



WOJEWÓDZTWO  
POMORSKIE



NARODOWY FUNDUSZ  
OCHRONY ŚRODOWISKA  
I GOSPODARKI WODNEJ

Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL

**Załącznik nr 2**  
do zapytania ofertowego na przygotowanie  
kompleksowej strategii marki, strategii komunikacji i kampanii informacyjno-edukacyjnej

**Zamawiający:**  
Pomorska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.  
ul. Obrońców Wybrzeża 3  
76-200 Słupsk

## OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

### I. Zakres przedmiotu zamówienia

1. **Przedmiotem zamówienia** jest opracowanie dla projektu LIFE Pom GOZilla.PL na lata 2025–2035:
  - a. **Strategii marki projektu** obejmującej misję, wizję, wartości, pozycjonowanie marki, kluczowe przekazy i narrację oraz rekomendacje dotyczące dalszej komunikacji i działań promocyjnych;
  - b. **Systemu identyfikacji wizualnej**, obejmującego rozbudowaną księgę znaku, paletę kolorów, typografię, ikonografię, elementy brandowe i zasady spójnego stosowania identyfikacji w różnych kanałach komunikacji;
  - c. **Kampanii informacyjno-edukacyjnej**, mającej na celu podniesienie świadomości ekologicznej i wiedzy o gospodarce o obiegu zamkniętym (GOZ) wśród mieszkańców, turystów, przedsiębiorców i samorządów województwa pomorskiego, **z uwzględnieniem strategii komunikacji poprzez wskazanie kanałów komunikacji i dostosowanie do specyfiki każdej grupy odbiorców.**

Wykonawca zobowiązany jest do stosowania wytycznych LIFE, UE i NFOŚiGW dotyczących oznakowania i komunikacji.

**Celem kampanii** jest znaczące podniesienie świadomości ekologicznej i w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ) wśród mieszkańców, turystów i przedsiębiorców, z naciskiem na edukację społeczeństwa w każdym wieku – od dzieci i młodzieży po dorosłych i seniorów. Kampania ma wspierać zrozumienie zasad zrównoważonego korzystania z zasobów, minimalizacji odpadów oraz odpowiedzialnych decyzji konsumenckich i biznesowych, a także promować aktywny udział społeczności w ochronie środowiska.

#### Działania kampanii obejmują:

- **Wsparcie rodzin i dorosłych** poprzez kampanie informacyjne w mediach społecznościowych, poradniki praktyczne, webinary oraz wydarzenia lokalne, które pokazują, jak w codziennym życiu można wprowadzać zasady zrównoważonego gospodarowania zasobami.
- **Angażowanie przedsiębiorców** poprzez utworzenie Centrum Wsparcia dla Przedsiębiorców – punkt doradztwa i animacji transformacji GOZ w województwie pomorskim, oferujący konsultacje, warsztaty i studia przypadków wdrożeń zrównoważonych praktyk w biznesie.



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL

- **Wielokanałową komunikację** – wykorzystanie materiałów drukowanych, kampanii outdoorowych, social media, interaktywnych stron internetowych oraz wydarzeń społecznych, aby dotrzeć do różnych grup odbiorców i utrwalić przekazy edukacyjne.

- **Promocję przykładów dobrych praktyk** w codziennym życiu i działalności biznesowej – od prawidłowej segregacji odpadów po modele zrównoważonego podróżowania i minimalizacji odpadów.

**Długoterminowym efektem kampanii będzie:**

- Podniesienie świadomości ekologicznej wszystkich grup społecznych i utrwalenie w społeczeństwie postaw proekologicznych;

- Zintegrowanie praktyk gospodarki o obiegu zamkniętym w codzienne życie i działalność gospodarczą;

- Zmniejszenie ilości odpadów, poprawa segregacji i promowanie zrównoważonych stylów życia;

- Budowanie kultury ekologicznej w społecznościach lokalnych, co przyczyni się do ochrony środowiska naturalnego zarówno na poziomie lokalnym, jak i globalnym.

## 2. Grupy docelowe:

Kampania powinna obejmować wszystkie kluczowe grupy odbiorców, z uwzględnieniem ich wieku, roli społecznej i specyfiki, tak aby strategia komunikacji mogła być dopasowana do potrzeb każdej grupy.

**a. Mieszkańcy Województwa Pomorskiego:**

- Dzieci (6–12 lat)
- Młodzież (13–18 lat)
- Dorośli (19–64 lata)
- Seniorzy (65+)
- Osoby niepełnosprawne

**b. Turyści odwiedzający Województwo Pomorskie**

- Osoby w różnym wieku i o różnych profilach społecznych

**c. Przedsiębiorcy i samorządy działające na terenie Województwa Pomorskiego**

- Przedsiębiorcy z różnych sektorów i branż
- Jednostki samorządu terytorialnego i ich pracownicy

**Wymagania ogólne:**

- Strategia komunikacji musi być dopasowana do specyfiki każdej grupy, uwzględniając wiek, rolę społeczną i różnorodność odbiorców.

- Konieczne jest zapewnienie, aby każda grupa mogła być adresowana w sposób odpowiedni i spójny, z możliwością dostosowania przekazu do jej charakterystyki.

- Wszelkie materiały elektroniczne i drukowane będą dostępne w formatach ułatwiających korzystanie osobom starszym oraz niepełnosprawnym (teksty i treści będą dostosowane do łatwego zrozumienia i czytelne, a grafiki będą przejrzyste i czytelne).



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL

## II. Wymagania merytoryczne i formalne wobec Wykonawcy

1. **Pliki źródłowe:** Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć komplet plików źródłowych wszystkich elementów wizualnych (m.in. tła, ilustracje, piktogramy, layouty, fonty) w formatach otwartych (AI, PSD, INDD, SVG, PDF, Figma).  
Dodatkowo Wykonawca przygotowuje zestaw szablonów (np. w Canvie) umożliwiających Zamawiającemu samodzielne tworzenie nowych materiałów w zgodzie z systemem identyfikacji kampanii.  
Pliki do druku: PDF, pliki zoptymalizowane dla web (WebP/JPEG/PNG). Przy braku możliwości transferu fontów – dostarczenie konwersji do krzywych + lista zamienników web safe.
2. **Prawa autorskie:** Po uregulowaniu płatności Zamawiający nabywa majątkowe prawa autorskie do wszystkich dostarczonych materiałów na wszystkich polach eksploatacji, bez ograniczeń terytorialnych i czasowych, na zasadach określonych w § 7 Umowy (dotyczącym przeniesienia praw autorskich). Zamawiający nabywa również prawo do wykonywania i zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich do utworów, w tym w szczególności prawo do dokonywania opracowań, modyfikacji, adaptacji, tłumaczeń oraz wykorzystywania fragmentów utworów w innych materiałach. Przeniesienie praw następuje zgodnie z postanowieniami Umowy, bez konieczności sporządzania odrębnego oświadczenia lub załącznika.
3. **Definicja poprawek oraz zasady ich rozliczania:**
  - a. Definicja poprawek: Poprawka oznacza jedną rundę zmian obejmującą uwagi Zamawiającego przekazane po odbiorze wstępnej wersji materiałów w danym etapie. Każda runda poprawek może zawierać kilka zmian merytorycznych lub graficznych zgłoszonych łącznie.
  - b. Zakres liczby poprawek: Liczba poprawek wskazana w opisie poszczególnych etapów dotyczy każdego produktu częściowego w danym etapie, o ile w opisie etapu nie zaznaczono inaczej.
  - c. W cenie każdego etapu Wykonawca uwzględni do trzech rund poprawek do poszczególnych produktów (o ile taka liczba została wyspecyfikowana w opisie etapu).

## III. Zasada rozliczania i wycena per etap

1. Niniejsze zapytanie ofertowe zostało podzielone na Etapy. Każdy etap musi zostać przez Wykonawcę wyceniony osobno w ofercie. Rozliczenie nastąpi po zakończeniu i odbiorze każdego etapu, na podstawie zaakceptowanego protokołu odbioru częściowego/końcowego. Zamawiający dopuszcza możliwość realizacji niektórych etapów równolegle, o ile nie wpływa to na jakość lub spójność merytoryczną rezultatów.
2. **Akceptacja materiałów i terminy:**
  - a. Terminy realizacji poszczególnych etapów podane w niniejszym dokumencie obejmują całkowity czas potrzebny na opracowanie materiałów oraz wprowadzenie poprawek, zgodnie z liczbą rund określoną w opisie każdego etapu.



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL

- b. Po przekazaniu przez Wykonawcę rezultatów danego etapu, Zamawiający ma 5 dni roboczych na zgłoszenie uwag lub akceptację materiałów. Brak uwag w tym terminie będzie uznany za akceptację rezultatów etapu.
- c. W przypadku gdy z przyczyn organizacyjnych lub merytorycznych proces akceptacji ulegnie przedłużeniu, lub konieczne będzie wprowadzenie zmian wykraczających poza ustaloną liczbę poprawek, Strony mogą dokonać odpowiedniego wydłużenia terminu realizacji danego etapu w drodze pisemnego aneksu do umowy.
- d. Szacowany łączny czas realizacji całości zamówienia wynosi do 43 tygodni od dnia podpisania umowy.

#### IV. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Poniżej szczegółowo opisano każdy etap z wymaganymi produktami, formatami, liczbami i kryteriami akceptacji.

##### **Etap 1: Analiza i diagnoza stanu obecnego (trendy, sytuacja rynkowa i otoczenie społeczno-gospodarcze projektu, grupy docelowe) w tym m.in.:**

- 1. Zorganizowanie i poprowadzenie przez Wykonawcę co najmniej 2 spotkań warsztatowych dla przedstawicieli Zamawiającego.
- 2. Zebranie i analiza informacji dotyczących tematyki ekologii i GOZ.

Celem jest przeprowadzenie **kompleksowej inwentaryzacji i analizy działań oraz informacji związanych z gospodarką o obiegu zamkniętym (GOZ), ekologią i ochroną środowiska**, które będą stanowić podstawę do opracowania strategii komunikacji i rozbudowy identyfikacji wizualnej Projektu.

Analiza powinna obejmować w szczególności:

- a. Badanie poziomu wiedzy i świadomości społecznej w zakresie GOZ, ochrony środowiska, recyklingu i zrównoważonego stylu życia wśród różnych grup docelowych (mieszkańców, turystów, przedsiębiorców, samorządów, szkół i organizacji pozarządowych);
- b. Identyfikację barier, potrzeb i oczekiwań tych grup w kontekście edukacji i informacji dotyczącej ekologii i GOZ;
- c. Inwentaryzację dotychczasowych działań edukacyjno-informacyjnych prowadzonych w Polsce (ze szczególnym uwzględnieniem Województwa Pomorskiego) i w Unii Europejskiej w obszarze GOZ, ochrony środowiska i zrównoważonego stylu życia, w tym przegląd kampanii, materiałów edukacyjnych oraz projektów pilotażowych;
- d. Analizę dostępnych kanałów komunikacji i rynku medialnego w zakresie tematyki ekologicznej i GOZ, w celu zrozumienia dotychczasowego zakresu działań oraz identyfikacji potencjalnych obszarów do rozwoju komunikacji Projektu;
- e. Przegląd istniejących narzędzi, źródeł informacji i raportów wykorzystywanych w edukacji ekologicznej i promowaniu zrównoważonych postaw.



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL

- f. Prognozę rozwoju zachowań społeczeństwa na rynku – obejmującą oszacowanie, jakie zmiany mogą wystąpić w przyszłości w zakresie postaw, preferencji i zachowań konsumenckich oraz jak mogą one wpłynąć na skuteczność i kierunki zaplanowanych działań w projekcie.

### 3. Przygotowanie raportu końcowego i prezentacji zebranych informacji, wniosków i rekomendacji.

#### Po Etapie 1 Zamawiający otrzymuje:

- Raport końcowy z analizą trendów, poziomu świadomości grup docelowych, barier i potrzeb oraz rekomendacjami strategicznymi.
- Prezentację podsumowującą wnioski.
- Wersję drukowaną i elektroniczną (edytowalną).

**Czas realizacji:** Do 5 tygodni od podpisania umowy.

Termin realizacji obejmuje przygotowanie materiałów, ich przekazanie do akceptacji Zamawiającego oraz wprowadzenie ewentualnych poprawek w ramach danego etapu.

Zamawiający prześle uwagi lub akceptację do przekazanych materiałów w terminie do 5 dni roboczych od dnia ich otrzymania.

#### **Etap 2: Opracowanie dokumentu strategii marki**

Na podstawie wyników analiz i badań zrealizowanych w Etapie 1 Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania kompleksowego dokumentu strategii marki projektu zawierającego konkretne działania komunikacyjne, kreatywne i wdrożeniowe.

Strategia powinna obejmować m.in.:

##### **1. Założenia ogólne marki:**

- misja, wizja i wartości projektu,
- główne cele komunikacyjne i edukacyjne,
- pozycjonowanie projektu w obszarze gospodarki o obiegu zamkniętym.

##### **2. Grupy docelowe i persony:**

- charakterystyka odbiorców marki (instytucje, przedsiębiorstwa, mieszkańcy we wszystkich przedziałach wiekowych, turyści, osoby niepełnosprawne)
- identyfikacja kluczowych potrzeb i barier,
- segmentacja odbiorców i opracowanie person: specyfikacja demograficzna, behawioralna, bariery, motywatory, preferowane kanały.

##### **3. Kluczowe przekazy i narracja marki:** opracowanie głównych haseł, komunikatów i treści merytorycznych. Narracja spójna z celami projektu i tematyką GOZ, dostosowanie języka komunikacji do różnych grup odbiorców.

##### **4. Tone of voice i tożsamość komunikacyjna:** opis stylu komunikacji marki (język, ton, forma), zasady prowadzenia komunikacji w mediach, w materiałach drukowanych, w kontaktach z mediami, rekomendacje dotyczące storytellingu.



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL

5. **Rekomendacje strategiczne:** dopasowanie kanałów i narzędzi komunikacji do konkretnych grup odbiorców, wskazanie obszarów priorytetowych działań edukacyjno-informacyjnych.

#### Po Etapie 2 Zamawiający otrzymuje:

- a. Kompletny dokument strategii marki z misją, wizją, wartościami, celami komunikacyjnymi, segmentacją odbiorców, personami, kluczowymi przekazami, narracją i rekomendacjami strategicznymi.
- b. Wersję drukowaną i elektroniczną.

**Czas realizacji:** Do 7 tygodni od zakończenia etapu 1.

Termin realizacji obejmuje przygotowanie materiałów, ich przekazanie do akceptacji Zamawiającego oraz wprowadzenie ewentualnych poprawek w ramach danego etapu.

Zamawiający prześle uwagi lub akceptację do przekazanych materiałów w terminie do 5 dni roboczych od dnia ich otrzymania.

#### Etap 3: Opracowanie haseł promocyjnych

Na podstawie opracowanej strategii marki (Etap 2) Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania zestawu haseł komunikacyjnych, które będą fundamentem kampanii informacyjno-edukacyjnej i wszelkich działań promocyjnych projektu.

#### Zakres prac obejmuje:

1. **Claim główny (hasło przewodnie projektu):**

- a. przygotowanie 3 propozycji,
- b. każda propozycja z uzasadnieniem merytorycznym i marketingowym (opis, jakie emocje wywołuje, jak wspiera cele projektu, jak odnosi się do GOZ),
- c. wskazanie możliwych kontekstów zastosowania (outdoor, spoty wideo, edukacja, kampania w social media).

2. **Tagline (hasło wspierające identyfikację):**

- a. przygotowanie 5 propozycji,
- b. rekomendacje do zastosowania w różnych kanałach (druk, prezentacje, online),
- c. opracowanie zasad łączenia z logotypem i claimem.

3. **Mikro-CTA (wezwanie do działania):**

- a. przygotowanie 10 propozycji,
- b. zróżnicowanie komunikatów pod kątem grup docelowych,
- c. opracowanie 3 wariantów tonalnych.

#### Po Etapie 3 Zamawiający otrzymuje:

- a. Zestaw propozycji claimów, tagline'ów i mikro-CTA, wraz z uzasadnieniem i wizualizacjami.
- b. Pliki źródłowe wielowarstwowe i edytowalne umożliwiającym otwarcie ich w darmowym oprogramowaniu np. Canva do dalszego wykorzystania.

**Czas realizacji:** Do 4 tygodni od zakończenia Etapu 2.





Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
**LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL**

Termin realizacji obejmuje przygotowanie materiałów, ich przekazanie do akceptacji Zamawiającego oraz wprowadzenie ewentualnych poprawek w ramach danego etapu.

Zamawiający prześle uwagi lub akceptację do przekazanych materiałów w terminie do 5 dni roboczych od dnia ich otrzymania.

#### **Etap 4: Opracowanie systemu identyfikacji wizualnej** (rozszerzenie księgi znaku oraz opracowanie Key Visuala projektu)

Na podstawie opracowanej strategii marki Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania pełnego systemu identyfikacji wizualnej dla Projektu, obejmującego rozbudowę dotychczasowej księgi znaku oraz opracowanie Key Visuala (KV) – kluczowego motywu graficznego spajającego wszystkie działania komunikacyjne projektu LIFE Pom GOZilla.PL, z zachowaniem wytycznych UE, LIFE i NFOŚiGW.

#### **Na obecnym etapie Zamawiający dysponuje:**

- opracowanym logo projektu,
- częścią księgi znaku obejmującą: konstrukcję znaku, pole ochronne, minimalną wielkość i kolorystykę, zastosowanie na różnych tłach oraz przykłady prawidłowego i nieprawidłowego stosowania.

Zakres prac dotyczących rozbudowy systemu identyfikacji wizualnej obejmuje w szczególności:

#### **Rozszerzenie księgi znaku:**

##### **1. Logo i warianty znaku:**

- a. przygotowanie 5 dodatkowych wersji (układ pionowy, poziomy, sygnet, wersja monochromatyczna, wersja uproszczona),
- b. układy z dopiskami (np. „Centrum Wsparcia dla Firm”, „Edukacja GOZ”),
- c. wytyczne dotyczące stosowania logo z partnerami i logotypami instytucji finansujących wraz z przykładami użycia.
- d. Idea znaku – opisanie idei znaku, nawiązania do GOZ wraz z wyjaśnieniem wprowadzonych modyfikacji w podstawowym logo.

Logo powinno zawierać wszystkie informacje, takie jak np. pole ochronne, konstrukcja, zasady użycia, wytyczne dla tła, overlay, przeźroczystości i gradienty; tabele pokazujące dopuszczalne tła/logo i wartości nasycenia (czytelność).

##### **2. Paleta kolorów:**

- a. rozszerzenie palety kolorystycznej (kolory główne, uzupełniające, neutralne),
- b. tabele z wartościami CMYK, RGB, HEX, Pantone,
- c. rekomendacje dotyczące kontrastu, czytelności, gradientów i przezroczystości.

##### **3. Typografia:**

- a. opracowanie zestawu fontów: nagłwkowy, akapitowy, zamienniki websafe,
- b. zasady stosowania fontów w druku i online,
- c. ustalenie zasad typograficznych (hierarchia, wielkości, odstępy, marginesy).
- d. Wykonawca zapewni, że wszystkie użyte lub zaproponowane fonty będą posiadały ważne licencje umożliwiające ich legalne wykorzystywanie przez Zamawiającego w materiałach drukowanych i cyfrowych, w tym w programach takich jak Canva, MS Office, Adobe i innych narzędziach graficznych. Wraz z przekazaniem księgi znaku Wykonawca prześle informacje



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
**LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL**

o nazwach fontów, źródle ich pozyskania oraz rodzaju licencji (np. Google Fonts, Adobe Fonts, komercyjna licencja).

- e. W przypadku użycia fontów wymagających odrębnej licencji, Wykonawca wskaże sposób jej legalnego nabycia przez Zamawiającego lub zaproponuje alternatywne fonty o licencji pozwalającej na swobodne użycie.
- f. Dopuszcza się możliwość opracowania przez Wykonawcę autorskich fontów (czcionek) stworzonych specjalnie na potrzeby Zamawiającego. W takim przypadku Wykonawca przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do stworzonych fontów na zasadach określonych w Umowie, a także przekazuje niezbędne pliki umożliwiające ich instalację i wykorzystanie.

#### 4. Ikonografia i ilustracje:

- a. przygotowanie 20 ikon związanych z tematyką GOZ (np. segregacja, recykling, odpady bio, turystyka, szkolenia, granty),
- b. opracowanie 3 stylów ilustracyjnych (np. edukacyjny, instruktażowy, promocyjny) – po 3 przykłady,
- c. rekomendacje dotyczące stosowania ilustracji, tj.: układy graficzne materiałów (siatki, proporcje, marginesy, hierarchia treści)

#### 5. Fotografia:

- a. stworzenie moodboardu fotograficznego (światło, kolorystyka, klimat),
- b. rekomendacje stylu fotografii: światło, kadrowanie, kolory, emocje; bank zdjęć (lista min. 10 przykładowych kadrów)

#### 6. Dodatkowe elementy brandowe:

- a. Wzory tła/patterny: warianty (jasny/ciemny/kontrastowy), zasady przezroczystości i nakładania na zdjęcia
- b. Brand Hero:
  - w wersji 2D w 3 wariantach
  - zestaw awatarów (10 propozycji: cała postać w różnych pozycjach i sama głowa),
  - propozycja animowanej wersji maskotki

#### Key Visual (KV) – kluczowy motyw graficzny projektu:

Na podstawie strategii marki Wykonawca opracuje Key Visual (KV) – spójny motyw graficzny stanowiący wizualne rozwinięcie tożsamości marki i podstawę dla wszystkich działań komunikacyjnych oraz materiałów promocyjnych projektu LIFE Pom GOZilla.PL.

KV powinien być w pełni zgodny z systemem identyfikacji wizualnej i odzwierciedlać wartości oraz narrację marki.

#### Zakres opracowania KV obejmuje:

- określenie dominującej kolorystyki, typografii i kompozycji graficznej,
- opracowanie układu layoutów i hierarchii wizualnej dla materiałów drukowanych i cyfrowych,
- przygotowanie 3 wariantów Key Visuala wraz z uzasadnieniem i rekomendacją wdrożenia,
- wskazanie zasad adaptacji KV do różnych formatów (druk, outdoor, social media, multimedia),
- prezentację przykładowych zastosowań (np. plakat, post, baner, broszura).





Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL

**Key Visual będzie stanowił graficzną bazę dla wszystkich kolejnych etapów projektu, w tym dla kampanii informacyjno-edukacyjnej (Etap 6).**

**Po Etapie 4 Zamawiający otrzymuje:**

- rozszerzoną księgę znaku z wariantami logo, paletą kolorów, typografią, ikonografią, ilustracjami, rekomendacjami fotograficznymi i dodatkowymi elementami brandowymi (patterny, brand hero),
- opracowany Key Visual (KV) wraz z prezentacją zastosowań i rekomendacjami wdrożenia,
- komplet plików źródłowych i użytkowych (druk, web).

**Czas realizacji:** do 7 tygodni od zakończenia Etapu 3.

Termin realizacji obejmuje przygotowanie materiałów, ich przekazanie do akceptacji Zamawiającego oraz wprowadzenie ewentualnych poprawek w ramach danego etapu.

Zamawiający prześle uwagi lub akceptację do przekazanych materiałów w terminie do 5 dni roboczych od dnia ich otrzymania.

## **Etap 5: Opracowanie projektów graficznych i materiałów promocyjnych**

Stworzenie pełnego zestawu projektów graficznych i materiałów promocyjnych dla kampanii LIFE Pom GOZilla.PL – druk, outdoor, online, gadżety, multimedia – zgodnych z wytycznymi identyfikacji wizualnej, strategii marki oraz zgodnie z wytycznymi UE, NFOŚiGW i partnerów projektu.

Etap obejmuje opracowanie koncepcji i projektów wizualnych materiałów kampanii (m.in. outdoor, reklamy digital, gadżety, materiały drukowane) oraz przygotowanie plików do produkcji.

Produkcja fizyczna materiałów drukowanych, gadżetów i kostiumu maskotki nie wchodzi w zakres niniejszego zamówienia.

Wykonawca przygotuje zestaw szablonów graficznych w formie umożliwiającej ich dalsze samodzielne wykorzystanie i edycję przez Zamawiającego. Preferowanym narzędziem jest Canva. Dopuszcza się jednak przygotowanie projektów w środowisku Adobe.

### **1. Przygotowanie szablonów**

- ulotki A5 (5 layoutów),
- plakaty A3 (6 layoutów, dopasowanych do miejsc docelowych – szkoły, sklepy, urzędy),
- wizytówki (3 propozycje – do wyboru),
- papier firmowy (format A4, z polem na stopkę prawną i podpis)
- newsletter (3 layouty) - wersje do wysyłki e-mail (PNG/JPG + wersja HTML-ready),
- zaproszenia (3 layouty) - wersje do wysyłki e-mail (PNG/JPG + wersja HTML-ready),
- identyfikatory (3 propozycje – do wyboru),

**Pomorska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.**

ul. Obrońców Wybrzeża 3 | 76-200 Słupsk | Tel: (+48) 59 841 28 92 | office@parr.slupsk.pl

Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku, KRS 0000052733 | NIP 8390029569 | REGON 770719284

Kapitał zakładowy wpłacony w całości 30 883 800 PLN | PN-EN ISO 9001:2015

[parr.slupsk.pl](http://parr.slupsk.pl)



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
**LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL**

- h. certyfikaty i dyplomy (3 layouty),
- i. prezentacja multimedialna (3 propozycje – do wyboru), - okładka, agenda, slajd treściowy, grafika + infografika, partnerzy, kontakt
- j. stopka e-mail (3 propozycje – do wyboru) - Format: HTML + PNG. Elementy: logo, dane kontaktowe, linki social, krótka informacja o projekcie i ikony UE/LIFE/NFOŚiGW.
- k. tablica informacyjna.

## 2. Przygotowanie projektów:

- a. Broszura informacyjna - koncepcja i layout broszury na temat projektu LIFE Pom GOZilla.pl uwzględniająca wszystkie grupy docelowe.
- b. Teczka ofertowa (3 propozycje, format A4)
- c. Notes i kalendarz książkowy (po 3 propozycje)
- d. Kalendarz ścienny (trójdzielny, 3 propozycje)
- e. Torby materiałowe (min. 3 propozycje layoutu)
- f. LED wall – przygotowanie 3 propozycji projektów dla wymiarów: 150x200 i 250x300.
- g. Kampania outdoorowa - Opracowanie spójnej koncepcji wizualnej kampanii outdoorowej projektu LIFE Pom GOZilla.PL, stanowiącej rozwinięcie przyjętego Key Visuala i strategii marki. Celem zadania jest przygotowanie zestawu przykładowych projektów graficznych dla wybranych nośników outdoorowych, które będą mogły zostać wykorzystane w przyszłych działaniach promocyjnych projektu, z zachowaniem spójności wizerunkowej i komunikacyjnej.
- h. Reklama na autobusach – przygotowanie wizualizacji i projektu oklejenia tyłu oraz boku standardowego autobusu.

Zakres prac obejmuje:

- opracowanie koncepcji kreatywnej kampanii outdoorowej (key visual outdoor) w oparciu o strategię marki i system identyfikacji wizualnej,
- przygotowanie 3 wariantów koncepcji kampanii – każda prezentująca spójny układ graficzny i hasłowy, z przykładowymi adaptacjami do różnych formatów,
- wykonanie projektów przykładowych layoutów dla minimum 4 formatów nośników, np.:
  - billboardy wielkoformatowe (6x3 m),
  - citylighty (120x180 cm)
  - reklamy na wiatkach przystankowych,
  - paczkomaty lub inne nośniki rekomendowane przez wykonawcę,
- opracowanie wizualizacji projektów w kontekście rzeczywistych lokalizacji (np. mock-up billboardu, citylightu, przystanku itp.),
- przedstawienie rekomendacji dotyczących stosowania koncepcji outdoorowej w kolejnych latach realizacji projektu (bez opracowywania szczegółowego harmonogramu wdrożenia).

Efektem prac ma być spójna, rozpoznawalna koncepcja wizualna kampanii outdoorowej projektu, która w przyszłości może być rozwijana i adaptowana przez Zamawiającego.

- i. Reklama w internecie – przygotowanie 3 wizualizacji banerów reklamowych online (np. dla portali branżowych) – pop-up, banery pionowe oraz poziome
- j. Maskotka projektu – przygotowanie projektu maskotki: kostium human size oraz projekt wersja mniejsza: przytulanka – kocyk/poduszka, brelok itd.
- k. Plansze edukacyjne – przygotowanie projektu w tematyce omówionej podczas warsztatów – 3 wersje
- l. Smycze reklamowe
- m. Torby ekologiczne



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
**LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL**

- n. Koc piknikowy
- o. Długopis
- p. Ręcznik plażowy
- q. Kubki termiczne\* – projekt grafiki 360° + mockup 3D
- r. Bluzy i koszulki\* – front logo, tył grafika.
- s. Czapki – grafika nad daszkiem czapki (3 propozycje – do wyboru)
- t. Lunchboxy\* – grafika na lunchbox
- u. Pendrive - koncepcja formy (np. pendrive w kształcie brand hero) + projekt graficzny obudowy.
- v. Koło fortuny / gra edukacyjna - projekt graficzny koła fortuny podzielonego na sektory odpowiadające różnym kategoriom tematycznym (opracowanie 2–3 kompletów kart/pytań z odpowiedziami przypisanych do kategorii na kole).

*\*3 propozycje spójne wizualnie do wyboru*

#### Po Etapie 5 Zamawiający otrzymuje:

- a. Kompletny zestaw projektów materiałów promocyjnych (druk, online, outdoor, gadżety, multimedia).
- b. Koncepcję i wizualizację kampanii outdoorowej.
- c. Projekty materiałów edukacyjno-interaktywnych i maskotki projektu.
- d. Wszystkie pliki w wersjach do druku i online (w tym wersje edytowalne).

**Czas realizacji:** Do 4 tygodni od zakończenia etapu 4.

Termin realizacji obejmuje przygotowanie materiałów, ich przekazanie do akceptacji Zamawiającego oraz wprowadzenie ewentualnych poprawek w ramach danego etapu.

Zamawiający prześle uwagi lub akceptację do przekazanych materiałów w terminie do 5 dni roboczych od dnia ich otrzymania.

#### Etap 6: Produkcja spotów edukacyjnych

Realizacja materiałów wideo promujących projekt LIFE Pom GOZilla.PL, zgodnie z opracowaną strategią marki, key visuałem i hasłami kampanii.

Etap obejmuje rzeczywistą produkcję filmów i animacji (spoty reklamowe, spoty edukacyjne, reklama kinowa), w tym opracowanie koncepcji, scenariuszy, realizację i postprodukcję do momentu przekazania gotowych materiałów.

- a. Reklama w telewizji i kinie (spot reklamowy) – Zakres: storyboard → scenariusz → produkcja → postprodukcja  
Parametry techniczne:
  - Czas trwania: 30 sekund (wersja główna) + 15 sekund (wersja skrócona do mediów społecznościowych),
  - Formaty emisji: Full HD (1920×1080 px), format 16:9 oraz adaptacje do formatu pionowego (9:16) i kwadratowego (1:1),
  - Wersje językowe: polska (z lektorem) oraz napisy angielskie,
  - Cel spotu: promocja idei GOZ i działań projektu LIFE Pom GOZilla.PL w atrakcyjnej, edukacyjno-promocyjnej formie.
- b. 3 spoty edukacyjne: Przygotowanie 3 edukacyjnych spotów wideo promujących ideę GOZ oraz działania projektu, przeznaczonych do emisji podczas eventów, pikników oraz innych wydarzeń

11



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
**LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL**

publicznych.

Forma realizacji: Spoty mogą być przygotowane w formie animacji (2D/3D, motion design, infografika animowana) lub materiału filmowego (ujęcia wideo, nagrania terenowe, scenki edukacyjne) – lub stanowić połączenie obu form, w zależności od założeń kreatywnych i przekazu.

Parametry techniczne:

- Czas trwania: ok 60 sekund każdy
- Format obrazu: Full HD (1920×1080 px)
- Proporcje: 16:9 (z możliwością adaptacji do 9:16 i 1:1, np. do ekranów pionowych lub social media)
- Format pliku: MP4 (H.264)
- Napisy: w języku polskim, wysokokontrastowe i czytelne w przestrzeni publicznej
- Kolorystyka i typografia: zgodne z identyfikacją wizualną projektu

Efektami prac będzie gotowy materiał filmowy w wersji emisyjnej (PL + ENG), wraz z materiałami źródłowymi (pliki montażowe i otwarte), gotowy do wykorzystania zarówno w telewizji, jak i w internecie.

#### Po Etapie 6 Zamawiający otrzymuje:

- Gotowe materiały filmowe i animacje w wersji emisyjnej (PL + ENG).
- Materiały źródłowe (pliki montażowe i otwarte).
- Scenariusze i storyboardy.
- Pliki w formatach do emisji w telewizji, kinie i internecie.

**Czas realizacji:** Do 5 tygodni od zakończenia etapu 5.

Termin realizacji obejmuje przygotowanie materiałów, ich przekazanie do akceptacji Zamawiającego oraz wprowadzenie ewentualnych poprawek w ramach danego etapu.

Zamawiający prześle uwagi lub akceptację do przekazanych materiałów w terminie do 5 dni roboczych od dnia ich otrzymania.

### Etap 7: Strategia Social Media

Na podstawie opracowanego dokumentu strategii marki oraz rozszerzonej księgi identyfikacji wizualnej, Wykonawca przygotowuje kompleksową strategię obecności i komunikacji w social mediach kampanii edukacyjno-informacyjnej. Zadanie obejmuje wyłączenie opracowanie kierunku działań, cykli tematycznych oraz zestawu szablonów – bez prowadzenia profili. Social Media, które będą wykorzystywane: Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X.

- Opracowanie kierunku działań dla każdego z kanałów komunikacji.
- Zaproponowanie serii tematycznych / cykli postów (np. edukacyjne, praktyczne typy, case studies, wydarzenia, quizy, obalanie mitów, spotlight partnerów), każdy cykl z opisem, przykładową grafiką i propozycją 3 postów.
- Przygotowanie szablonów graficznych:
  - zdjęcia w tle/banery (1 master + adaptacje do kanałów),

12

**Pomorska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.**

ul. Obrońców Wybrzeża 3 | 76-200 Słupsk | Tel: (+48) 59 841 28 92 | office@parr.slupsk.pl

Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku, KRS 0000052733 | NIP 8390029569 | REGON 770719284

Kapitał zakładowy wpłacony w całości 30 883 800 PLN | PN-EN ISO 9001:2015

[parr.slupsk.pl](http://parr.slupsk.pl)



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
**LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL**

- b. posty statyczne (3 warianty),
- c. relacje/stories (3 warianty),
- d. karuzele (3 warianty),
- e. outro do video z zachowaniem wytycznych UE, LIFE i NFOŚiGW (3 propozycje).

#### Po Etapie 7 Zamawiający otrzymuje:

- a. Dokument strategii obecności w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X).
- b. Pakiet cykli tematycznych z przykładowymi postami.
- c. Zestaw szablonów graficznych do postów, stories, karuzel i outro wideo.

**Czas realizacji:** Do 5 tygodni od zakończenia etapu 6.

Termin realizacji obejmuje przygotowanie materiałów, ich przekazanie do akceptacji Zamawiającego oraz wprowadzenie ewentualnych poprawek w ramach danego etapu. Zamawiający prześle uwagi lub akceptację do przekazanych materiałów w terminie do 5 dni roboczych od dnia ich otrzymania.

#### Etap 8 — Projekt koncepcyjny layoutu strony internetowej

Wykonawca opracuje kompletny projekt koncepcyjny (wizualny) strony internetowej projektu LIFE Pom GOZilla.PL, obejmujący system wizualny strony, layouty oraz katalog komponentów wizualnych. Zakres obejmuje wyłącznie warstwę wizualną— nie obejmuje implementacji technicznej, programowania ani wdrożenia CMS.

1. Moodboardy / kierunki wizualne: 3 kierunki koncepcyjne, każdy jako osobny moodboard zawierający: zdjęcia referencyjne, paletę kolorów, propozycję typografii, przykłady ikonografii i krótkie uzasadnienie stylistyczne.
2. Szablony podstron

Wykonawca opracuje projekty wizualne (layouty) dla następujących typów podstron, zgodnie z aktualną strukturą i założeniami treści. Zakres obejmuje wyłącznie warstwę graficzną – układ, kompozycję, hierarchię informacji, kolorystykę i komponenty wizualne.

- a. Strona Główna: Zawiera skróty i zapowiedzi treści z innych sekcji: krótka informacja o celu projektu, hero, bloki i slidery prowadzące do kluczowych podstron (Aktualności, Baza wiedzy, LIFE GOZilla, PGOWP), fragment kalendarza wydarzeń, logotypy partnerów, sekcję newslettera oraz stopkę z danymi kontaktowymi.
- b. Sekcja: LIFE GOZilla: Przedstawia opis projektu LIFE GOZilla,
  - Zakładki partnerów (w ramach sekcji LIFE GOZilla): Profil partnera zawierający logo, opis roli w projekcie, dane kontaktowe i link do strony internetowej.
  - Zakładka (w ramach sekcji LIFE GOZilla): Cele i rezultaty
- c. Sekcja: Baza wiedzy - Układ graficzny podstrony prezentującej zasoby i materiały do pobrania
- d. Sekcja: Aktualności
- e. Sekcja: Blog



Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL

- f. Sekcja: Kontakt (z mapą) - Układ strony kontaktowej zawierający dane urzędu, dane departamentu, formularz kontaktowy (layout pól, przycisków, komunikatów) oraz mapę lokalizacji.
  - g. Sekcja: Plan Gospodarki Odpadami Województwa Pomorskiego (PGOWP)
3. Biblioteka komponentów wizualnych: zestaw komponentów w formie wizualnej: nagłówki, stopka, nawigacja, karty informacyjne, listy, tabele, formularz kontaktowy (layout pól), przyciski i stany, breadcrumbs, grid posta, kafle. Każdy komponent z opisem wariantów (np. rozmiary przycisków, wymiary kart).

Wszystkie szablony powinny zostać opracowane w wariantach desktop, tablet i mobile oraz spójnie z przyjętym systemem wizualnym strony (typografia, kolory, komponenty).  
Efektem etapu jest zestaw makiet graficznych (layoutów) stanowiących podstawę do dalszego wdrożenia technicznego.

#### Po Etapie 8 Zamawiający otrzymuje:

- a. Kompletny projekt koncepcyjny layoutu strony internetowej.
- b. Pliki edytowalne i wizualizacje graficzne gotowe do wdrożenia technicznego.

**Czas realizacji:** Do 6 tygodni od zakończenia etapu 7.

Termin realizacji obejmuje przygotowanie materiałów, ich przekazanie do akceptacji Zamawiającego oraz wprowadzenie ewentualnych poprawek w ramach danego etapu.

Zamawiający przekaże uwagi lub akceptację do przekazanych materiałów w terminie do 5 dni roboczych od dnia ich otrzymania.