

PJESA III: ANEKSET

THIRRJE PËR DIZAJNIMIN E IDENTITETIT TË RI TË PRISHTINËS

TERMA TË REFERENCËS

HYRJE

Bazuar në Ligjin Nr. 06/L-012, Ligji për Kryeqytetin e Republikës së Kosovës, Prishtinën, Prishtina është njësi e vetëqeverisjes lokale me status dhe organizim të veçantë, ndryshe nga komunat e tjera. Neni 6 i këtij ligji e përcakton se Kryeqyteti ka stemën, vulën, emblemën dhe flamurin e vet në pajtim me legjislacionin për vetëqeverisje lokale dhe ligjet tjera përkatëse. Njëkohësisht, edhe emërtimi zyrtar i Prishtinës ndryshon nga “Komuna e Prishtinës” në “Prishtina”.

Përmes kësaj thirrje Kryeqyteti i fton të gjithë Operatorët Ekonomik (mëttutje OE) të fushës së dizajnit, sipas kushteve të përcaktuara të kualifikimit mëposhtë, të propozojnë ide për identitetin vizuel - pamjen dhe përjetimin e ri të Prishtinës si Kryeqytet.

SYNIMET

Me përzgjedhjen e identitetit të ri të Prishtinës si Kryeqytet e jo Komunë, synohet:

1. Freskimi dhe diferencimi vizual duke ruajtuar simbolin e Hyjneshës në fron,
2. Brendimi i ambienteve të Kryeqytetit për lehtësim në qasje dhe orientim,
3. Standardizimi i materialeve për informim, komunikim dhe promovim,
4. Përmirësimi i eksperiencës së përdoruesëve/vizitorëve

INFORMATA BAZË

Identiteti duhet të ideohet dhe konceptohet duke pasë parasysh vlerat e Kryeqytetit, historikun dhe funksionin e tij, pa e humbur simbolikën e Hyjneshës në fron. Audiencia është e gjerë – qytetarët rezident, qytetarët kalimtarë dhe turistët; të moshave 14-65+.

MBROJTJA E PRONËS INTELEKTUALE

Secila ide e pranuar në Kryeqytet do të mbrohet si pronësi intelektuale dhe asesi nuk do të përdoret ndaras procesit të thirrjes. Deri në momentin e përzgjedhjes së identitetit, idetë mbesin

në pronësi intelektuale të OE. Me përzgjedhjen e identitetit të pëlqyer, OE pranon që pronësia intelektuale e idesë dhe materialit të dorëzuar i kalon Kryeqytetit.

ELEMENTET DHE MATERIALET E KËRKUARA

Kryeqyteti kërkon nga OE fitues që të dorëzojë elementet dhe materialet e mëposhtme të nevojshme për publikimin zyrtar të identitetit vizuel të ri të Prishtinës.

1. Udhëzuesi i aplikimit të identitetit (Brand Guideline)
2. Principet bazë të identitetit
3. Toni i komunikimit
4. Logo
 - a. Në formë të stemës dhe emblemës zyrtare
 - b. Me paraqitje dhe pozicionim në materiale të ndryshme dhe në raste të ndryshme (partner, sponzor, etj.)
5. Paleta e ngjyrave (digjital, shtyp) me kujdes në standarde të qasshmërisë
6. Tipografia me hierarki (digjital, shtyp), me kujdes në standarde të qasshmërisë
7. Ikonografia (stili)
8. Ilustrimet (stili)
9. Vula
10. Flamuri
11. Memo (letterhead)
12. Vizitkarta (minimaliste)
13. Folder (A4)
14. Canta (letër dhe tote)
15. Laps
16. Fletore
17. Ftesa (digjital, shtyp)
18. Poster (pozicionim i logos, kompozicion)
19. Leaflet (kompozicion, hierarki)
20. Raport (ballorja, shabllon i faqeve me kompozicion, hierarki, stil)
21. Certifikata (kompozicion, stil)
22. Baner (roll-up, pop-up, etj. – kompozicion, stil)
23. Foltore
24. Fotografi (stili)
25. Video (sekuenca fillestare dhe përmblyëse, stil, kompozicion)
26. Animacion (intro, outro)
27. Social media (shabllone - stili, kompozicion, hierarki, format)
28. Shtand për panair/informim
29. Pika informuese (info-point)

30. Brendim i ngjarjeve (stil)
31. Uebfaqe (stil, look-and-feel, hierarki, pa UX/UI)
32. Shenjëzimi (ambiente të jashtme, brendshme)
33. Veshja e automjeteve (stil, kompozicion)
34. Uniforma e sigurimit
35. Uniforma e mirëmbajtjes
36. Dhurata (ide për dhurata institucionale)
37. Materiale promovuese (pin, sticker, qadër, etj.)