Projektna naloga za javno naročilo: Komuniciranje in seznanjanje javnosti z aktivnostmi v okviru EU sofinanciranega projekta MAG-NET

Projekt: MAG-NET – MAGnetic attraction forces of the city NETwork
Naročnik: Mestna občina Celje
Čas trajanja: Maj 2024 – 31. maj 2028
Predmet javnega naročila: Komuniciranje in seznanjanje javnosti z aktivnostmi v okviru EU sofinanciranega projekta MAG-NET

UVOD

Namen in cilji javnega naročila

a. **Predmet javnega naročila: Komuniciranje in seznanjanje javnosti z aktivnostmi v okviru EU sofinanciranega projekta MAG-NET**

Mestna občina Celje vabi k oddaji ponudbe za pripravo in izvajanje komunikacijskih in marketinških aktivnosti v okviru projekta MAG-NET.

b. **Opis projekta MAG-NET**

MAG-NET povezuje podjetja, organizacije in prebivalce pri iskanju inovativnih rešitev za sodobne izzive mestnega življenja. Gre za pobudo, ki jo podpira Evropska unija prek programa Evropske pobude za mesta (EUI). Cilj projekta je ustvariti nove priložnosti za prebivalce in podjetja ter Celje razviti v središče inovacij, trajnosti in sodelovanja.

S projektom si prizadevamo za trajnostne spremembe, ki bodo izboljšale kakovost bivanja, privabljale talente in mlade ustvarjalce ter spodbujale gospodarski razvoj in inovacije. Celje želimo postaviti kot zgled evropskim mestom, ki s premišljenimi ukrepi in vključevanjem skupnosti soustvarjajo privlačno in trajnostno urbano okolje.

V sklopu projekta bosta v Celju in Preboldu vzpostavljeni dve stičišči inovacij in sodelovanja (Hub in Mini-Hub), katerih delovanje bo podprto z digitalno platformo. Ta prostora bosta namenjena povezovanju prebivalcev, podjetij, institucij in mladih talentov ter bosta ponujala mentorstvo in podporno okolje, prostore za delo in srečevanje, dostop do digitalnih orodij ter možnosti za mreženje in izmenjavo znanj.

5 tematskih področij

MAG-NET raziskuje pet ključnih tematskih izzivov, ki vplivajo na kakovost življenja v skupnosti. Namen raziskovanja je bolje razumeti potrebe, izzive in priložnosti, s katerimi se soočamo, ter skupaj s prebivalci, organizacijami in drugimi deležniki soustvariti rešitve z dolgoročnim učinkom. Proces bo potekal skupnostno in participativno – v vseh fazah raziskovanja bomo aktivno vključevali različne glasove, izkušnje in perspektive, saj verjamemo, da so najboljše rešitve tiste, ki jih razvijamo skupaj.

- Dostopnost stanovanj

Projekt se osredotoča na iskanje rešitev za bolj dostopne in cenovno ugodne stanovanjske možnosti. Spodbuja razvoj novih oblik bivanja, kot so stanovanjske zadruge, ter preučuje inovativne finančne modele, ki olajšujejo nakup ali najem stanovanja.

- Trajnostna mobilnost

Z razvojem celostnih rešitev za trajnostno mobilnost si prizadevamo zmanjšati odvisnost od avtomobilskega prometa ter spodbujati hojo, kolesarjenje in uporabo javnega prevoza. Na ta način želimo prebivalcem omogočiti varno, dostopno in okolju prijazno gibanje po mestu.

- Industrija 4.0

Pospeševanje digitalizacije in tehnoloških inovacij odpira priložnosti za razvoj novih visokotehnoloških delovnih mest ter krepitev odgovornega podjetništva. Projekt si prizadeva za učinkovitejši prenos znanja med mladimi, izobraževalnimi ustanovami in gospodarstvom, z namenom ustvarjanja delovnih mest z višjo dodano vrednostjo.

- Dogajanje v mestu

Ustvarjanje privlačnih javnih prostorov in oblikovanje raznolikega programa dogodkov sta ključna za oživitev mestnega utripa. S tem želimo spodbuditi druženje, povezovanje skupnosti in razvoj ustvarjalnih pobud.

- Energetske skupnosti

Projekt podpira lokalne pobude za trajnostno rabo energije ter spodbuja energetsko neodvisnost. Razvija rešitve za zmanjšanje energetske revščine in izboljšanje dostopa do obnovljivih virov energije, kar prispeva k dolgoročni trajnostni naravnanosti mesta.

Ti izzivi bodo obravnavani na odprt in eksperimentalen način, z vključevanjem prebivalcev, lokalnih podjetij, raziskovalcev in študentov pri soustvarjanju rešitev. Projekt ima izrazito participativno naravo, ki bo povabila k sodelovanju različne deležnike, saj rešitev ne želimo oblikovati zgolj oblikovalci politik, temveč želimo k temu povabiti vse, ki želijo prispevati k razvoju Celja in Prebolda.

Model za druga mesta

Projekt MAG-NET ni omejen le na Celje in Prebold, temveč služi kot model za druga majhna in srednje velika mesta v Evropi. Skozi partnerske prenose bodo mesta s podobnimi izzivi lahko prevzela in prilagodila strategije, razvite v Celju. V okviru projekta sodelujejo tudi trije uradni partnerji: Varaždin (Hrvaška), Košice (Slovaška) in Nardò (Italija), ki bodo spremljali potek projekta in prenašali nekatere aktivnosti v svoja okolja.

Končni cilj projekta MAG-NET je vzpostaviti prenosljiv model za srednje velika mesta, ki s pomočjo inovativnih pristopov, vključevanja skupnosti in povezovanja različnih akterjev omogoča:

- zadrževanje in privabljanje talentov,
- izboljšanje kakovosti bivanja za vse generacije,
- ustvarjanje priložnosti za mlade in podjetja ter
- spodbujanje sodelovanja med občino, gospodarstvom in prebivalci.

S tem želi Celje postati zgled vključujočega, trajnostnega in inovativnega urbanega razvoja, ki ga lahko prilagodijo in prenesejo tudi druga evropska mesta s podobnimi izzivi.

Mestna občina Celje želi čim bolj uspešno graditi prepoznavnost projekta MAG-NET in s pomočjo različnih orodij (digitalnih, vizualnih, komunikacijskih, strateških dokumentov itd.) ter poudarjanjem in komuniciranjem sinergij ključnih razvojnih aktivnosti na ravni občine, krepiti

identiteto tako projekta MAG-NET, kot tudi Mestne občine Celje med različnimi ciljnimi skupinami in na nivoju tako lokalne skupnosti, kot tudi nacionalni in EU ravni.

Obseg storitev

- Analiza ciljnih skupin, vključno z metodologijo in določitvijo ključnih informacij
- Nadgrajevanje obstoječe komunikacijske strategije
- Načrt spremljanja in sprotne (periodične) evalvacije komunikacijskih aktivnosti
- Oblikovanje celostne grafične podobe projekta MAG-NET, nadgradnja logotipa ter razvoj glavnega slogana s podslogani za kampanje
- Priprava predlogov/kreativ za družbene medije po izdelani celostni grafični podobi s pripravo predlog v Canvi in Figmi
- Priprava predlogov/kreativ za digitalne kanale (bannerji, spletna stran, …) s pripravo predlog v Canvi in Figmi
- Oblikovanje vizualnih predlog (templates) za tiskane in spletne materiale
- Tekstopisje (copywriting), ki je usklajeno s komunikacijo MOC in strategijo mestne znamke MOC
- E-novice za deležnike
- Razvoj in postavitev predstavitvene spletne strani projekta
- Pomoč pri idejnem snovanju različnih dogodkov in njihovi komunikacijski podpori
- Priprava “Flash mob” strategij
- PR podpora
- Zasnova promocijskih materialov
- Pomoč pri načrtovanju oglaševanja v klasičnih medijih in v digitalnem okolju ter zunanje oglaševanje
- Priprava strategije za ambasadorstvo
- Zaključna konferenca MAG-NET in zaključna publikacija

Obseg storitev za pripravo in izvedbo komunikacijske strategije je v nadaljevanju razdelan bolj podrobno. Z javnim naročilom iščemo izvajalca, ki bo v obdobju treh let partnersko sodeloval pri projektu. Od izbranega partnerja pričakujemo poglobljeno razumevanje vsebine in ciljev projekta ter aktivno izvajanje vseh nalog v skladu z zahtevami projekta. K projektu pristopamo celostno, z veliko mero prilagodljivosti in sodelovanja, saj je njegova narava izrazito participativna. Zato bo ključnega pomena tudi sposobnost odzivanja na nove izzive, ugotovitve in priložnosti, ki se bodo pojavljale sproti. Komunikacijske aktivnosti – tako strategija kot kampanja – bodo nastajale in se razvijale v procesu, v dialogu z vsebino, skupnostjo in

partnerji. Iščemo izvajalca, ki bo temeljito spoznal Celje, se seznanil z lokalnim okoljem in prebivalci ter razumel kontekst mesta. Ocenjujemo, da brez takšnega pristopa ne bo mogoče izvajati aktivnosti in dosegati ciljev projekta. To ne bo klasična izvedba – to bo živ, odprt in vključujoč projekt, ki zahteva angažiran, prilagodljiv in kreativen pristop.

Tiste različice komunikacijskih materialov, ki bodo pripravljene specifično za Celje, bo potrebno po naročilu naročnika prilagoditi še za Prebold. Določeni materiali bodo pa po potrebi in naročilu pripravljeni samo za Prebold.

Opredelitev nalog in pričakovane aktivnosti

Za projekt MAG-NET so predvidene komunikacijske aktivnosti, zasnovane tako, da podpirajo cilj učinkovite in celovite promocije projekta ter komuniciranja s ciljnimi skupinami. Od izvajalca se pričakuje, da bo pripravil in izvedel posamezne naloge, s poudarkom na kakovostni izvedbi, merljivih rezultatih in dosledni izvedbi komunikacijske strategije. Aktivnosti so podrobno razdeljene tukaj:

1. Analiza ciljnih skupin vključno z metodologijo in določitvijo ključnih informacij

Cilj te aktivnosti je natančno opredeliti in raziskati že predvidene ciljne skupine, ki so ključne za uspeh projekta MAG-NET. S tem bomo zagotovili usmerjene komunikacijske aktivnosti, ki bodo krepile prepoznavnost in angažiranost med vsemi sodelujočimi skupinami. Pomembno je razumeti specifične potrebe, želje, vrednote in vedenjske vzorce teh skupin za zagotavljanje optimalne dostopnosti informacij.

Pričakovano od izvajalca

Izvajalec bo odgovoren za izvedbo poglobljene analize ciljnih skupin in opredelitev ključnih informacij, ki bodo usmerjena k specifičnim potrebam in interesom teh skupin. To vključuje več korakov:

1. **Raziskava ciljnih skupin**
   Izvajalec bo moral temeljito raziskati vsako od ciljnih skupin, vključno z njihovimi potrebami, željami, vrednotami, demografskimi podatki, vedenjem in odnosom do tehnologije, inovacij ter trajnostnega razvoja. To vključuje analizo obstoječih podatkov (npr. raziskave, statistike, ki jih bo zagotovila Mestna Občina Celje) ter izvedbo dodatnih raziskav, kot so ankete, intervjuji ali pogovori s predstavniki teh skupin in drugo.

2. **Segmentacija in določitev prioritetnih skupin**
   Na podlagi raziskav bo izvajalec segmentiral ciljne skupine, da se natančno določi, katere podskupine so ključne za participacijo v različnih fazah. To bo omogočalo osredotočeno in učinkovito komunikacijo z vsemi ključnimi deležniki.
3. **Analiza potreb in interesov posameznih ciljnih skupin**
   Za vsako od ciljnih skupin bo izvajalec analiziral specifične potrebe in interese:
   - Podjetja
   - Mladi in inovatorji
   - Lokalni prebivalci
   - Institucije znanja
   - Nevladne organizacije in civilna družba
   - Odločevalci in občine
   - Drugi deležniki
4. **Opredelitev ključnih informacij**
   Na podlagi analize (iz točke 3) bo izvajalec pripravil ključne informacije glede na vsako ciljno skupino.

5. **Priprava strategije za izvajanje komunikacije**
   Po opredelitvi ključnih informacij bo izvajalec nadgradil že obstoječo strategijo za izvedbo komunikacijskih aktivnosti, ki bodo zajemale vse zgoraj navedene ciljne skupine in podskupine (in po potrebi še druge).
6. **Rezultati in pričakovanja**
   Izvajalec bo pripravil dokument, ki bo vključil:

- Podrobno analizo vseh ciljnih skupin s specifičnimi potrebami in interesnimi področji.
- Opis ključnih informacij za vsako od njih.
- Smernice za izbiro komunikacijskih poti in pristopov za obveščanje teh skupin.
- Priprava celovitega načrta za izvajanje informacijskih aktivnosti, ki vključujejo te vsebine.

Na koncu te aktivnosti želimo posebej poudariti, da analiza ciljnih skupin ne more temeljiti zgolj na podatkih in raziskavah, izvedenih na daljavo. Ker je projekt MAG-NET izrazito lokalno zasidran in temelji na povezovanju različnih deležnikov v konkretnem prostoru, Od izvajalca pričakujemo, da bo aktivno spoznaval lokacijo, vključno s Celjem, njegovim prostorom, skupnostjo in glavnimi deležniki, ki določajo mestno življenje.

Analiza ciljnih skupin mora temeljiti na vsebinskih izhodiščih in ciljih, opredeljenih v prijavi projekta MAG-NET, pri tem pa je poleg Mestne občine Celje in občine Prebold nujno vključiti tudi ostale projektne partnerje, ki imajo pomembno vlogo pri nagovarjanju posameznih ciljnih skupin in izvajanju aktivnosti na terenu.

Zato naj ponudnik v prijavi jasno predstavi: metodologijo dela, korake izvedbe in način vključevanja lokalnega okolja in partnerjev v proces.

Zaželen je pristop, ki bo strategijo gradil na podlagi dejanskega poznavanja in informacij iz skupnosti, ki jih projekt vključuje.

2. Nadgradnja komunikacijske strategije

V okviru nadgrajevanja komunikacijske strategije za projekt MAG-NET je ključno razviti jasno strukturo vsebin, ki bodo usklajene z različnimi komunikacijskimi kanali in cilji projekta ter bodo podpirale vse operativne aktivnosti projekta. Načrtovanje vsebin mora omogočiti učinkovito obvladovanje zunanje in notranje komunikacije, vključevanje širše javnosti. Cilj je doseči čim širšo prepoznavnost na lokalni, nacionalni in EU ravni, ob tem pa zagotoviti tudi učinkovito notranjo usklajenost med partnerji ter aktivno vključevanje deležnikov v vse aktivnosti projekta.

Zunanja komunikacija: Povečanje prepoznavnosti projekta na lokalni, nacionalni in EU ravni

Za dosego cilja povečanja prepoznavnosti MAG-NET projekta na lokalni, nacionalni in EU ravni je pomembno, da vsebine, ki bodo ustvarjene, odražajo ključne vrednote projekta, kot so trajnost, raznolikost, vključevanje in inovativnost. Zunanja komunikacija mora vključevati širok spekter dejavnosti, ki bodo dosegle tako splošno javnost kot specifične ciljne skupine, vključno z mladimi, podjetji, raziskovalnimi institucijami in lokalnimi skupnostmi.

Vključenost javnosti: Aktivno vključevanje deležnikov

Za zagotovitev uspeha projekta je pomembno tudi aktivno vključevanje javnosti in ključnih deležnikov v projektne aktivnosti. Za vključevanje javnosti bodo organizirani dogodki, kot so delavnice in okrogle mize, na katerih bodo udeleženci imeli priložnost, da prispevajo svoja mnenja in ideje, hkrati pa sodelujejo pri iskanju rešitev za specifične urbane izzive. Takšni dogodki bodo prilagojeni potrebam ciljnih skupin, z interaktivnimi vsebinami in vabilom k soustvarjanju rešitev.

Strateško komuniciranje: Uveljavitev projekta kot prenosljivega modela

Na koncu mora komunikacija v okviru MAG-NET projekta vključevati strateške aktivnosti, ki bodo pripomogle k uveljavitvi projekta kot prenosljivega modela za spodbujanje inovacij in sodelovanja z lokalnimi skupnostmi. To vključuje razvoj vsebin, ki bodo predstavile projekt kot referenčni model za druga mesta v EU.

Za ta segment bo pomembno, da so vsebine strateške in obenem usklajene s cilji Mestne občine Celje ter prilagojene različnim komunikacijskim kanalom.

Skupna in usklajena komunikacija z Mestno občino Celje ter strateški doseg na državni ravni

Pri nadgradnji in izvajanju komunikacijske strategije mora biti ves komunikacijski proces usklajen s celotno komunikacijo Mestne občine Celje – tako v tonu, vizualni podobi kot v vsebinski zasnovi. To pomeni, da morajo biti vse aktivnosti povezane z obstoječimi komunikacijskimi kanali občine (npr. družbena omrežja, spletne strani, tiskana gradiva, komunikacija na terenu, kampanje, vizualne rešitve in PR aktivnosti) ter usklajene s strategijo mestne znamke.

Poleg lokalne in evropske dimenzije je ključna tudi državna raven strateškega komuniciranja. Želimo, da projekt MAG-NET postane tudi orodje za odpiranje novih poti sodelovanja z državnimi institucijami.

Navodilo za delo: pričakujemo konkretne in izvedljive predloge

Pri pripravi komunikacijske strategije in vseh spremljevalnih aktivnosti pričakujemo čim bolj konkreten in operativen pristop z izvedljivimi predlogi. Dejstva potrjujejo, da je ključna implementacija zato želimo strategijo, ki bo takoj uporabna v praksi in bo s kreativnimi rešitvami in pristopi upoštevala finančne in kadrovske omejitve projekta.

Cilj je, da končni dokumenti ne ostanejo na ravni splošnih priporočil, temveč postanejo delovni pripomoček, ki bo omogočal takojšnjo in učinkovito izvedbo komunikacijskih aktivnosti v projektu MAG-NET.

3. Načrt spremljanja in evalvacije komunikacijskih aktivnosti

Za zagotavljanje merljivosti uspešnosti komunikacijskih akcij je ključno vzpostaviti sistematičen, podatkovno podprt in ciljno usmerjen proces spremljanja ter evalvacije vseh komunikacijskih aktivnosti. Izvajalec bo odgovoren za pripravo celovitega načrta, ki bo vključeval definiranje ključnih kazalnikov uspešnosti (KPI-jev), izbiro in implementacijo analitičnih orodij ter metodologijo rednega analiziranja in optimizacije kampanj na podlagi pridobljenih podatkov. V prvi fazi bo izvajalec opredelil specifične cilje vsake posamezne informativne aktivnosti in določil merila, ki bodo omogočale objektivno oceno izvedbe.

Pričakuje se, da bo izvajalec na tri mesece pripravljal strnjena in strukturirana poročila.

Poleg sprotnega spremljanja bo izvajalec izvedel tudi celovito končno analizo učinkovitosti izvedenih dejavnosti, kjer bo predstavil dosežene rezultate glede na začetno zastavljene cilje, identificiral ključne dejavnike uspeha in predlagal izboljšave za prihodnje aktivnosti.

4. Oblikovanje celostne grafične podobe projekta MAG-NET

Vizualna podoba mora vzpostaviti takojšnjo prepoznavnost ter ustvariti vizualno konsistenco v vseh komunikacijskih kanalih. Cilj je oblikovati profesionalno in estetsko dovršeno celostno grafično podobo, ki bo uporabljena v vseh informativnih materialih, digitalnih vsebinah, na spletni strani in drugih vizualnih predstavitvah projekta.

Poseben poudarek bo namenjen razvoju glavnega slogana projekta, ki bo izhajal iz vsebine projekta in identitete mesta. Za njegovo oblikovanje bo treba poglobljeno razumeti vsebino projekta MAG-NET, kontekst Celja, njegove prebivalce, zgodovino in potencial. Slogan bo služil kot osrednji komunikacijski okvir, iz katerega se bodo razvijali tematski podslogani za posamezne vsebinske sklope ter namenski podslogani, prilagojeni različnim ciljnim skupinam — npr. mladim, lokalnim prebivalcem ali gospodarstvenikom.

Izvajalec bo prevzel odgovornost za pripravo celostne vizualne identitete, ki bo vključila dodelavo logotipa, definiranje barvne palete, izbor tipografije, oblikovanje ključnih grafičnih elementov ter vzpostavitev vizualnih smernic za njihovo uporabo. Ta proces bo temeljil na poglobljenem razumevanju projekta MAG-NET. Zato se pričakuje, da bo izvajalec najprej opravil raziskavo, ki bo zajemala analizo, kar bo osnova za nadaljnji razvoj vizualne identitete. Izvajalcu pa bo omogočeno, da se seznani z že opravljeno raziskavo in gradivom, pripravljenim s strani MOC.

Zasnova celostne grafične podobe projekta MAG-NET se mora opirati na izhodišča nove celostne grafične podobe Mestne občine Celje, pri vozlišču MAG-NET HUB pa celostne grafične podobe Doma ustvarjalnih skupnosti (DOM), katerega del bo HUB.

Sodelovanje bo moralo biti jasno izraženo skozi vizualno komunikacijo, kar pomeni vključujoč, topel in dostopen dizajn, ki spodbuja občutek pripadnosti in aktivnega sodelovanja. Grafični elementi naj komunicirajo sodelovanje, interakcijo ter sinergijo med različnimi deležniki.

Povezanost se bo odražala v oblikovalskih odločitvah, ki poudarjajo povezljivost in mreženje. Uporaba linij, vzorcev ali simbolike, ki ponazarja medsebojno povezane elemente, lahko pomaga pri vizualni pripovedi o sodelovanju na različnih ravneh – lokalni, nacionalni in evropski.

Trajnost bo ključni element barvne palete in celotnega oblikovalskega koncepta. Pričakovano je, da se bodo uporabljale barve in materiali, ki komunicirajo skrb za okolje in dolgoročnost rešitve. Barvna shema naj bo usklajena s principi ekološkega oblikovanja, pri čemer so zaželene barve, ki simbolizirajo naravo, stabilnost in ravnovesje.

Odprtost bo izražena skozi oblikovalsko jasnost in transparentnost vizualnih elementov. Tipografija naj bo sodobna, enostavno berljiva in dostopna, grafični elementi pa strukturirani tako, da omogočajo enostavno prepoznavnost in razumevanje ključnih sporočil. Pomembno je, da celotna podoba spodbuja občutek vključenosti in dostopnosti za vse zainteresirane skupine.

Prvi korak bo optimizacija logotipa. Logotip bo moral učinkovito komunicirati bistvo znamke ter omogočati prilagodljivost za različne formate (horizontalna in vertikalna različica, monokromatska izvedba, verzija za temno in svetlo ozadje). Izvajalec bo moral zagotoviti različne formate logotipa, vključno z vektorskimi datotekami za profesionalno uporabo in optimiziranimi različicami za spletne platforme.

Naslednji ključni element bo razvoj barvne palete, ki bo odražala osebnost in sporočilnost blagovne znamke. Barve bodo izbrane premišljeno, pri čemer bo upoštevana psihologija barv, njihova asociativna vrednost in kontrastna razmerja za zagotovitev dobre berljivosti ter skladnosti na različnih platformah. Paleta bo vključevala primarne in sekundarne barve, pri čemer se pričakuje natančne definicije v različnih barvnih sistemih (RGB, CMYK, HEX, Pantone).

Tipografija bo izbrana z namenom, da dopolnjuje celostno vizualno podobo in zagotavlja jasno, sodobno in estetsko dovršeno komunikacijo. Pričakuje se določitev primarne tipografije za naslove in ključne vizualne poudarke ter sekundarne tipografije za dolga besedila, pri čemer morata biti obe skladni z digitalnimi in tiskanimi mediji ter omogočati dobro berljivost. Poleg tega bo izvajalec razvil pravila za uporabo pisav, vključno z velikostnimi hierarhijami, vrstično razdaljo in smernicami za poudarjanje besedila.

Grafični elementi bodo oblikovani z namenom dopolnjevanja celostne vizualne podobe in ustvarjanja dodatne prepoznavnosti znamke. To lahko vključuje ikonografijo, vzorce, grafične teksture, specifične oblikovne motive ali vizualne dodatke, ki bodo uporabljeni v marketinških materialih in spletnih vsebinah. Pomembno je, da se grafični elementi med seboj vizualno povezujejo in tvorijo dosleden ter profesionalen estetski vtis.

Eden ključnih korakov bo tudi razvoj slogana, ki bo na jasen in zapomnljiv način zajel bistvo projekta MAG-NET. Slogan mora izhajati iz vsebinskih temeljev projekta in značaja mesta Celje, biti dovolj univerzalen za splošno komunikacijo, hkrati pa omogočati razvejanje v podslogane, prilagojene različnim temam in ciljnim skupinam. Izvajalec bo moral zagotoviti tudi predloge za uporabo slogana v različnih formatih in kontekstih (kampanje, tiskani materiali, digitalna uporaba).

Izvajalec bo pripravil celovit dokument – priročnik za celostno grafično podobo (brand book), ki bo vključeval jasne smernice za uporabo vseh vizualnih elementov. Ta dokument bo vseboval natančne definicije logotipa in njegovih različic, specifikacije barvne palete, pravila tipografije, smernice za uporabo grafičnih elementov ter primere pravilne in nepravilne uporabe vizualne identitete. Brand book bo ključno orodje za zagotavljanje doslednosti vizualne identitete v vseh komunikacijskih materialih.

Izvajalec bo moral upoštevati sodobne oblikovalske trende, hkrati pa zagotoviti, da bo grafična podoba dolgoročno relevantna, profesionalna in prilagojena potrebam projekta MAG-NET. Pričakuje se, da bo izvajalec skozi celoten proces sodeloval s predstavniki naročnika, da bo vizualna identiteta usklajena s strateškimi cilji MOC.

Brandbook naj bo dostopen, jasen in razlagalen – napisan v slogu »for dummies«, z namenom, da ga lahko učinkovito uporablja vsak partner, sodelavec ali član ekipe, ki se vključuje v komuniciranje projekta.

Priročnik poleg tehničnih specifikacij (barvne kode, tipografija, logotipi, postavitve ipd.) mora vključevati tudi:

- konkretna navodila in razlage, zakaj in kako uporabljamo posamezne elemente,
- primere dobre in slabe prakse,
- priporočene kombinacije elementov (npr. postavitve za objave, napovednike dogodkov, vizualne okvirje),
- jasne smernice za uporabo in pripravo vsebin v Canvi in Figmi.

Cilj priročnika je, da vodi uporabnika skozi proces ustvarjanja vsebin na enoten in enostaven način, ne da bi moral vsakič znova posegati po zunanji pomoči. Brandbook naj bo zato orodje v službi ekipe, ne le predstavitveni dokument.

5. Priprava kreativ za družbene medije v skladu z grafično podobo

Cilj je ustvariti vizualno privlačne in strateško zasnovane vsebine za redne objave na družbenih omrežjih, ki bodo skladne s celostno grafično podobo in komunikacijsko strategijo projekta MAG-NET, upoštevajoč temelje, ki smo jih že postavili za Mestno občino Celje. Kreative morajo biti optimizirane za različne platforme, vključno z Instagramom, Facebookom, LinkedInom, TikTokom in YouTubom, ter prilagojene specifičnim formatom, ki na teh omrežjih pritegnejo največ pozornosti. Izvajalec mora na podlagi celostne grafične podobe pripraviti visoko kakovostne in estetsko dovršene predloge (templates), ki bodo vizualno privlačne, konsistentne in učinkovite pri doseganju komunikacijskih ciljev projekta MAG-NET. Pri zasnovi kreativ mora izvajalec upoštevati sodobne oblikovalske trende, psihologijo barv in tipografije ter analizo ciljne publike in njihovih preferenc glede vizualne komunikacije za vse omenjene kanale.

Formati, ki jih mora izvajalec pripraviti, vključujejo široko paleto kreativ za različne kanale in interakcijske točke. Mednje sodijo statične objave, ki obsegajo klasične slike in infografike, dizajnirane posebej za Facebook, TikTok, Instagram in LinkedIn, pri čemer je treba zagotoviti različne dimenzije za objave v feedu (1080 x 1080 px), story formatih (1080 x 1920 px) in oglaševalskih vsebinah (različni prilagojeni formati). Poleg statičnih vsebin je nujna priprava animiranih GIF-ov in kratkih video formatov, ki bodo uporabljeni za hitre in dinamične predstavitve ključnih sporočil, pri čemer morajo biti GIF-i optimizirani za hitro nalaganje in kakovostno prikazovanje (do 5 MB, 3–5 sekund trajanja), videoposnetki pa v ločljivosti vsaj 1080p z optimalno dolžino glede na platformo (do 15 sekund za Instagram Stories in Reels,

do 60 sekund za LinkedIn in do 3 minute za YouTube). Za platforme, kjer je video ključni format, kot sta Instagram in YouTube, mora izvajalec pripraviti video telope in druge predloge (templates). Poleg klasičnih grafičnih in video vsebin je treba ustvariti tudi zasnovo za podcast vizualne identitete, ki vključuje naslovne podobe za epizode (1400 x 1400 px do 3000 x 3000 px), oblikovanje promocijskih materialov za posamezne epizode ter grafike za deljenje citatov ali ključnih poudarkov pogovorov in "jingle" MAG-NET. Te vizualne vsebine morajo biti prilagojene za objave na različnih omrežjih in optimizirane za najboljšo vidljivost in berljivost.

Vsa kreativna dela morajo biti shranjena v strukturirani in dostopni obliki, ki omogoča enostavno uporabo in ponovno prilagajanje. Izvajalec mora zagotoviti celovit arhiv vseh kreativ v različnih formatih, vključno z izvirnimi oblikovalskimi datotekami (npr. Adobe Photoshop, Illustrator, After Effects) in izvoženimi različicami v standardnih formatih (PNG, JPEG, MP4, GIF). Poleg tega je priporočljivo vzpostaviti organiziran sistem shranjevanja, ki vključuje jasno poimenovane mape glede na tipe vsebin, datume objav in platforme, kjer bodo kreativne rešitve uporabljene.

6. Priprava predlog/kreativ za digitalne kanale (bannerji, socialna omrežja, spletna stran, …)

Za dosego maksimalne učinkovitosti vizualnih materialov, ki bodo podpirale promocijo in ozaveščanje o projektu MAG-NET, je ključno oblikovati celovito in premišljeno strategijo na vseh ustreznih digitalnih kanalih. Izvajalec bo moral zagotoviti visoko kakovostne in strateško usmerjene kreative, ki bodo prilagojene posameznim ciljnim skupinam in specifikam platform, na katerih bodo prikazane.

Za vsak posamezen digitalni kanal bo potrebno pripraviti prilagojene kreative, ki bodo optimizirane glede na tehnične zahteve in uporabniške preference platforme.

Končni materiali bodo pripravljeni v vseh potrebnih formatih za različne platforme, vključno z visoko resolucijskimi slikovnimi datotekami (PNG, JPEG, WEBP) in video formati (MP4, MOV) s prilagojenimi dolžinami in razmerji stranic (1:1, 4:5, 9:16, 16:9). Prav tako bo izvajalec zagotovil ustrezne izvorne datoteke (PSD, AI, AE), ki bodo omogočale nadaljnje prilagoditve in iteracije v okviru celotne strategije projekta MAG-NET.

7. Oblikovanje vizualnih predlog za tiskane in spletne materiale (brošure, letaki, plakati, PPT predstavitve, video telopi, word in ostale predloge, …, jingle za video in podcast, …)

Vsi materiali morajo biti zasnovani skladno s celostno grafično podobo projekta, pri čemer mora oblikovalec upoštevati tako tiskane kot digitalne medije, različne formate in aplikacije ter sodobne oblikovalske prakse.

Oblikovanje brošur zahteva premišljeno vizualno kompozicijo, ki bo bralca intuitivno vodila skozi vsebino in hkrati omogočala jasno predstavitev ključnih informacij. Brošure morajo biti oblikovane v več formatih, vključno z dvojnim A4 (297 x 210 mm) in trojnim preklopom A4 (297 x 210 mm, zgiban na tretjine). Po potrebi tudi format časopisa. Izvajalec mora zagotoviti prilagoditev brošur za digitalno distribucijo v interaktivni PDF obliki, ki bo omogočala enostavno brskanje in vključevanje hiperpovezav.

Letaki morajo biti dinamično oblikovani, da pritegnejo pozornost in hkrati učinkovito posredujejo bistvene informacije o projektu MAG-NET. Standardni formati vključujejo A5 (148 x 210 mm) in A4 (210 x 297 mm), pri čemer mora izvajalec poskrbeti za visoko kakovost tiskovnih priprav ter ustrezno ločljivost slikovnih elementov (300 dpi za tiskane različice in optimizirane 72 dpi za spletne različice). Poseben poudarek je treba nameniti jasnosti sporočila, vizualnemu ravnovesju med tekstom in grafičnimi elementi ter vključitvi močnih vizualnih poudarkov, ki bodo izboljšali prepoznavnost vsebine.

Plakati morajo biti zasnovani za različne namene in formate, od klasičnih A2 (420 x 594 mm) in A1 (594 x 841 mm), ležeči in pokončni A4 in A3, do večjih formatov za zunanje oglaševanje (60x90, 70x100, billboard plakati 504x238 in 400x300, citylight, DIGI, DOOH, digitalne table in drugi zasloni, …,). Pri oblikovanju plakatov je ključno upoštevati hierarhijo informacij, ki omogoča hitro zaznavanje ključnih sporočil, uporabo močnih vizualnih kontrastov za povečanje vidnosti ter skladnost z ostalimi informativnimi materiali. Oblikovalec mora zagotoviti več različic plakatov, primernih za tiskane medije in digitalno distribucijo, pri čemer morajo biti digitalne različice optimizirane za prikaz na zaslonih različnih velikosti (FHD 1920 x 1080 px, 4K 3840 x 2160 px).

Priprava naj vključuje tudi predloge za Word in druge dopisne dokumente (predloge: sporočilo za javnost, vabilo, posvetilo, priznanje, diploma, ovoj za spise, …), kuverte različnih dimenzij (amerikanka, A4), mape, tiskane in spletne vizitke zaposlenih na projektu.

Poseben sklop predstavlja tudi oglaševanje v fizičnem prostoru, ki zahteva prilagoditev kreativ za različne zunanje in notranje nosilce. To vključuje jumbo plakate (npr. 504 x 238 cm, 400 x 300 cm), citylight plakate, digitalne zaslone (DOOH) različnih formatov (FHD, 4K), LED ekrane na vozilih Celebus ter druge mestne oglasne površine. Kreative morajo biti zasnovane jasno in pregledno, z močnim vizualnim učinkom in upoštevanjem vidljivosti z različnih razdalj. Pomembno je, da vizualna komunikacija tudi v tem formatu ostane prepoznavna in skladna z ostalimi kanali komuniciranja.

Pri pripravi predstavitev mora izvajalec zagotoviti profesionalno oblikovane PowerPoint in Google Slides predloge, ki bodo omogočale dosledno vizualno podobo vseh predstavitvenih gradiv projekta MAG-NET. Predloge morajo vključevati različne postavitve diapozitivov, vizualne poudarke, animirane prehode in grafične elemente, ki bodo izboljšali dinamiko predstavitev. Ključni vidiki vključujejo berljivost besedila, skladnost barvnih palet in vizualno podporo pripovedi skozi grafične poudarke, infografike in interaktivne elemente.

Vse tiskane in digitalne različice promocijskih materialov morajo biti dostavljene v več formatih, ki omogočajo enostavno uporabo in distribucijo. Oblikovalec mora zagotoviti izvirne oblikovalske datoteke (Adobe InDesign, Illustrator, Photoshop), kot tudi izvožene različice v standardnih formatih (PDF za tisk, PNG in JPEG za digitalno uporabo). Pri tem mora izvajalec upoštevati tudi specifikacije za tiskanje, vključno z nastavljenimi varnostnimi robovi, barvnimi profili CMYK in natančnimi označbami za obrezovanje.

Izvajalec bo izvedel preverjanje vseh oblikovanih materialov z naročnikom, testiranje vizualne učinkovitosti posameznih elementov in morebitne prilagoditve na podlagi povratnih informacij. Izvajalec mora zagotavljati tekočo komunikacijo z naročnikom skozi celoten proces oblikovanja, s čimer bo zagotovljena optimalna kakovost končnih materialov. Cilj tega celostnega pristopa k oblikovanju je ustvariti vizualno dosledne, estetsko dovršene in komunikacijsko učinkovite materiale, ki bodo uspešno podpirali ozaveščanje o projektu MAG-NET na vseh relevantnih kanalih.

8. Tekstopisje/copywriting

Zunanji izvajalec bo odgovoren za pripravo, ustvarjanje in optimizacijo vseh potrebnih besedilnih vsebin, ki bodo podpirale komunikacijsko strategijo projekta MAG-NET. Pri tem se mora izvajalec osredotočiti na optimizacijo vsebin tako z vidika SEO kot tudi s ciljem doseganja najvišje stopnje angažiranosti in prepoznavnosti med ciljnimi skupinami projekta. Od zunanjega izvajalca se pričakuje, da bo tesno sodeloval s preostalimi strokovnjaki iz

področja oblikovanja, razvoja vizualne identitete in marketinških strategij ter se bo vključeval v celoten proces priprave komunikacijskih aktivnosti.

Pri ustvarjanju besedil pričakujemo, da bo izvajalec izhajal iz obstoječih praks Mestne občine Celje ter upošteval strategijo mestne znamke, zlasti v segmentih, ki se nanašajo na ton in glas komuniciranja. Ključno je, da se seznani z načinom, kako že zdaj komuniciramo na družbenih omrežjih, v PR sporočilih in na novi spletni strani občine, saj ti kanali že vzpostavljajo ton, ki ga bomo v projektu nadaljevali in nadgradili.

Pričakujemo tudi, da bo izvajalec predlagal vsebinsko smiselno nadgradnjo obstoječega tona, ki bo še naprej gradila na odprti, vključujoči in povezovalni naravnanosti mesta, hkrati pa bo prepoznavno vezana na projekt MAG-NET.

9. E-novice za deležnike

Izvajalec mora pripraviti štiri različne oblikovne predloge za e-novice, prilagojene različnim potrebam komunikacije z deležniki projekta MAG-NET. Predloge morajo biti pripravljene v orodju MailerLite, ki ga trenutno uporablja Mestna občina Celje, in popolnoma prilagojene njegovemu okolju za kasnejšo enostavno uporabo, urejanje in pošiljanje.

Oblikovane morajo biti naslednje vrste predlog:

- vabilo na dogodek,
- krajši informativni novičnik,
- daljši vsebinski novičnik,
- e-novica s CTA za sodelovanje.

Vsaka predloga mora vključevati:

- konsistentno postavitev besedilnega in vizualnega dela,
- jasno strukturirano glavo, nogo in klicne elemente,
- izbran in enoten font, barvno shemo ter grafične elemente skladne s CGP projekta in MOC,
- odzivno oblikovanje (mobilna in namizna različica).

Poleg oblikovanja bo izvajalec tekom trajanja projekta strokovna podpora naročniku tudi na vsebinski ravni – s pripravo ali svetovanjem pri zasnovi vsebin, predlogi za naslove, CTA-je, strukturo sporočil ter njihovim umeščanjem glede na aktualne projektne aktivnosti.

Cilj je, da e-novice postanejo prepoznaven, informativen in učinkovit kanal komuniciranja z vsemi ključnimi deležniki projekta MAG-NET.

10. Razvoj in postavitev predstavitvene spletne strani projekta

Želimo profesionalno, informativno in uporabniku prijazno spletno stran za projekt MAG-NET, ki bo v vsebinskem in tehničnem smislu zasnovana kot razširitev nove spletne strani Mestne občine Celje (MOC). Stran mora jasno kazati, da projekt MAG-NET deluje v okviru MOC, hkrati pa vizualno in funkcionalno omogočati prepoznavnost kot samostojne projektne enote.

Izvajalec se mora pri načrtovanju in izvedbi pripeti na arhitekturo, vizualno identiteto in CMS sistem nove občinske spletne strani, pri čemer so dovoljene nadgradnje in kreativne rešitve, ki izboljšajo uporabniško izkušnjo, a ostajajo skladne z obstoječim spletnim okoljem.

<u>Izvajalec bo odgovoren za:</u>

1. Načrtovanje in usklajevanje

- analiza potreb naročnika glede vsebine, strukture in funkcionalnosti strani,
- načrtovanje informacijskega modela (kako bodo vsebine strukturirane v CMS-ju),
- uskladitev z obstoječo sestavljivo (ang. headless) oz. mikroservisno arhitekturo in tehničnimi zahtevami platforme,
- uporaba sodobnih spletnih tehnologij za podporo statičnih in dinamičnih komponent.

2. Razvoj vsebinske sheme (CMS)

- konfiguracija vsebinskih tipov (npr. novice, dogodki, moduli ipd.) v headless CMS-ju (Decap CMS),
- določitev polj in struktur za enostavno upravljanje vsebin s strani urednikov,
- tesna integracija z obstoječo DAM rešitvijo (Cloudinary),
- zajem na frontendu preko API-jev.

3. Razvoj prikazne plasti (frontend)

- programiranje spletne strani,

- razvoj statičnih strani (SSG) in generiranje na strežniku (SSR),
- zaželeno je serviranje prek CDN,
- uporaba podatkov iz CMS-ja za dinamičen prikaz vsebine,
- implementacija komponent (meni, novice, obrazci, ipd.),
- prilagoditev dizajna karakteristikam obstoječe grafične podobe.

4. Vsebina

- priprava in pomoč pri pripravi besedil,
- lektura in jezikovni pregled,
- optimizacija slik in drugega gradiva (uporaba obstoječega DAM - Cloudinary),
- vnos vsebin v CMS (v strukturi, ki jo je razvijalec postavil),
- preverjanje pravilnega prikaza v frontend okolju.

5. Testiranje in optimizacija

- natančno sledenje napakam in s tem stabilnost spletne strani brez kritičnih napak,
- testiranje delovanja strani na različnih napravah in brskalnikih,
- testiranje uporabniškega vmesnika za skladnost z dizajnom in UX,
- preverjanje hitrosti, dostopnosti in napak,
- osnovna SEO optimizacija (npr. metapodatki, struktura naslovov, alt opisi),
- skladnost z zakonodajo (npr. piškotki, GDPR).
- uporaba orodja za poročanje napak in upravljanje s prijavami (ter izvedbo sprintov). Priporočamo Github Issues.

6. Povezava z obstoječo platformo in objava

- integracija spletne strani v obstoječo infrastrukturo z gostovanjem,
- integracija z obstoječim iskalnikom (Algolia),
- nastavitev povezave med CMS-jem in domeno oz. platformo,
- objava spletne strani v produkcijskem okolju.

Razvoj vizualno privlačne, funkcionalne in mobilno odzivne spletne strani, optimizirane za vse vrste naprav. Usklajevanje vizualnih elementov z novo celostno grafično podobo projekta in novo spletno stranjo občine.

Ponudba naj vključuje tudi stroške vzdrževanja, gostovanja in vseh licenčnin za čas trajanja projekta.

Spletna stran mora vključevati:

- Predstavitev projekta, partnerjev, ključnih vsebin in ciljev.
- Dinamične vsebine: novice, dogodki, blog zapisi, fotogalerije, prenosi gradiv.
- Interaktivne elemente, ki omogočajo vključevanje uporabnikov in deljenje vsebin.
- Integracijo s socialnimi omrežji in email marketing platformami za avtomatizirano obveščanje in razširjanje vsebin.
- Možnost nadaljnjega razširjanja vsebin, prilagajanja rubrik in večjezične nadgradnje.

Spletna stran mora omogočati, da obiskovalec hitro razume, kaj MAG-NET je, zakaj obstaja in kako se lahko v projekt vključi.

11. Pomoč pri idejnem snovanju različnih dogodkov in njihovi komunikacijski podpori

- Oblikovanje vizualnih materialov: izvajalec poskrbi za vabila, plakate, video napovednike, materiale za digitalne kanale in drugo grafično podobo dogodka ter svetovanje o komunikacijski podpora dogodka.
- Sodelovanje z influencerji: izvajalec pomaga pri vključevanju vplivnežev ali ambasadorjev, ki bodo dodatno promovirali dogodek.

12. Priprava “Flash mob” strategij

Za učinkovito promocijo pobude MAG-NET v javnem prostoru je potrebno zasnovati kreativne aktivacije, ki bodo pritegnile pozornost širše javnosti in ustvarile edinstveno izkušnjo, ki bo povezovala ciljne skupine s ključnimi sporočili pobude. Aktivacije morajo biti zasnovane kot inovativni in interaktivni dogodki, ki na nepričakovan, a premišljen način angažirajo mimoidoče in jih vključujejo v zgodbo pobude.

Končni cilj teh kreativnih aktivacij v javnem prostoru je povečanje prepoznavnosti pobude MAG-NET, krepitev njene prisotnosti v urbanem okolju in ustvarjanje trajnega vtisa pri ciljni publiki, ki bo podprl dolgoročne cilje projekta.

Pričakujemo, da bo izvajalec zasnoval rešitve, ki bodo izhajale iz mesta Celje – njegovih značilnosti, ritma in javnih prostorov – ter v strategijo vključil lokalne akterje, ki so tukaj prepoznavni in domači. Projekt MAG-NET je globoko zasidran v lokalni skupnosti in deluje participativno, zato tovrstnih akcij ni mogoče izvajati brez razumevanja lokalnega okolja in sodelovanja z ljudmi, ki mesto soustvarjajo.

13. PR podpora

Zunanji izvajalec bo nudil PR podporo in aktivno sodeloval s PR ekipo MAG-NET na naslednje načine: vzpostavljanje dobrih odnosov s ključnimi mediji in novinarji (nacionalnimi in mednarodnimi/tujimi), pomoč pri vzpostavljanju dobre medijske pojavnosti in pomoč pri kriznem komuniciranju.

- Priprava relevantne adreme medijev in novinarjev
- Vzpostavljanje in vzdrževanje odnosov s ključnimi novinarji in uredniki
- Predlogi za izboljšave medijske pojavnosti projekta
- Svetovanje v primeru kriznih situacij

14. Zasnova promocijskih materialov

Pri zasnovi promocijskih materialov za pobudo MAG-NET je ključnega pomena, da so izdelki strateško oblikovani tako, da učinkovito odražajo identiteto projekta MAG-NET, krepijo njegovo prepoznavnost in spodbujajo interakcijo.

Izvajalec mora pripraviti celovit nabor kreativnih in grafičnih rešitev za posamezne vrste promocijskih materialov, ki lahko vključujejo značke, nalepke, majice, hoodije, zvezke, kulije in druge relevantne predmete, ki bodo uporabljeni za promocijo pobude MAG-NET. Pri oblikovanju materialov je nujno upoštevati vizualno identiteto znamke MAG-NET ter njeno komunikacijsko strategijo, ki se osredotoča na dinamičnost, inovativnost in vključujoč značaj skupnosti.

15. Pomoč pri načrtovanju oglaševanja v klasičnih medijih in v digitalnem okolju ter zunanje oglaševanje

Zunanji izvajalec pomaga naročniku s svetovanjem pri snovanju spodnjih točk:

- Določitev ciljev oglaševanja
- Analiza ciljnega občinstva in določitev najboljših kanalov za dosego potencialnih ciljnih skupin
- Oblikovanje celovite oglaševalske strategije v klasičnih in digitalnih medijih
- Medijski načrt – časovnica kampanje in določitev optimalnega razmerja med različnimi mediji
- Spremljanje dosega in odziva občinstva

16. Priprava strategije za ambasadorstvo

Za uspešno vzpostavitev ambasadorskih aktivnosti in razvoj ambasadorstva v več fazah bo izvajalec odgovoren za celostno kreativno in vsebinsko zasnovo ter implementacijo aktivnosti, ki bodo skozi različne faze krepile prepoznavnost projekta MAG-NET. To bo zahtevalo natančno oblikovanje vsebine, strateški pristop h komunikaciji in dinamično prilagodljivost, ki bo zagotavljala uspešno angažiranje ambasadorjev, ciljne skupine ter ključnih deležnikov skozi vso obdobje izvajanja.

V celotnem procesu bo izvajalec moral natančno spremljati dinamiko projekta in prilagajati vsebinske aktivnosti glede na potrebe in odzive ključnih deležnikov, pa tudi na razvoj dogodkov, tako da bo kampanja vedno ustrezala trenutnim trendom, potrebam ciljnih skupin in vrednotam MAG-NET-a.

V okviru projekta MAG-NET si želimo razviti model ambasadorstva, ki bo avtentičen, vključujoč in trdno zasidran v lokalnem okolju.

Ambasadorji niso le obraz kampanje – so glas mesta, skupnosti in prihodnosti, ki jo skupaj gradimo. Ključno je, da bo izvajalec znal prepoznati pravo ravnovesje med osebnim pristopom posameznega ambasadorja in enotno identiteto projekta, ter znal iz teh zgodb ustvariti vsebinski mozaik, ki bo nagovarjal raznolike ciljne skupine.

17. Zaključna konferenca MAG-NET in zaključna publikacija

17. 1. Organizacija zaključne konference

Komunikacijska podpora dogodka

- Oblikovanje vabil (fizična in digitalna)
- Oblikovanje akreditacij
- Pomoč pri zasnovi vizualne podobe dogodka
- Priprava gradiv za udeležence (mapice, brošure, PPT prezentacije, promocijski material, ...)
- Pomoč pri obveščanju in vabilu ključnih medijev
- Tisk in digitalna podpora (plakati, roll-upi, PPT predloge, video napovedniki, ...)
- Druge aktivnosti, v skladu z naknadnim dogovorom z naročnikom

17. 2. Izdaja zaključne publikacije (tiskane in digitalne)

Priprava vsebine in uredništvo

- Zasnova publikacije – določitev strukture, dolžine, poglavij
- Zbiranje in vključevanje vizualnih elementov – grafi, fotografije in drugi primerni elementi

Oblikovanje in produkcija

- Grafična podoba publikacije – oblikovanje postavitve in vizualnega sloga
- Priprava tiskane in digitalne verzije (PDF, interaktivna e-knjiga)
- Prelom in tehnična priprava za tisk

18. Zaključno navodilo – lastništvo materialov, odprti formati in dostopnost

Vsa kreativna dela, ki jih bo izvajalec pripravil v okviru sodelovanja z naročnikom tekom celotnega trajanja projekta, morajo biti oddana v odprtih izvornih datotekah, ki omogočajo nadaljnjo uporabo, urejanje in prilagajanje s strani naročnika ali drugih pooblaščenih izvajalcev v prihodnosti. Sem sodijo tudi vse ilustracije, grafični elementi, animacije, videoposnetki in drugi vizualni materiali, ki bodo uporabljeni v komunikaciji projekta MAG-NET.

Izvajalec kot avtor oziroma imetnik materialnih avtorskih pravic na naročnika prenaša vse materialne avtorske pravice, medtem ko moralne avtorske pravice skladno z Zakonom o avtorskih in sorodnih pravicah ostanejo avtorju (ki jih bo uveljavljal na način, ki ne bo posegal v interese naročnika). Glede urejanja avtorskih pravic bo izvajalec z naročnikom sklenil poseben sporazum oziroma je določba v zvezi s tem predmet pogodbe o izvedbi naročila. Z dnem sklenitve sporazuma oziroma pogodbe iz prejšnjega stavka in nastankom stvaritve se avtorske pravice v celoti prenesejo na naročnika, s čimer le-ta pridobi ekskluzivne izključne pravice za uporabo vseh avtorskih del in stvaritev, časovno in teritorialno neomejeno, za uporabo v tiskani in elektronski obliki na vseh medijih, za predelavo ali priredbo v vseh možnih obsegih ter neomejeno distribucijo in za kakršenkoli namen, ki izhaja iz delovanja naročnika, vključno, a ne omejeno na promocijo, obveščanje, izobraževanje in poslovanje naročnika. Naročnik pri tem ne potrebuje izrecnega soglasja avtorja, niti ni avtorju dolžan izplačevati kakršen koli dodaten avtorski honorar, le ta je vštet v znesek naročene storitve. Vsa avtorska dela z izročitvijo naročniku postane njegova last. Prav tako naročnik pridobi lastninsko pravico

tudi na premičninah (kot so npr. modeli, prototipi), ki jih avtor oziroma izvajalec lahko izdela za izpolnitev predmeta naročila.

Poleg izvoženih datotek (npr. .PNG, .MP4, .GIF ipd.) mora izvajalec:
- dostaviti vse ustvarjene materiale tudi v odprtih formatih (.AI, .PSD, .INDD, .AE itd.),
- in jih naložiti v uporabno in pregledno delovno okolje, kot sta Canva in Figma, kjer bodo dostopni za nadaljnjo uporabo in nadgradnje. S tem zagotavljamo dolgoročno uporabnost, fleksibilnost in skladnost komunikacije, ne le znotraj projekta MAG-NET, temveč tudi v širšem okviru delovanja Mestne občine Celje.