustanovljenih kriterijuma (opisanih u odjeljku 8) i donosi odluku konsenzusom.

Žiri ocjenjuje rješenja u dva kruga. U prvom krugu žiri formira nerangiranu listu najuspješnijih rješenja koja napreduju u drugi krug. Učesnici drugog kruga stiču pravo na odbranu rješenja pred žirijem u trajanju od najviše 15 minuta. Odbrana je otvorena za sve učesnike drugog kruga. Termin odbrane će žiri odrediti naknadno, a najkasnije 7 dana od zatvaranja prvog kruga. Usljed složene epidemiološke situacije, žiri zadržava pravo organizovanja odbrane rješenja i telematskim putem (video konferencija), o čemu će blagovremeno obavijestiti učesnike drugog kruga. U slučaju organizovanja odbrane putem video konferencije, žiri zadržava pravo snimanja kompletnog događaja za interne potrebe.

Sastav žirija je istovjetan u oba kruga konkursa.

Ishod konkursa (u daljem tekstu „ishod“) je izbor tri najbolja rješenja sa utvrđenim rangom (1, 2. i 3. mjesto), koji stiču pravo na nadoknadu. Žiri zadržava pravo nedodjeljivanja bilo koje od tri nagrade.

Naručilac zadržava pravo da od prvorangiranog učesnika zahtijeva nužna tehnička prilagođavanja djela.

Učesnik je dužan da sarađuje sa naručiocem u procesu registracije žiga.

Ugovor između naručioca i učesnika će sadržati ekskluzivnu licencu o korišćenju djela bez prostornog i vremenskog ograničenja.

Učesnik svojim potpisom na prijavi prihvata sve uslove i propozicije konkursa.

Predajom dokumentacije autori izražavaju saglasnost sa javnom prezentacijom isporučenih djela za potrebe promocije konkursa, uključujući prezentacije na društvenim mrežama i elektronskim medijima, kao i formom izložbe.

Jezici konkursa su crnogorski (bosanski, hrvatski, srpski) i engleski.

Naručilac zadržava pravo izmjene i dopune raspisa konkursa do dana zatvaranja, o čemu će bez odlaganja informisati javnost na sajtu Ministarstva kapitalnih investijia.

1. **Objava konkursa i termini**

Konkurs je objavljen dana 06. april 2021. godine, objavom na sajtu Ministarstva kapitalnih investicija.

Prijavljivanje na konkurs traje od 6. aprila 2021. godine do 04. maja 2021. godine u 12h.

O ishodu će svi učesnici biti informisani putem emaila. Naručilac zadržava pravo na informacioni zabran prema medijima sve do termina javne objave ishoda, tj. do objave zvaničnog saopštenja za javnost/medije ispred naručioca.

1. **Specifikacije traženog rješenja**

* Rješenje mora biti lako uočljivo, visokih estetskih i vizuelnih odlika.
* Rješenje mora biti izvjesna grafička kompozicija ispisa naziva i redizajniranog znaka.
* Redizajnirani znak mora zadržati dovoljno elemenata vizuelnog koda izvornog znaka MA kako bi se zadržao generativnu vezu sa njim (*glava orla u profilu, sa pogledom u smjeru leta, predstavljena iluzijom jednog poteza*).
* Rješenje loga čulno i misaono odražava tematski okvir konkursa (tačka 5).
* Redizajn znaka treba da zadrži i unaprijedi kvalitete izvornog dizajna znaka.
* Rješenje loga će kao cjelina biti ocjenjivana putem četiri kriterijuma:
  + (1) kriterijum identifikacije *(nezamjenjivost, prepoznatljivost, pamtljivost, idejnost, nadvremenost, čitkost, kulturna prohodnost, razvojna otvorenost, optički domet na daljinu...),*
  + (2) kriterijum značenja *(semantički opseg, odnos prema nazivu, razumljivost, povezanost sa djelatnošću, emotivna pristupačnost, otpornost na zloupotrebu i vandalizam,...),*
  + (3) kriterijum estetike *(kvalitet oblikovne stilizacije, mjera apstakcije i jednostavnosti, kolorna paleta i inverzne mutacije, kompozicije znaka, tipografske odlike, atraktivnost,...),*
  + (4) kriterijum tehnologije *(primjenjivost i reproduktivnost, skalabilnost, izvedba detalja, tehnološka prohodnost, elaborat materijala, podložnost svjetlosnim uslovima,...).*
* Pri oblikovanju loga treba uzeti u obzir njegovu upotrebu u signalizaciji na daljinu u vazdušnom saobraćaju, prvenstveno putem markacija na vazduhoplovima (npr. rep aviona)
* Preporučuju se grafičke kompozicije bez izraženog fizičkog prožimanja ispisa i znaka, odnosno u kompoziciji koja omogućavaju vizuelno izdvajanje dva elementa bez većih poteškoća.
* Slovni ispis može da sadrži dodatne elemente, izuzev onih koji ugrožavaju prominentost znaka.
* Osnovnu tonsku boju loga treba odrediti unutar plavog dijela spektra, sa primjerenim zasićenjem i valerom.
* Konkursom nije unaprijed određen niti jedan odnos forme (oblika) i antiforme (okoline) loga kao osnovni (pozitiv ili negativ).
* Svaka varijanta loga u boji treba da ima svoj bezbojni ekvivalent namijenjen prostijim vidovima reprodukovanja.
* Preporučuje se derivacija plastičnog (trodimenzionalnog) loga, kao i loga u pokretu (formom animacije ili ilustrovanom knjigom snimanja, tzv. „storyboardom“).
* Konkursom se ne ograničava derivacija bilo kojih čulnih aspekata loga u skladu sa principima „dizajna za sva čula“ (identitet kao riječ, audio logo, slika, dodir, miris, pokret, zvuk, melodija, interakcija...), a shodno aktuelnom tehnološkom trenutku.
* Konkursom se ne ograničava dizajn bilo kakvih pratećih konstanti kao dopunskih gradivnih elemenata u cilju razvoja identiteta (korporativna pisma, ukrasi, beskonačni obrasci, uzorci,...)

Da bi dokumentacija bila uzeta u razmatranje:

* Rješenja moraju da budu laka za reprodukovati i prepoznatljiva, bez teško izvodljivih elemenata.
* Rješenja treba dostaviti u štampanoj formi, digitalno na prenosnom medijumu (USB flash-drive/„fleška“), i na papiru odštampanim linkom za preuzimanje materijala online, u slučaju tehničkih problema sa prenosnim medijumom. Digitalni materijal mora u potpunosti reflektovati ono što je poslato u štampanom obliku (svaki fajl mora biti dostavljen u odštampanoj formi, čak iako mu je namjena isključivo za digitalnu upotrebu).
* Logo treba priložiti u tri veličine, aproksimativno 20×20 cm, 10×10 cm i u minimalnoj dozvoljenoj veličini, odštampane na etalonu uspravnog formata A4.
* Znak treba priložiti u tri veličine, aproksimativno 10×10 cm, 5×5 cm i u minimalnoj dozvoljenoj veličini, odštampane na etalonu uspravnog formata A4.
* Logo za digitalnu upotrebu treba priložiti u PNG i SVG formatima u aproksimativnim veličinama 1920×1920px (72dpi RGB), 512×512px (72dpi RGB) i minimalnoj dozvoljenoj veličini.
* Znak za digitalnu upotrebu treba priložiti upisan u kvadrat, u PNG i SVG formatima, sa i bez kolorne podloge u tačnim veličinama: 16×16px, 32×32px, 48×48px, 72×72px, 144×144px, 512×512px i 1024×1024px.
* Znak za digitalnu upotrebu treba priložiti upisan u krug, u PNG i SVG formatima, sa i bez kolorne podloge u tačnim veličinama: 16×16px, 32×32px, 48×48px, 72×72px, 144×144px, 512×512px i 1024×1024px.
* Rješenje mora da bude obrazloženo pisanim obrazloženjem primjerene dužine (najviše 1800 karaktera).
* Uz rješenje treba priložiti priručnik (vodoravni A4 format, jednostrano štampan, uvezan po dužoj strani) u kome su određeni sljedeći principi, odnosno osnove standarda, između ostalog:
* osnovni logo
* minimalna dozvoljena veličina loga i posebno znaka
* specifikacija kolorne palete
* zona izolacije loga i posebno znaka
* varijante kompozicije i orijentacije loga
* ostale namjenske varijante loga
* smjernice upotrebe loga na različitim pozadinama
* odlike loga i posebno znaka u digitalnom mediju
* zabrane
* prateće konstante
* druge važne informacije, smjernice i ostala svojstva koja su potrebna za ispravnu upotrebu na raznim formama, materijalima, medijima i kontekstima
* Uz rješenje treba priložiti primjene i/ili foto-simulacije, nacrte ili skice istih u različitim situacijama upotrebe, kao što su:
  + Službena upotreba u poslovnoj korespondenciji i ophođenju
  + Obilježavanje voznog parka i flote (u enterijeru i eksterijeru)
  + Primjena na uniformama i odjevnim dodacima
  + Prostorno obilježavanje u eksterijeru i enterijeru
  + Razni vidovi oglašavanja (ATL, BTL, web)
  + Instagram, LinkedIN, Facebook, Twitter stranica/profil
  + Primjeri objava na društvenim mrežama sa primjenom loga
  + Ikonica za hipotetičku mobilnu aplikaciju sa simulacijom prikaza ikonice na smart telefonu.

Vizuelizacije primjena prirediti u dokumentu vodoravnog A4 formata, jednostrano štampanog i uvezanog po dužoj stranici.

Priručnik i primjene moraju biti priložene i digitalno, u PDF formatu visokog kvaliteta.

1. **Nagradni fond**

Nagradni fond iznosi 20.000 EUR i raspoređen je na tri nadoknade za tri rangirana mjesta:

1. mjesto: 16.000 eura (isplaćuje se po potpisivanju ugovora, isporuci loga nakon eventualnih tehničkih adaptacija i pripadajućeg priručnika)
2. mjesto: 2.500 eur (isplaćuje se najkasnije 30 dana od objave rezultata)
3. mjesto: 1.500 eur (isplaćuje se najkasnije 30 dana od objave rezultata)
4. **Konkursni žiri**

Blagovremeno i uredno predate dokumentacije će ocjenjivati žiri u sastavu:

1. prof.mr Nikola Latković Late, MFA (dizajner, dekan FVU)
2. Miloš Milošević (dizajner, Product Design Lead/fleka)
3. dr Bojana Femić Radosavović (gostujući predavač iz oblasti Komunikacija na UCG)
4. Goran Ćetković (copywriter)
5. Filip Radulović (predsjednik borda direktora To Montenegro)
6. Predrag Todorović (izvršni direktor To Montenegro)
7. Draško Lončar (predstavnik Ministarstva kapitalnih investicija)
8. **Kontakti i prijavljivanje na konkurs**

Za sve informacije kontaktirati mejlom [pr@to.me](mailto:pr@to.me).

Učesnici predaju zapečaćene dokumentacije poštom ili lično na adresu kompanije: To Montenegro, Capital Plaza, Džordža Vašingtona 98, 81000 Podgorica, Crna Gora, sa naznakom „Konkurs za logo – NE OTVARAJ!“

Dokumentacije moraju biti predate do utorka, 4. maja 2021.godine u 12h.

Konkursna dokumentacija sadrži:

1. Uredno popunjenu i potpisanu prijavu sa identifikacionim podacima i izjavama
2. Rješenje

* etalon uspravnog formata A4 sa osnovnim logom u boji u tri tražene veličine
* etalon uspravnog formata A4 sa znakom u boji u tri tražene veličine
* dva etalona kao bezbojne ekvivalente prethodne dvije stavke
* priručnik
* primjene
* ostalo po nahođenju učesnika

1. **Prilozi**

- znak MA

- formular prijave na konkurs

- pojmovnik