

## Wytyczne i wizualizacja do organizacji „Stadionu Letniego Gdańsk”

NAZWA OBIEKTU	<p>Główna nazwa obiektu to „Stadion Letni Gdańsk”.</p> <p>Dopuszcza się użycie w nazwie głównej nazwy sponsora głównego lub tytularnego obiektu, przy czym sformułowanie „Stadion Letni Gdańsk”, będzie używane zawsze razem jako jeden człon nazwy całkowitej, a nazwa sponsora przed lub po tym członie. Jest to nazwa główna, podstawowa i najważniejsza. W przypadku dołączenia do nazwy głównej, nazwy sponsora głównego lub tytularnego, należy przestać proponowaną nazwę do akceptacji Gdańskiego Ośrodka Sportu.</p> <p>Nazwy głównej używamy zawsze i wszędzie, zarówno w materiałach graficznych, pisanych, w nazewnictwie w mediach społecznościowych i komunikacji werbalnej.</p>
OZNAKOWANIE OBIEKTU	<p>Oznakowanie obiektu musi być estetyczne i ujednolicone. Dopuszcza się stosowania jakichkolwiek logo partnerów tylko i wyłącznie na jednolitym tle. Oznakowanie obiektu należy przygotować na jednolitych płaszczyznach. Zabrania się używać pojedynczych nieestetycznych banerów, balonów, flag, słupków reklamowych i innych niż wymienione poniżej materiały brandingowe.</p> <p>20% całkowitego oznakowania obiektu stanowić mają zawsze logo Miasta Gdańska i Gdańskiego Ośrodka Sportu.</p> <p>Całość oznakowania obiektu przed jego produkcją należy przestać do akceptacji Gdańskiego Ośrodka Sportu.</p> <p>Dopuszcza się oznakowanie obiektu poprzez, ukazane w wizualizacji:</p> <p>BANDY – jednolita, stała, estetyczna konstrukcja z płyt</p>

	<p>PCV, przy czym 20% powierzchni stanowi logo Miasta Gdańska i Gdańskiego Ośrodka Sportu</p> <p>FLAGI/FLAYERY – jednolite, estetyczne z logo partnerów przy czym 20% ilości flag stanowią flagi z logo Miasta Gdańska i Gdańskiego Ośrodka Sportu</p> <p>TRYBUNY – jednolita, estetyczna konstrukcja z materiału PCV o strukturze siatki (banery siatkowe, siatki mesh), przy czym 20% powierzchni trybun stanowi logo Miasta Gdańska i Gdańskiego Ośrodka Sportu</p> <p>PARAWANY – jednolite, estetyczne, przy czym 20% powierzchni stanowi logo Miasta Gdańska i Gdańskiego Ośrodka Sportu</p> <p>Przy czym na całym oznakowaniu logo Miasta Gdańska i Gdańskiego Ośrodka Sportu pojawiać się będzie zawsze jako pierwsze (zgodnie z wizualizacją).</p> <p>W przypadku organizacji imprez określonych w umowie w § 3.3 ust. 1 a)-f) oraz § 3.3 ust. 1 pkt a)-f) dopuszcza się stosowanie jednolitego brandu zgodnie z wytycznymi polskich związków w danej dyscyplinie, wyłącznie na czas imprez, pod warunkiem zachowania 20% całkowitego oznakowania obiektu który stanowić ma zawsze logo Miasta Gdańska i Gdańskiego Ośrodka Sportu.</p>
MIEJSCE NA KONTENERACH	<p>Należy przeznaczyć stałe miejsce na kontenerach, przylegających do „Stadionu Letniego Gdańsk”, na wyłączność Miasta Gdańska i Gdańskiego Ośrodka Sportu. Miejsce to będzie wykorzystane na promocję organizowanych przez Miasto Gdańsk i Gdański Ośrodek Sportu imprez sportowych i rekreacyjnych. Wyżej wymienione miejsce należy uzgodnić z Gdańskim Ośrodkiem Sportu.</p> <p>Za produkcję i wyklejenie w/w miejsca odpowiadać będzie Gdański Ośrodek Sportu.</p>
KOMUNIKACJA Z MEDIAMI	<p>W każdej komunikacji nawet główną obiektu stanowi sformułowanie „Stadion Letni Gdańsk” plus ewentualna nazwa sponsora głównego lub tytularnego j.w. Dotyczy to zarówno komunikacji</p>

	wizualnej/graficznej, pisanej jak i werbalnej.
SOCIAL MEDIA	<p>Obiekt we wszystkich wykorzystywanych mediach społecznościowych będzie nosił nazwę „Stadion Letni Gdańsk”, plus ewentualnie nazwa sponsora głównego lub tytularnego j.w.</p> <p>Wszystkie stworzone i wykorzystywane do komunikacji media społecznościowe, po okresie zakończenia projektu nie będą wykorzystywane do projektu o podobnej tematyce, chyba, że Wdzierżawiający postanowi inaczej.</p> <p>Wszystkie wykorzystywane przez Operatora media społecznościowe będą promować, wskazane przez Gdański Ośrodek Sportu imprezy sportowo rekreacyjne.</p> <p>Ilość promowanych postów/twittów/wskazań określa się następująco:</p> <p>Facebook – min. 4 publikacje przekazane przez Gdański Ośrodek Sportu w miesiącu</p> <p>Twitter – min. 4 publikacje przekazane przez Gdański Ośrodek Sportu w miesiącu</p> <p>Instagram – min. 2 publikacje przekazane przez Gdański Ośrodek Sportu w miesiącu</p>
MATERIAŁY REKLAMOWO – INFORMACYJNE (PLAKATY, ULOTKI, GRAFIKI DO MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH, SPOTY RADIOWE I TELEWIZYJNE)	<p>Wszystkie materiały reklamowo-informacyjne używane do komunikacji, dotyczące obiektu muszą zawierać prawidłową główną nazwę obiektu tj. „Stadion Letni Gdańsk” i zawierać logo lub nazwę Miasta Gdańsk oraz Gdańskiego Ośrodka Sportu jako Organizatora lub Współorganizatora.</p> <p>Wszelkie materiały o których mowa powyżej muszą przed publikacją/produkcją zostać zaakceptowane zarówno w formie grafiki, scenariusza czy treści pisemnie lub w formie elektronicznej przez Gdański Ośrodek Sportu.</p>
STOSOWANIE LOGO MIASTA GDAŃSK I GDAŃSKIEGO OŚRODKA SPORTU	<p>Dzierżawca otrzyma od Gdańskiego Ośrodka Sportu logo Miasta Gdańska oraz Gdańskiego Ośrodka Sportu, wraz z dołączonymi księgami znaku, które określają zasady ich stosowania. Dzierżawca może stosować w/w logo tylko i wyłącznie z zawartymi tam</p>

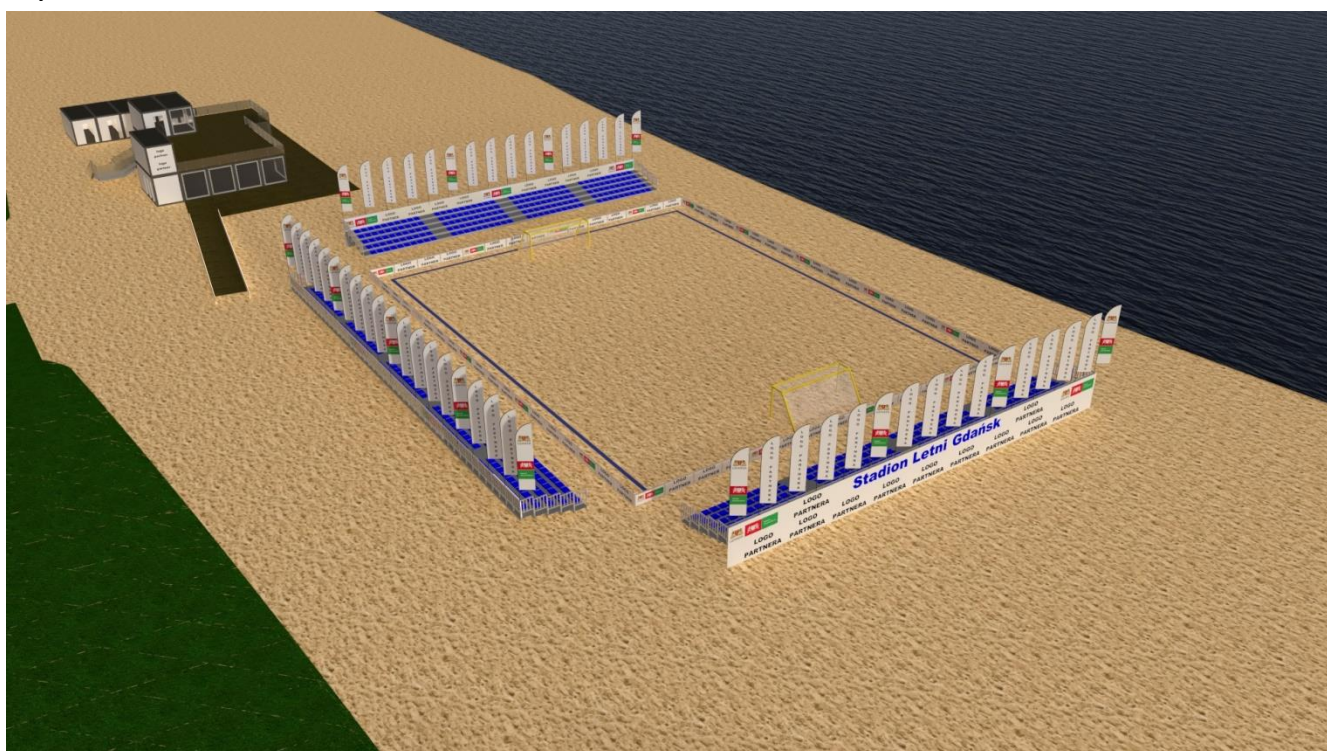
	zasadami. Przy czym każdorazowo, materiał na którym ww. zostały użyte należy bezwzględnie wysłać do akceptacji Gdańskiego Ośrodka Sportu.
PRODUKCJA MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH	Dzierżawca ma obowiązek produkowania i montowania wszystkich materiałów, w tym w szczególności materiałów reklamowych, promocyjnych i informacyjnych, wraz z całym oznakowaniem (bandy, flagi, parawany, oznakowanie trybun) na swój koszt i ryzyko.

## Wizualizacja Stadionu Letniego Gdańsk:

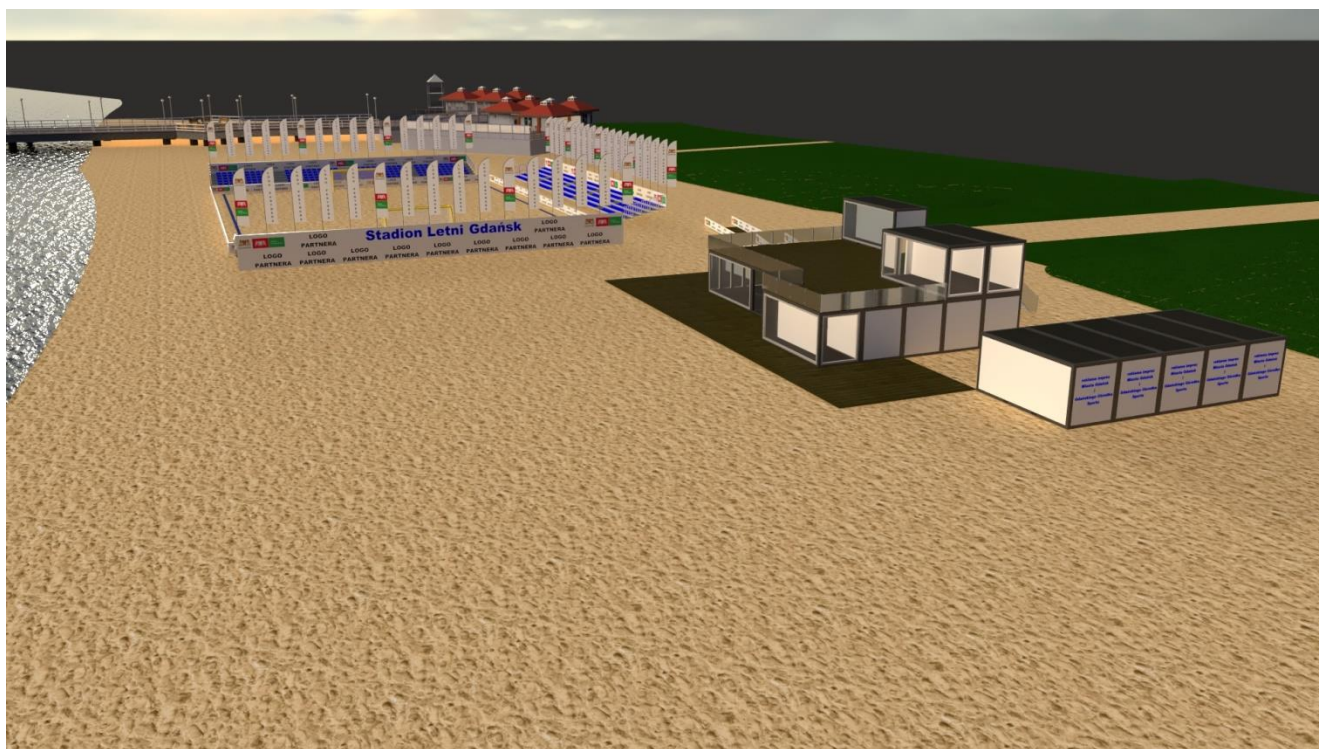
Rys. 1



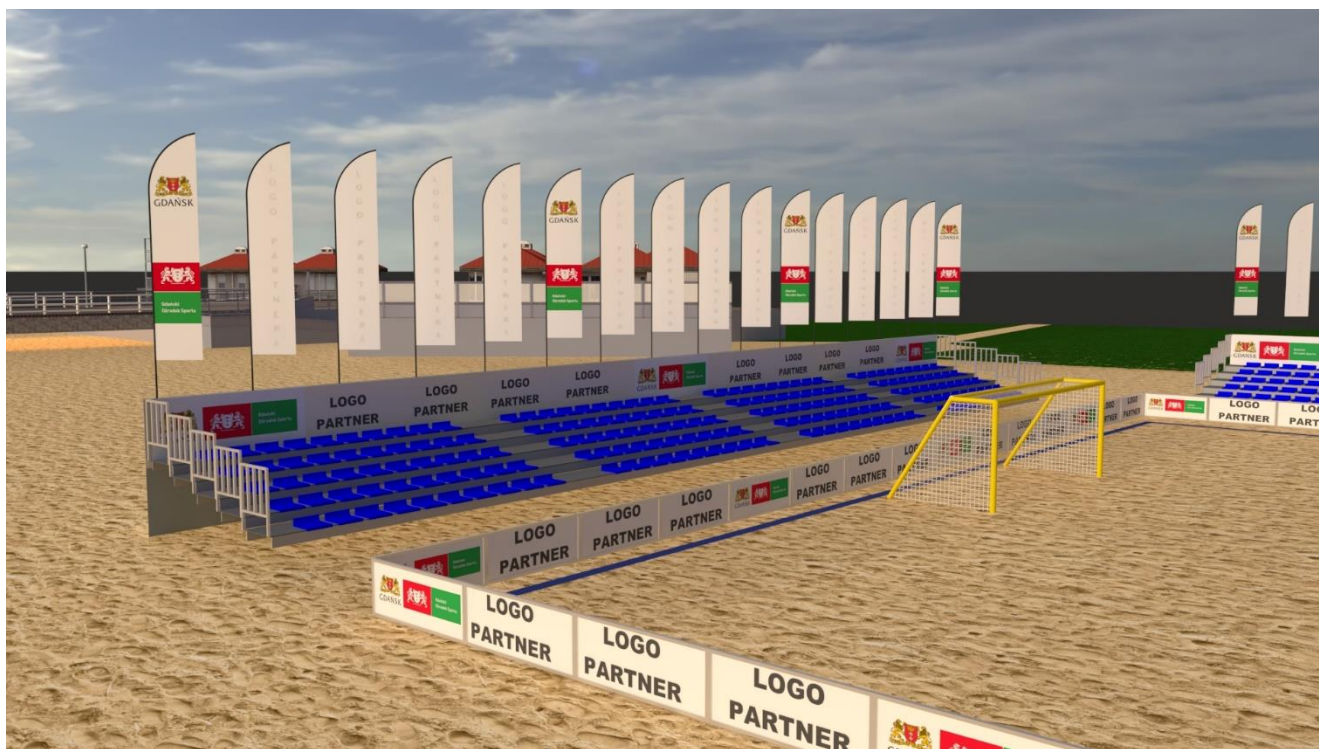
Rys. 2



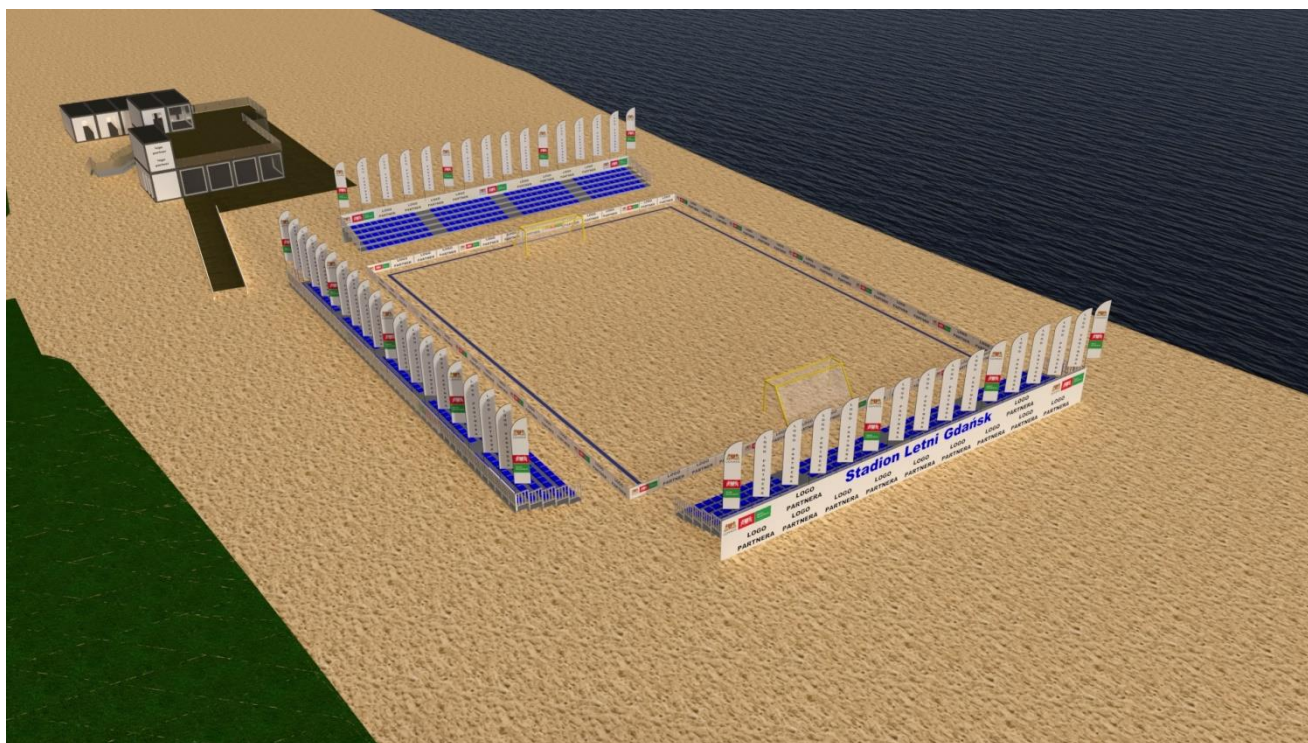
Rys. 3



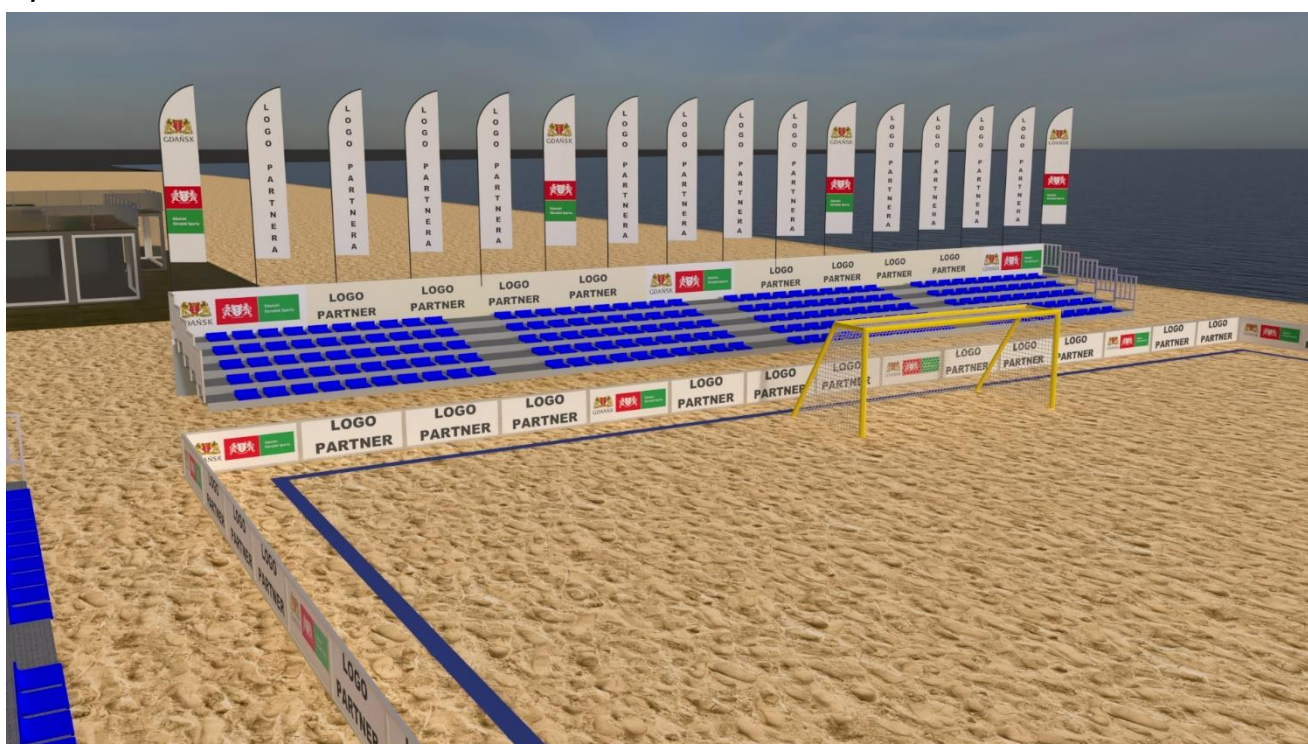
Rys. 4



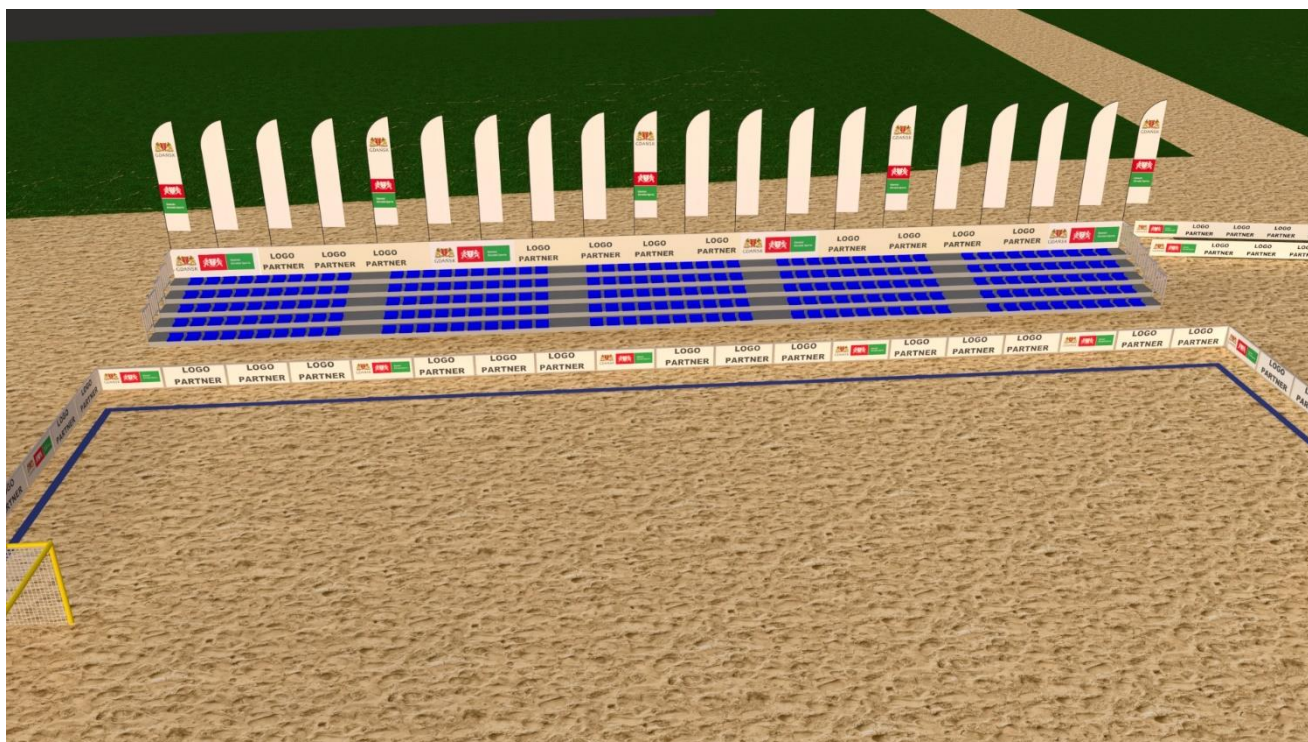
Rys. 5



Rys. 6



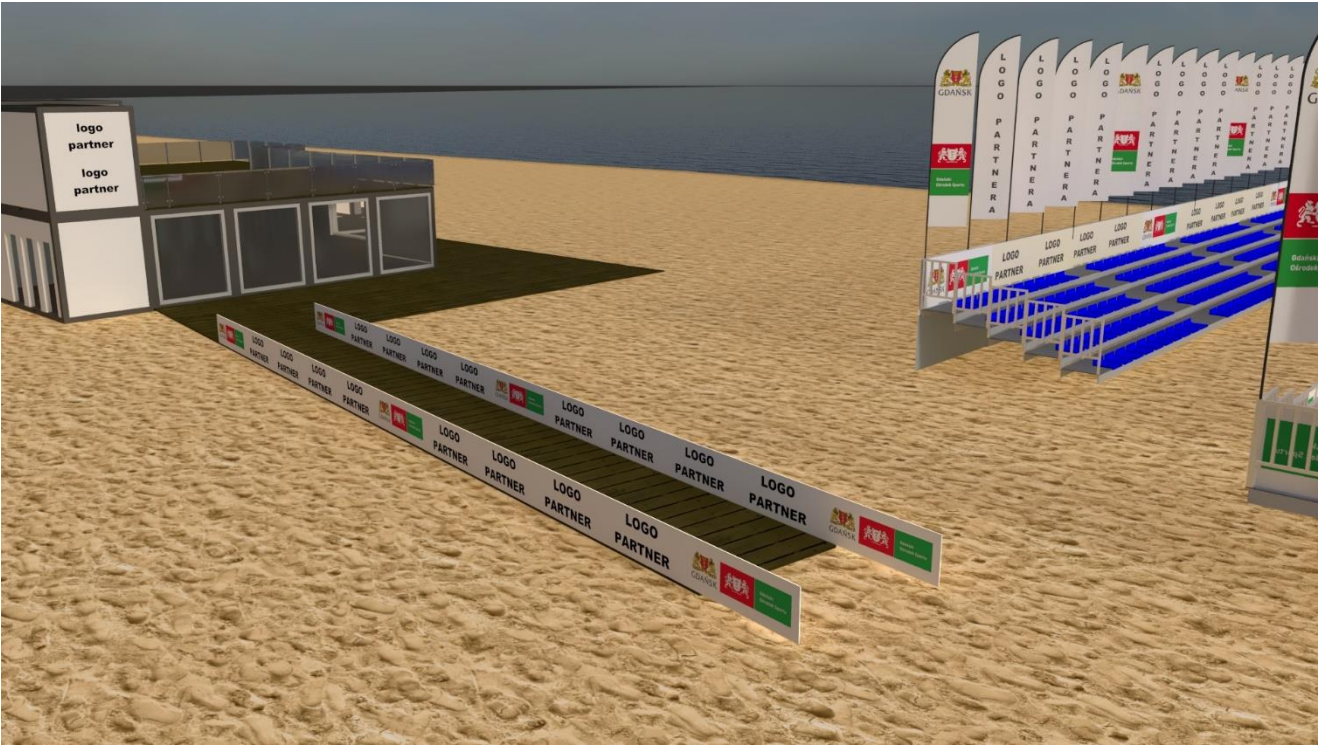
Rys. 7



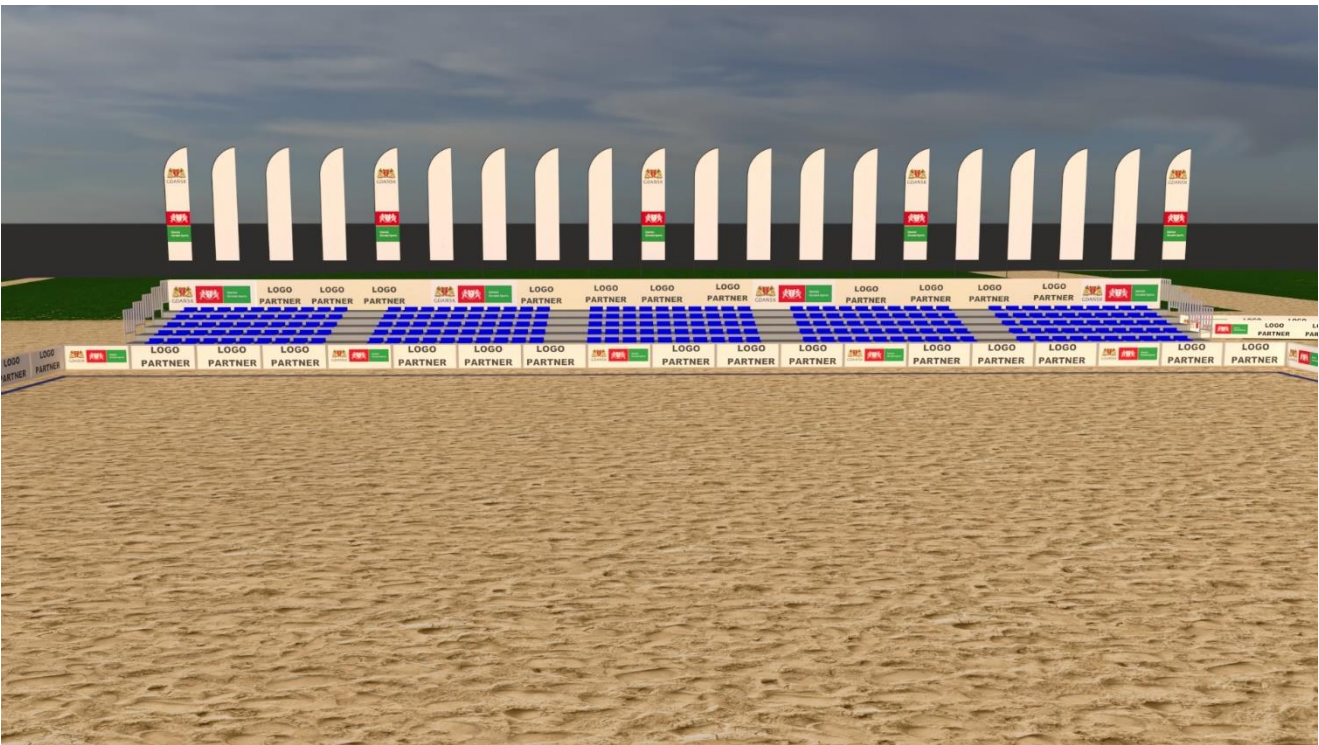
Rys. 8



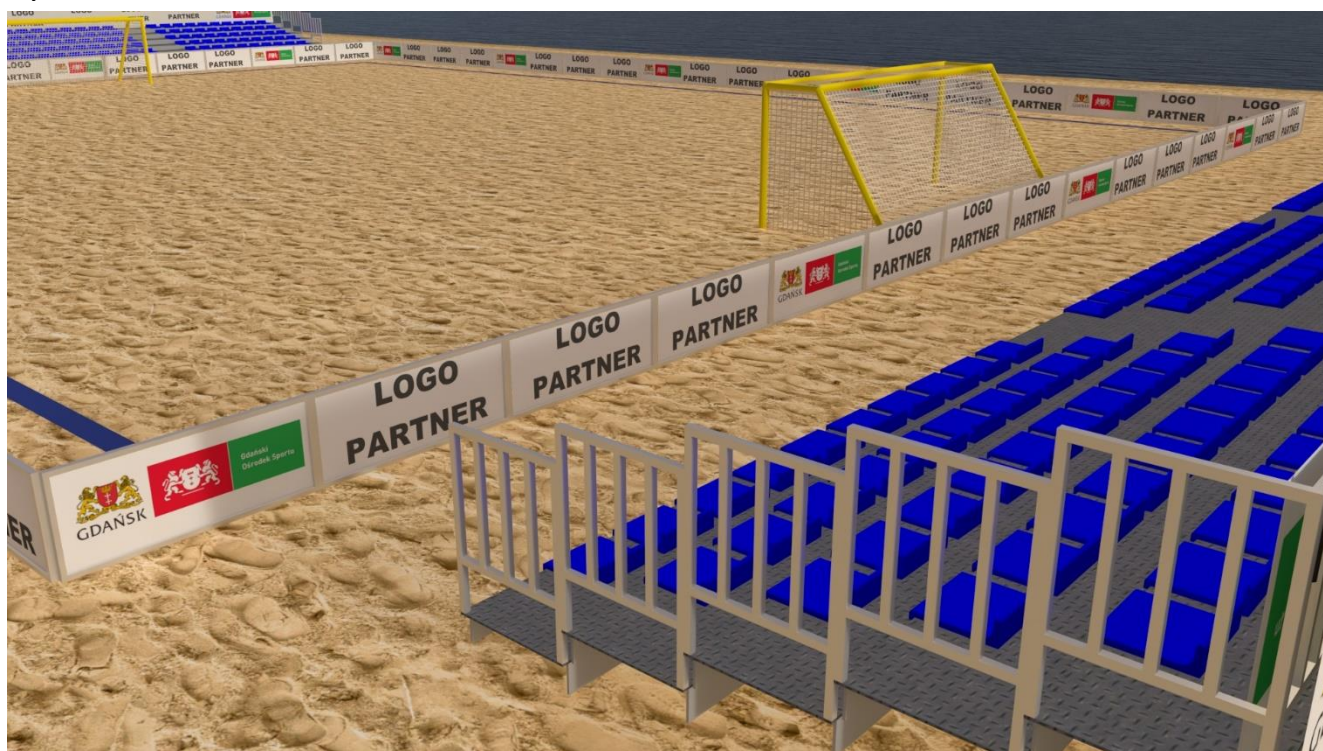
Rys. 9



Rys.10



Rys. 11



Rys. 12

