

Ministarstvo kulture Republike Hrvatske i Ministarstvo vanjskih i europskih poslova Republike Hrvatske

objavljaju

## Otvoreni natječaj za vizualni identitet – „Rendez-vous” Festival Francuske u Hrvatskoj

### 1. „Festivali”, „Sezone” i „Godine” u organizaciji Francuskog instituta

„Festival”, „Sezona” i „Godina” nazivi su manifestacija jedinstvenog karaktera tijekom kojih se bilateralna suradnja Francuske sa zemljama partnerima dodatno intenzivira. Navedene manifestacije razlikuju se trajanjem, dok im je karakter isti. Za vrijeme njihovog trajanja dužnosnici, profesionalci u kulturi, umjetnici i mediji osmišljavaju aktivnosti sa svrhom razmjene kulturnih i kulturoloških sadržaja, radi boljeg upoznavanja javnosti s kulturom zemlje partnera, izgradnje percepcije o njenim posebnostima i kvalitetama.

Nastojeći u budućnosti produbiti veze koje postoje između hrvatskog i francuskog naroda, te na temelju Strateškog partnerstva potpisanog u Zagrebu u srpnju 2010. između dvije zemlje, Ministarstvo vanjskih i europskih poslova Republike Hrvatske i Ministarstvo kulture Republike Hrvatske s jedne strane te Ministarstvo vanjskih poslova i međunarodnog razvoja Francuske Republike i Ministarstvo kulture i komunikacija Francuske Republike, s druge strane, odlučili su organizirati Festival francuske kulture u Hrvatskoj.

Festival francuske kulture omogućit će hrvatskoj javnosti bolje upoznavanje raznolikosti i bogatstva francuske kulture. Jednako tako ima za cilj uspostavljanje dugoročnih razmjena i dijaloga između dvije zemlje, u širokom spektru područja, posebice kreativne i kulturne industrije, umjetničkog obrazovanja, znanstvene i sveučilišne suradnje, gastronomije, francuskog „umijeća življenja” turizma, gospodarstva, sporta, kao i zaštite okoliša. Brojna partnerstva uspostavljena za vrijeme Festivala (kao i Sezone ili Godine) nastavljaju se i nakon završetka same manifestacije. Francuski institut, koji u sklopu francuskog Ministarstva vanjskih poslova djeluje sa svrhom međunarodnog razvoja kulturnih aktivnosti izvan Francuske, tijelo je koje je zaduženo za organizaciju i provedbu manifestacija u Francuskoj i izvan nje.

Festival francuske kulture organizira Francuski institut, izvršno tijelo Ministarstva vanjskih poslova i međunarodnog razvoja, u suradnji s veleposlanstvom Francuske Republike u Hrvatskoj, s francuske strane, te Ministarstvo kulture u suradnji s veleposlanstvom Republike Hrvatske u Francuskoj, s hrvatske strane.

Svaka strana imenovala je glavnu izbornicu. Obje izbornice zadužene su za suradnju s partnerima u Hrvatskoj i Francuskoj, za pripremanje programa festivala, te nadgledanje njegove provedbe. Mješoviti organizacijski odbor, sastavljen od predstavnika dviju zemalja, sastaje se redovito kako bi razmotrio i ocijenio pripremu Festivala.

## 2. Festival Francuske u Hrvatskoj

Nakon uspješno održanog festivala „Croatie, la voici“ koji je u Francuskoj, u jesen 2012. godine, na najbolji način predstavio kulturnu baštinu i suvremeno stvaralaštvo Hrvatske kao zemlje na razmeđu Mediterana i Srednje Europe, dvije zemlje odlučile su ponovo organizirati sličnu manifestaciju – Festival Francuske u Hrvatskoj „Rendez-vous“, koji će se održati od svibnja do rujna 2015. godine.

Hrvatska javnost poznaje francusku kulturu prvenstveno kroz njenu dimenziju kulturne baštine, dok profesionalci u pojedinim umjetničkim područjima posjeduju temeljito poznavanje suvremene francuske kulturne scene.

Festival Francuske u Hrvatskoj nastavlja, razvija i jača suradnju započetu 2012. godine. Najvećim je dijelom orijentiran na dijalog između kulturnih organizacija i stručnjaka na području kulture obje zemlje, oslanjajući se ponajprije na hrvatsku umjetničku i kulturnu scenu (festivali, nacionalna i neovisna kazališta, muzeje i galerije, umjetničke akademije, sveučilišta, itd.)

Osnovno tematsko određenje Festivala Francuske u Hrvatskoj „Rendez-vous“ pokriva široko područje kulturne razmjene, putem nekoliko iznimnih kulturnih događanja: od literarnog i filmskog stvaralaštva, umjetničkog obrazovanja, do rasprave o vizijama budućnosti audiovizualne industrije i digitalnog izdavaštva, znanstvene, akademske i obrazovne suradnje, turizma, gastronomije i umijeća življenja, klimatskih promjena.

Cilj Festivala je kroz decentralizirane aktivnosti predstaviti manifestaciju u cijeloj Hrvatskoj, uključujući i manje turistički razvijene regije Hrvatske. Zajednička sklonost prema gastronomiji i enologiji daje prirodnu tematsku odrednicu, a kultura boravljenja u prirodi otvara mogućnost organiziranja događanja i umjetničkih intervencija u javnom prostoru.

## 3. Zahtjevi za natjecatelje i način ocjenjivanja natječajnih prijava

Od natjecatelja se očekuje da:

- do roka za prijem dostave kompletnu natječajnu prijavu čiji glavni dio je prezentacija idejnog rješenja originalnog vizualnog identiteta (4.),
- budu spremni na dodatnu razradu rada (3.2.2.), ako njihov rad uđe u uži izbor za nagradu i realizaciju,
- budu spremni izraditi izvedbeno rješenje natječajnog rada, u skladu s najavljenim obimom posla (3.3.) i unutar za to predviđenog, zadanog budžeta (5.), ako njihov rad pobijedi na natječaju.

Svakom u roku zaprimljenom natječajnom radu, bit će dodijeljena šifra te će radovi biti anonimni pred hrvatskom selekcijskom komisijom. Selekcijska komisija odabrat će 3 rada koja će, zajedno s još 3 francuska rada, ući u zajednički uži izbor za dodjelu nagrade i realizaciju. Nakon odabira 6 radova, tročlane nacionalne komisije ujedinit će se u Ocjenjivački sud natječaja i zajedno pregledati sve radove iz užeg izbora.

Ocjenjivački sud natječaja zatražit će od autora dodatnu razradu idejnog projekta prije konačnog donošenja odluke o dodjeli nagrade i realizaciji. Ocjenjivački sud natječaja

sastavljen od francuskih i hrvatskih predstavnika zasjedat će u Francuskoj, a dodjela nagrade podrazumijeva i nastavak suradnje s autorima u realizaciji rada.

Natječajni radovi bit će u prvom, nacionalnom krugu natječaja ocjenjivani kao anonimne (šifrirane) prijave i to isključivo na temelju poslane prezentacije idejnog rješenja, dok će financijska ponuda za vrijeme odabira užeg izbora radova ostati zatvorena i bit će otvorena tek za vrijeme zajedničkog zasjedanja Ocjenjivačkog suda natječaja.

### 3.1. Predmet natječajnog rada

Primarni cilj natječaja je dizajn službenog logotipa manifestacije „Rendez-vous, Festival Francuske u Hrvatskoj”.

Točan naziv festivala je:

Rendez-vous,  
le festival de la France en Croatie

odnosno,

Rendez-vous  
Festival Francuske u Hrvatskoj

Nagrađeni autor / tim bit će odgovoran za:

- dizajn novog logotipa,
- definiranje osnovnih grafičkih standarda logotipa i dizajn pripadajućeg vizualnog identiteta,
- izradu izvedbenih rješenja za primjenu u tiskanom i digitalnim medijima.

#### 3.1.1. Kriteriji i smjerovi komunikacije

Logotip i pripadajući vizualni identitet trebaju odgovoriti na tehničke i strukovne kriterije postavljene od strane Francuskog instituta i Ministarstva kulture RH.

Logotip „Rendez-vous, Festival Francuske u Hrvatskoj” sustavno će se primjenjivati na svim sredstvima komunikacije Festivala, kao i u komunikaciji institucija i partnera koji zatraže i dobiju službenu oznaku Festivala. Zbog što bolje vidljivosti logotipa Festivala u različitim vizualnim okruženjima, bit će potrebno predvidjeti tipski način smještanja logotipa na partnerske vizuale. U skladu s tim, logotip treba biti shvaćen i projektiran kao oznaka.

Logotip „Rendez-vous, Festival Francuske u Hrvatskoj” treba biti što bliskiji grafičkom jeziku kojim Francuski institut predstavlja svoje „Sezone”, „Festivale” i „Godine” te sadržavati naziv festivala „Rendez-vous” i podnaslov „Festival Francuske u Hrvatskoj”.

Logotip „Rendez-vous, Festival Francuske u Hrvatskoj” bit će vidljiv i u kontekstu bilateralnih odnosa dvije zemlje i samim time, imat će ulogu u isticanju francusko–hrvatske interkulturalne suradnje, partnerstava i razmjene.

Logotip treba biti lako prepoznatljiv, jednostavan za reprodukciju i prenošenje u svim medijima, kako u osnovnom jednobojnom pojavljivanju (crno–bijeli), tako i u boji.

Osim toga, logotip treba što točnije odgovarati na smjer komunikacije zadan od strane Francuskog instituta i Ministarstva kulture RH.

#### Prioriteti u komunikaciji

Logotip „Rendez-vous, Festival Francuske u Hrvatskoj” treba prenositi suvremenu, vitalnu i dinamičnu sliku Francuske. Rad natjecatelja treba se voditi i inspirirati pojmovima visoke dinamike na polju umjetničkog stvaralaštva, inovativnosti na polju kulturne proizvodnje (audiovizualne, digitalne), edukacije (rasprave o idejama i obrazovanju na području umjetnosti i kulture) i umjetnosti življenja (podneblja, okoliša, gastronomije).

#### Sekundarni smjerovi

Sekundarni smjerovi komunikacije, odnosno pojmovi na koje se natjecatelji također mogu referirati u promišljanju svojih koncepata su: protkanost suradnje između dvije zemlje (od 2012. godine), vizija razvoja koju dijele hrvatsko i francusko društvo (izbjegavajući klišeje) i bitno razumijevanje grafičkog dizajna od strane hrvatske publike.

#### 3.1.2. Očekivanja od autora izabranog natječajnog rada

Autori odabranog rada trebat će naknadno isporučiti:

- logotip (crno bijeli i u boji) u digitalnom formatu (.AI, EPS, JPEG),
- identitetski niz institucionalnih logotipova Festivala, koji sadrži logotipove objiju strana (Francuskog veleposlanstva i Francuskog instituta kao predstavnika Francuske i Ministarstva kulture RH i Ministarstva vanjskih i europskih poslova kao predstavnika Hrvatske
- priručnik osnovnih grafičkih standarda logotipa u digitalnom obliku (PDF) s uputama za upotrebu logotipa na francuskom i hrvatskom jeziku.

#### 3.2. Dizajn vizualnog identiteta

Natjecatelj čiji rad je usvojen za realizaciju bit će odgovoran i za dizajn cjelovitog vizualnog identiteta „Rendez-vous, Festival Francuske u Hrvatskoj” koji se treba temeljiti na osnovnom, vizualno snažnom **ključnom vizualu**.

##### 3.2.1. Kriteriji i smjerovi komunikacije za vizualni identitet

Kriteriji i smjerovi komunikacije definirani su od strane Francuskog instituta i Ministarstva kulture RH.

Ključni vizual Festivala treba biti konceptualno i oblikovno usklađen sa službenim festivalskim logotipom i što bolje obuhvaćati zadane poruke i smjerove komunikacije. Vizual koji se obraća cjelokupnoj hrvatskoj javnosti, stručnjacima s područja umjetnosti i kulture u obje zemlje (kustosima, programskim direktorima, direktorima festivala itd.), državnim institucijama i glavnim muzejima, tvrtkama i medijima, treba se voditi i porukama:

- interkulturalnog dijaloga i bliskih veza između Francuske i Hrvatske započelih na Festivalu Hrvatske u Francuskoj „*Croatie, la voici*” 2012. godine,
- inovativnosti i aktivnosti u obje zemlje kojima je svrha zaštita okoliša i klime,
- doprinosa mladih generacija u obje zemlje stalno rastućem udjelu inovativnih

kulturnih i digitalnih praksi.

Službeni (ključni) vizual Festivala bit će korišten i adaptiran u cjelokupnoj festivalskoj komunikaciji i medijskoj kampanji koja će uoči i za vrijeme trajanja festivala biti provedena u Hrvatskoj.

### 3.2.2. Obim posla u fazi razrade (lista primjena nije konačna)

3 natjecatelja iz Hrvatske i 3 natjecatelja iz Francuske čiji rad će ući u uži izbor, odnosno u konkurenciju za nagradu i realizaciju, naknadno će trebati dostaviti svoje prijedloge rješenja za sljedeće primjene:

- ključni vizual Festivala (veličine 40x60 cm, u visokoj rezoluciji),
- karakteristične stranice internetskog sjedišta razvijenog za Festival (Drupal ili Wordpress),
- puni i jednostavan oblik logotipa (sa i bez podnaslova),
- logotip Festivala i horizontalni niz institucionalnih logotipova (u profesionalnim formatima),
- tipski prijelom festivalskog materijala za medije (press kit) i priopćenja za tisak (press release),
- roll-up stalak formata 200x80 cm,
- realizacija kratkog identitetskog filma (u trajanju 10 sekundi) s animiranim logotipom Festivala,
- tiskanice ( mapa, posjetnica, listovni papir).

### 3.3. Izrada izvedbenih rješenja

Pobjednik natječaja, čiji rad će biti usvojen za realizaciju, trebat će tokom 2015 godine razraditi sva izvedbena rješenja potrebna za komunikaciju Festivala. U tu svrhu, natjecatelj će prethodno pripremiti svoju poslovnu ponudu u koju će uključivati paket od 10 primjena (izvedbenih rješenja), a koja može sadržavati sljedeće (lista nije konačna):

- tipski prijelom plakata za formate dimenzija 40x60 i 120x176 cm,
- aplikacija oznake Festivala na plakate dimenzija 40x60 cm za vrijeme trajanja Festivala,
- prilagodba ključnog vizuala na format roll-up-a za vrijeme trajanja Festivala,
- dizajn aplikacija na promotivne predmete (bedževe, poklone, itd.).

Isključivo pravo na iskorištavanje pobjedničkog rada, bez ograničenja u pogledu sadržaja, vremena i prostora, bit će ugovorom u potpunosti preneseno na Francuski institut i Ministarstvo kulture RH, koji upravljaju manifestacijom „Rendez-vous, Festival Francuske u Hrvatskoj i koji će ga koristiti u svrhu produkcije komunikacijskih i medijskih (tiskanih i digitalnih) materijala Festivala te druge svrhe vezane uz Festival prema potrebi, i to na temelju osnovnih grafičkih standarda vizualnog identiteta izrađenih od strane autora pobjedničkog rada.“

#### 4. Rok i sadržaj prijave

Natječajne prijave trebaju stići najkasnije do 13.10. u 15 sati, u dva primjerka — obliku printane prezentacije i na USB mediju, na adresu:  
Ministarstvo kulture, Runjaninova 2, 10 000 Zagreb  
s napomenom: Vizualni identitet „Rendez-vous”, prijava natjecatelja

Natječajna prijava treba sadržavati:

- printanu prezentaciju natječajnog rada A3 formata,
- digitalnu prezentaciju natječajnog rada sadržajem identičnu printanom radu, u datoteci PDF formata ne većoj od 5 MB, snimljenu na USB medij,
- ispunjenu i potpisanu natječajnu [prijavnicu](#), zbog anonimnosti ocjenjivanja predanu uz rad u zasebnoj zatvorenoj i neoznačenoj omotnici,
- financijsku ponudu, predanu uz rad u zasebnoj zatvorenoj i neoznačenoj omotnici.

Prezentacija u oba oblika, fizičkom i digitalnom, treba sadržavati:

- od 1 do 3 karakteristična prikaza logotipa,
- od 1 do 3 karakteristična prikaza ključnog vizuala,
- prikaze 3 moguća načina prilagodbe vizualnog identiteta (na primjer na karakterističnoj stranici internetskog sjedišta Festivala, priopćenju za tisak i web banneru),
- tekstualno obrazloženje grafičke namjere,
- detaljni troškovnik iz kojeg je jasno vidljiv udio pojedinih stavki u trošku rada:
  - dizajn logotipa i njegovih osnovnih grafičkih standarda,
  - dizajn vizualnog identiteta i njegova razrada,
  - paket od 10 primjena,
  - prijenos prava.

Svi tekstovi koji prate vizualnu prezentaciju natječajnog rada trebaju biti dvojezični, na hrvatskom i engleskom jeziku.

#### 5. Budžet

Maksimalni iznos fonda za nagradu i rad na usvojenom natječajnom rješenju nakon završenog natječaja je 182.400 Kn bruto.  
Iznos obeštećenja za natjecatelje iz užeg izbora čiji rad nije odabran za realizaciju iznosi 4.560 Kn bruto.

#### 6. Način selekcije prijava

Radove natjecatelja u užem izboru proučit će istovremeno francuska i hrvatska strana najkasnije do 17.10.2014. Konačni izbor pobjedničkog rada bit će donesen zajednički, na temelju preporuka objiju strana. Zbog ovakvog načina rada, nije moguće organizirati autorske prezentacije natječajnih radova.

Molimo natjecatelje da posvete posebnu pažnju pisanim obrazloženjima na hrvatskom i engleskom jeziku, koja će ocjenjivačkom sudu olakšati izbor najboljeg rada.

Kriteriji za ocjenjivanje radova su:

- konceptualna i vizualna kvaliteta logotipa: relevantnost, originalnost i kreativnost,
- komunikacijska kvaliteta ključnog vizuala Festivala, njegova originalnost i razumijevanje tematike,
- tehnička kvaliteta logotipa i vizualnog identiteta: čitkost, jednostavnost reprodukcije i primjene, primjerenost i usklađenost prijedloga s kontekstom i željenom slikom,
- ukupni budžet,
- reference natjecatelja.

## 7. Rokovi i termini

Fiksni terminski plan natječaja:

- 15.09.2014. : javna objava natječaja
- 13.10.2014.do 15.h : rok za dostavu natječajnih radova
- 14.10. do 17.10.2014.: pregled radova od strane nacionalnih komisija
- 17.10.2014.: izbor 3 rada po zemlji koji će konkurirati za nagradu i realizaciju
- od 17.10. do 3.11.: korekcije i razrada idejnih rješenja iz užeg izbora u direktnom dogovoru autora s nacionalnom komisijom
- do 4.11. u 15h: predaja finalnih prezentacija za hrvatsko-francuski Ocjenjivački sud natječaja
- do 14.11.2014.: izbor pobjedničkog projekta od strane ujedinjenog Ocjenjivačkog suda natječaja

## 8. Slanje pitanja

Molimo natjecatelje da sva pitanja u vezi natječaja postavljaju isključivo putem mail adrese [rendezvous@min-kulture.hr](mailto:rendezvous@min-kulture.hr)

## 9. Seleksijska komisija i Ocjenjivački sud natječaja

Članice hrvatske seleksijske komisije natječaja su:

1. Alemka Lisinski
2. Nataša Petrinjak
3. Nevena Tudor Perković

Članovi francuske seleksijske komisije natječaja su:

1. Henri–Pierre Godey
2. Floriane Balac
3. Caroline Cesbron

Zajedno, dvije seleksijske komisije čine Ocjenjivački sud natječaja.