



Република Србија

ЦЕНТАР ЗА ПРОМОЦИЈУ НАУКЕ

Београд, Макензијева 24

Број: 234/11

05. мај 2011. године

На основу члана 25. Закона о јавним набавкама, Центар за промоцију науке расписује

Конкурс за дизајн бренда (стварање знака и других елемената комуникације) Центра за промоцију науке

Распоред конкурса

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1. Датум објаве и почетак регистрације: | 5. мај 2011. године |
| 2. Рок за предају пријава: | 23. мај 2011. године до 11.59 часова |
| 3. Датум објаве победника: | 28. мај 2011. године у 19.00 часова |

О Центру за промоцију науке

Центар за промоцију науке је новооснована јавна установа (Закон о научноистраживачкој делатности, "Службени гласник РС" број 110/06, 50/ 06, 18/10). Центар је самосталан у раду и надлежан је за промоцију и популаризацију науке и технологије и научно-технолошких достигнућа у земљи и свету.

Центар ће бити отворен за све грађане. У њему ће бити представљена најновија сазнања о свету који нас окружује. Биће прозор у будућност, подстрек за креативност и подстицај младима да се одреде за научну каријеру. У Центру ће се на интерактиван начин представљати научне теме – кроз сталне и привремене поставке, дејичи научни клуб, лабораторије, аудиторијуме, планетаријум, научни биоскоп, научни врт, предавања, експерименте, демонстрације, конгресе, дебате. Зграда Центра гради се у Блоку 39 на Новом Београду, према пројекту Волфганга Чапелера, победника међународног архитектонског конкурса. Отварање првог дела Центра очекује се 2012. године.

Значај брендирања (стварања знака и других елемената комуникације)

У жељи да комуницира са јавношћу на препознатљив начин, да представи карактер институције и приближи је јавности, будућим посетиоцима и посебно најмлађима, Центар за промоцију науке жели да одреди свој визуелни идентитет и тон комуникације, да добије "популарно" име, основне симболе, знак (лого), као и смернице за информисање о згради и унутар зграде, сувенире, елементе просторне идентификације, интерне комуникације и комуникације са сарадницима и партнерима. Центар жели да свој бренд представи као "доживљај" који ће нудити посетиоцима, а не само као збир елемената класичног визуелног идентитета институције.

Пет елемената решења која се траже конкурсом:

1. Карактеристике бренда

Финални производ категорије: ауторски формулисана суштина бренда Центра

Посебну пажњу приликом израде предлога треба посветити основној поставци пројекта и детаљно представити карактеристике бренда Центра за промоцију науке. Аутор/ка треба да објасни како у данашњем свету, претрпаној порукама, може да се обезбеди јасна и јединствена видљивост и препознатљивост вредности Центра за промоцију науке и да се оне са лакоћом континуирано преносе у различитим облицима комуникације. Центар од аутора/ке очекује анализу кључних циљних група Центра, представљених у конкурсној документацији, као и анализу простора, функција и програма Центра који су били представљени у конкурсној документацији недавно завршеног архитектонског конкурса за зграду Центра (детаљи на адреси: www.blok39.com). На основу тих анализа, аутор/ка треба да предложи једну или више стратегија брендирања приказаној тзв. "бренд точка", са вредностима и карактеристикама бренда и есенцијом бренда ("бренд кредо"), као закључком.

2. Популарни назив Центра за промоцију науке

Финални производ категорије: ауторски осмишљен "популарни назив" Центра

На основу приказане есенције бренда, аутор/ка треба да предложи "популарни" назив Центра за промоцију науке. Широм света, центри за промоцију науке, поред званичног назива, имају и "популарно" име, "надимак", "брендирани назив", који у најширој јавности помаже популаризацију саме институције, а тиме и науке и технологије. Тако, на пример, у свету постоје центри са сличним садржајима чија су имена: Exploratorium (САД), Experimentarium (Данска), Neureka (Финска), La cité de sciences (Француска), Ниша eksperimentov (Словенија), Spectrum (Немачка), Technopolis (Белгија), Нето (Холандија) и сл. Званичан назив наше институције је "Центар за промоцију науке", а "популарно" име треба у идеалном случају да садржи како наше посебне националне, културне и научне карактеристике, тако и међународно препознатљиву поруку која ће Центар учинити јединственим и општепрепознатљивим, у земљи и свету.

3. Идејно решење знака (логоа) Центра за промоцију науке

Финални производ категорије: ауторски обликован знак (лого) Центра

Идејно решење (графичко, сликовно) знака (логоа) треба да буде савремено (избор слова, боја и њихова засебна и међусобна комуникација), и да, између осталог, одсликава и дух савремене архитектуре решења зграде Центра за промоцију науке, архитекте Волфганга Чапелера. Знак (лого) треба да буде недвосмислено јасан за уочавање и препознавање и представљен у ћириличној и латиничној верзији. Садржина и изглед знака (логоа) треба да на креативан и инспиративан начин представљају Центар и да онемогуће сваку замену или забуну у погледу идентификације. У идеалном случају, аутор/ка ће повезати визуелни изглед победничког решења архитектонског конкурса и/или програмски концепт решења са изгледом знака. Историјски важан пример за такав знак у Србији представља знак (лого) Музеја савремене уметности у Београду.

4. Визуелни идентитет

Финални производ категорије: пет ауторски обликованих графичких и/или тродимензионалних елемената визуелног идентитета

Предложено "популарно" име и знак (лого) треба да буду аплицирани на низ елемената визуелног идентитета Центра, ближе одређених у конкурсној документацији. Они обухватају основне апликације идентитета по графичком стандарду, предлоге развоја елемената идентитета у штампаним и електронским медијима и предлоге тродимензионалних идентификација простора Центра за промоцију науке. Посебно треба представити предлог кључног сувенира, једног као најмаркантнијег или више њих као предлога за маскоту Центра. Стандард визуелног идентитета треба да подржава међународни карактер институције и њеног бренда.

5. Електронски идентитет

Финални производ категорије: пет ауторски обликованих интернет, звучних и/или елемената покретних слика идентитета Центра

Предлог треба да садржи и решења идентитета Центра ван стандардне графичке матрице, поштујући разлику представљања (брендирања) "доживљаја" у 21. веку, у односу на класичан корпоративни брендинг. Примери су звучни елементи идентитета који би били емитовани приликом представљања Центра и најва садржаја, током изложби и других активности у самом Центру и ван његовог простора, као и њихова комплекснија веза са покретним сликама, електронским и идентитетом веб-странице Центра за промоцију науке. Ови предлози треба да трдиру из раније дефинисаних карактеристика бренда, заокружујући јасну, јединствену и оригиналну идеју аутора/ке о концепту Центра за промоцију науке и интегралном доживљају који Центар пружа посетиоцима.

Услови конкурса

Право учешћа имају сви заинтересовани, без обзира на узраст и професију. Особе које немају право да учествују на конкурс јесу: чланови жирија и заменици чланова жирија, запослени у Центру за промоцију науке, технички организатори и промотер конкурса, особе које су у родству са организаторима конкурса и директно укључене у припрему конкурса, чланови породица поменутих особа, као и особе које су у вези са било којом организацијом у којој су поменути руководиоци, чланови или на други начин ангажовани.

Конкурс је једностепени и анониман, у складу са одредбама Закона о јавним набавкама.

Фотографије и илустрације решења које се предаје као предлог не смеју да садрже име, лого или било коју другу ознаку аутора, компаније, клијента или произвођача. Послато решење не сме да наруши права трећих особа или било која јавна или приватна власничка права.

Радови се достављају електронски, учитавањем на веб-страницу конкурса: www.crp.rs. Учесници, након регистрације на поменутој веб страници, добијају идентификациони број под којим ће жири разматрати њихов предлог. Конкурсна документација и инструкције за слање предлога могу се преузети са поменуте веб-странице.

Понуда треба да буде на енглеском језику, у складу са чланом 16. Закона о јавним набавкама.

Предложено решење треба да садржи све елементе наведене у конкурсној документацији. Непотпуне пријаве неће се разматрати. Предлози знака (логоа) треба да буду детаљно представљени, док остали обавезни елементи конкурса могу бити у описној форми. Степен техничке реализације неће утицати на одлуку жирија уколико је аутор успео да на други начин успешно прикаже решење. Предложено решење треба да буде у PDF формату, у боји, странице А-4. Обавезна је употреба метричке скале. Укупна величина предлога не може да пређе 5 MB. Послати радови неће се враћати.

Жири и награда

Одлуку о конкурс донеће жири у саставу:

- Vito Orazhem, Red Dot, Немачка, председник жирија
- Божана Комљеновић, Zaha Hadid Architects, Србија/Велика Британија, потпредседница жирија
- Божидар Ђелић, потпредседник Владе Републике Србије (или његов представник: Миомир Кораћ, председник Управног одбора Центра за промоцију науке)
- Александра Дрецун, директорка Центра за промоцију науке (или њен представник: Дарко Ђукић, директор Јединице за управљање пројектима)
- Александар Пековић, председник Одбора пројекта Београд 2020
- Милица Вуковић, The Bureau of European Design Association
- Wolfgang Tschapeller, TWA Architects, Аустрија
- Andy Cameron, Weiden+Kennedy, Велика Британија
- Walter Betens, DAMN, Белгија
- Justin McGuirk, Guardian, Велика Британија
- William Wiles, Icon, Велика Британија
- Manfred Stoeckl, Minds Brandmakers, Аустрија
- Owen Pritchard, Blueprint, Велика Британија
- Весна Дамњановић, Факултет организационих наука, Београд
- Слободан Јовановић Џоба, Designed.rs, Београд

Заменици чланова жирија су:

- Simon Waterfall, Fray/Mother, Велика Британија
- Valentina Ciuffi, Abitare, Италија
- Ian Ferguson, PostlerFerguson, Велика Британија

Известиоци жирија биће:

- Радомир Вуковић, Kvadart, Београд
- Билјана Билаговић, Београдска недеља дизајна
- Маја Јовановић, Центар за промоцију науке
- Ксенија Смољанић, Центар за промоцију науке

Жири је самосталан у одлучивању и разматра анонимне радове, у складу са Законом о јавним набавкама.

Првопласирани рад биће награђен сумом од 500.000 динара, другопласирани 300.000 динара, а трећепласирани 200.000 динара. Центар ће победнику/ци понудити да изради књигу стандарда визуелне комуникације Центра за промоцију науке (књигу бренда). У случају да се не постигне договор са аутором/ком првонаграђеног рада у року до 15 дана од дана објаве резултата конкурса, Центар задржава право да без јавне објаве, другонаграђеном аутору/ки понуди исти уговор, све до трећенаграђеног рада. Организатор конкурса се обавезује да плати новчани износ награда у року од 60 дана од дана објаве резултата конкурса.

Права Центра за промоцију науке

Центар има право да прогласи све радове незадовољавајућим и да се не обавезује да користи награђено решење у свом визуелном идентитету. Центар има право да победничка решења измени или доради уз консултацију са аутором/ком. Центар задржава право да аутору/ки победничког решења пре понуде за израду књиге стандарда визуелне комуникације (књигу бренда) понуди разраду пројекта, после чега ће донети одлуку о следећем кораку. Организатор конкурса има право да објави све пристигле радове, без накнаде аутору/ки.

Награђена решења постају власништво Центра. У случају израде књиге стандарда визуелне комуникације Центра, аутор/ка је обавезан/а да потпише изјаву којом се одриче свих даљих права на експлоатацију његовог/њеног решења односно интелектуалне својине, те да исто преноси на Центар.

Центар задржава право да у случају непостојања решења које задовољава победнички критеријум у свих пет категорија конкурса прогласи победнике/це у појединачним категоријама. У том случају не важи наред наведена категоризација награда и наградиће се победници/це у појединачним категоријама износом од по 200.000,00 динара за сваку категорију. У том случају, свим ауторима/кама награђених решења биће понуђено да разраде пројекте, после чега Центар има право да изабере ком аутору/ки ће понудити израду књиге стандарда визуелне комуникације (књигу бренда) Центра за промоцију науке.

Аутори награђених решења приликом преузимања награда потписују изјаву о оригиналности решења и у случају спора са трећим лицем у вези са оригиналношћу решења носе сву материјалну и правну одговорност. Учешћем на конкурс слањем рада, учесник прихвата услове и правила конкурса и обавезује се да ће их поштовати.

Проглашење победника

Резултати конкурса биће проглашени у оквиру Београдске недеље дизајна (Belgrade Design Week), која је и технички суорганизатор и промотер овог конкурса. Свечана церемонија проглашења биће у Југословенском драмском позоришту, 28. маја 2011. године у 19.00 часова.

Спровођење конкурса финансира се из средстава Европске инвестиционе банке.

Питања у вези са конкурсом могу се слати на адресу: konkurs@crp.rs

ПРИЈАВИ СЕ

ПОШАЉИ ПРОЈЕКАТ



Република Србија

ЦЕНТАР ЗА ПРОМОЦИЈУ НА



European
Investment
Bank



Република Србија
ЦЕНТАР ЗА ПРОМОЦИЈУ НАУКЕ

ФОРМУЛАР ЗА РЕГИСТРАЦИЈУ

Конкурс за брендирање Центра за промоцију науке

Име:

Презиме:

Е-маил:

Адреса:

Поштански број:

Компанија:

Контакт телефон

* Ваши унети подаци су строго поверљиви и користе се само у сврхе овог конкурса.

ПРИЈАВИ СЕ



Република Србија
ЦЕНТАР ЗА ПРОМОЦИЈУ НАУКЕ

Успешно сте се регистровали. Сада можете преузети конкурсну документацију.

Конкурсна документација може да се преузме почев од 12.00 часова.

[ПРЕУЗМИ КОНКУРСНУ ДОКУМЕНТАЦИЈУ](#)



Република Србија
ЦЕНТАР ЗА ПРОМОЦИЈУ НАУКЕ

ФОРМУЛАР ЗА РЕГИСТРАЦИЈУ

Конкурс за брендирање Центра за промоцију науке

Е-маил:

Идентификациони број :

Изаберите документ:

* Укупна величина предлога пројекта не може да пређе 5МВ.

ПОШАЉИ ПРОЈЕКАТ