

## MLADINSKI CENTER VELENJE

### Razpis za posodobitev celostne grafične podobe (CGP)

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Naročnik                | Mladinski center Velenje  |
| Kontaktna oseba, e-mail | Janko Urbanc, janko.urbanc@mc-velenje.si  |
| Kontaktna oseba, e-mail | Špela Verdev, spela.verdev@kunigunda.si   |
| Naloga                  | <b>Predlog posodobitve celostne grafične podobe<br/>Mladinskega centra Velenje in izdelava priročnika<br/>uporabe CGP</b> |
| Datum oddaje rešitev    | <b>10. 3. 2023</b>  |

#### - O MLADINSKEM CENTRU VELENJE

Mladinski center deluje od leta 1996 kot središče, ki z logistiko, mentorji in prostorskimi možnostmi interesnim združenjem ali posameznikom nudi pomoč pri izvedbi njihovih projektov iz mladinskega področja. Za metode dela uporablja predvsem t. i. metode mladinskega dela, ki se dopolnjujejo z različnimi oblikami neformalnega izobraževanja. Mladinski center Velenje spodbuja dejavnosti, ki z minimalnimi denarnimi vložki rojevajo nove projekte, katerih ustvarjalci so mladi. Spodbuja angažiranje mladih brezposelnih k vključevanju v projekte ter spodbuja njihovo šolanje in razvijanje poslovnih priložnosti.

Center deluje na več ločenih lokacijah in sicer v glavnih pisarnah in družabnih prostorih na Efenkovi 61a, v objektu Rdeča dvorana Velenje na Šaleški cesti 3, v prostorih Gaudeamusa (Center srednjih šol) na Trgu mladosti 3. Mladinski center Velenje upravlja še z lokacijami Letni kino ob Škalskem jezeru in t. i. Hišo bendov ter objektom Pekarna v Starem Velenju in je središče mladinske vizualne umetnosti ter osrednji prostor za revitalizacijo starotrškega jedra.

Več o dejavnostih na [www.mc-velenje.si](http://www.mc-velenje.si).

#### - POSLANSTVO

S srčnim, strpnim in inovativnim delom ustvarjamo strokovno, kreativno in vzpodbudno podporno okolje za uresničevanje idej in pobud mladih ter za mlade. Z njihovim aktivnim vključevanjem ustvarjamo priložnosti, da razvijejo svoje potenciale. S tem bogatimo lokalno skupnost in soustvarjamo zdravo ter mladim prijazno družbo.

#### - VIZIJA

Ustvarjamo prijazno mesto mladih z uresničeni potenciali ter tako gradimo boljšo prihodnost za vse prebivalce Velenja.

## - VREDNOTE

Temeljne vrednote Mladinskega centra Velenje so znanje, zdravje, kreativnost, inovativnost, strpnost, raznolikost, solidarnost, prilagodljivost, zavzetost, srčnost, pokončnost, odgovornost.

### **Znanje**

Temelj našega delovanja je znanje, zato se nenehno izobražujemo in spremljamo trende na področju našega delovanja.

### **Zdravje**

Ustvarjamo zdravo okolje, v katerem je poskrbljeno tako za fizično kot psihično zdravje. Stremimo in spodbujamo zdrav način življenja.

### **Kreativnost in inovativnost**

Mladost krasita neskončna kreativnost in inovativnost. Sta gonilo razvoja osebnega razvoja in razvoja družbe.

### **Strpnost in raznolikost**

Strpnost pomeni spoštljivo in empatično kritično dopuščanje drugačnega. Enakopravno sprejemamo vsakogar ne glede na spol, jezik, narodnost, raso ali etično poreklo, nacionalno ali socialno poreklo, barvo kože, vero, politično ali drugo prepričanje, gmotno stanje, starost, zdravstveno stanje, invalidnost, izobrazbo, družbeni položaj, družinsko stanje, spolno usmerjenost ali drugo osebno okoliščino. Zavedamo se, da le raznolikost pomeni dolgoročno prijazno prihodnost za vse.

### **Solidarnost**

Vedno smo pripravljeni pomagati po naših najboljših močeh in zmožnostih, še posebej mladim in svojim sodelavcem.

### **Prilagodljivost**

Smo prilagodljivi, saj želimo svoje cilje doseči po najboljši poti.

### **Zavzetost**

Naše delo nas izpolnjuje tudi osebno zato se ga lotevamo z veliko mero motiviranosti.

### **Srčnost**

Izzivov se lotimo pogumno in iz srca kar nam omogoča, da svoje cilje tudi presežemo.

### **Pokončnost**

Naša pokončnost se izraža predvsem s strokovno odličnostjo in etičnostjo ravnanj.

### **Odgovornost**

Etično in pravno neoporečno vedenje je odgovornost vsakega posameznika.

Naša odgovornost se kaže tako v polnem in rednem izpolnjevanju delovnih obveznosti kot tudi v iniciativnosti in pripravljenosti prevzeti druge naloge, ko je to potrebno. Zaposleni prevzemamo odgovornost za svoje ravnanje do zaposlenih, mladih, poslovnih partnerjev, ustanovitelja, naravnega in družbenega okolja.

## - MLADINSKI CENTER VELENJE KOT OSEBNOST

- **Starost**
  - Mladinski center Velenje je polnoletna in odgovorna mlada oseba stara 21 let.
- **Spol**
  - Je lahko katerikoli. S spolom se ne obremenjujemo in nobenemu ne dajemo prednosti.
- **Poklic**
  - Mladinski center Velenje kot oseba še študira in vedoželjno raziskuje vsa področja življenja.
- **Hobiji**
  - Mlado srce in odprta glava ne postavlja omejitev pri hobijih, radovedno jih preizkuša. A vseeno jih je nekaj, ki jih ima najraje. To so fotografija, ustvarjanje glasbe, popotovanja. Uživa v druženju in se rada zabava.
- **Športne aktivnosti**
  - Uživa v urbanih športih. Rolka, kolesari, drsa, smuča, teče, hodi v fitnes.
- **Stil**
  - Je prepoznavno sproščeno urbano oblečena: kavbojke, udobni Wans čevlji, hoodie. A ob pravi priložnosti se skrbno uredi v stil, ki izraža kreativnost in status.
- **Vozilo**
  - Glavno prevozno sredstvo je kolo, predvsem v mestu kjer študira. Po Velenju se premika peš. Ima tudi rabljen avto, ki z dodatno opremo izraža osebnost in je varčen.
- **Karakter**
  - Oseba Mladinski center Velenje je komunikativna upornica s smislom za humor. A z osebami drugačnih stališč in nazorov komunicira spoštljivo ter strpno. Njena vedoželjnost odpira in širi obzorja. Bližina Mladinskega centra Velenje je zabavna in v njeni bližini se ljudje radi zadržujejo. Radovedno opazujejo njeno samosvojo in navihano kreativnost. Mirno lahko rečemo, da je oseba Mladinski center Velenje zrela za svoja leta.
- **Osebnost po metodi Brand Personality Framework**
  - Metoda opredeljuje pet osnovnih skupin lastnosti, ki so podrobneje opredeljene z dodatnimi lastnostmi za natančnejšo opredelitev lastnosti skupine.
  - Izbrali smo eno osnovno skupino lastnosti in ji zaradi doseganja dodatne razlikovalnosti ter unikatnosti naše blagovne znamke dodali še posamezne lastnosti iz drugih skupin.
  - Osnovna skupina nam definira način in poudarke v komunikaciji.

|                |                |               |            |              |
|----------------|----------------|---------------|------------|--------------|
| Vznemirljivost | Kompetentnost  | Iskrenost     | Robustnost | Prefinjenost |
| Drznost        | Inteligentnost | Poštenost     | Čvrstost   | Višji razred |
| Domiselnost    | Delavnost      | Zdravost      | V naravi   | Očarljivost  |
| Sodobnost      | Zanesljivost   | Veselost      | Zahodnost  | Glamuroznost |
| Živahnost      | Uspešnost      | Prizemljenost | Moškost    | Ženstvenost  |

- Najpomembnejša skupina lastnosti blagovne znamke Mladinski center Velenje je **vznemirljivost**. Zanje veljajo vse lastnosti iz te skupine po zaporedju v katerem so zapisane.
- Druga najpomembnejša skupina lastnosti je **kompetentnost**. Pomembna je predvsem za gradnjo osebnosti v katero se bo razvila kot odrasla oseba.

- Tretja pomembna lastnost po pomembnosti je **iskrenost**. To je lastnost, ki jo mladi pogrešajo in pričakujejo od odraslih in politikov saj neposredno povezana na njihovo kakovost življenja v prihodnosti. V tej skupini za našo blagovno znamko še najmanj velja prizemljenost, saj je na dosegu cel svet in prihodnost nima omejitev.
- **Robustnost** velja za Mladinski center Velenje v manjši meri. Še najbolj v povezavi s čvrstostjo, vzdržljivostjo in naravnostjo. **Prefinjenosti** ne zaznavamo kot lastnosti, ki bi bila pomembna za opredelitev osebnosti blagovne znamke Mladinski center Velenje.
- Blagovna znamka Mladinski center Velenje je v prvi vrsti vznemirljiva osebnost. Je drzna, inteligentna in poštena. Odlikujejo jo domiselnost in delavnost in zanesljivost. Je v stiku z novostmi, ki jih prinaša čas, saj jo novosti navdihujejo in ji predstavljajo svetlo prihodnost.

## - TON

Ton komuniciranja mora biti skladen z vrednotami. Ta namreč določa besedišče in način komunikacije ter izbor vsebine sporočila. Z njim bomo dosegli razlikovalnost in prepoznavnost blagovne znamke Mladinski center Velenje.

- **Sproščen** – Tudi, ko se pogovarjamo o pomembnih temah ohranjamo sproščenost in lahkotnost mladosti, ki jo krasi neskončna energija s katero spreminjamo svet.
- **Pogumen** – Ni nas strah povedati svojega mnenja, biti to kar smo in se postaviti za prave stvari.
- **Zabaven** – Zabava je pomemben del mladosti, zato je v naših sporočilih eden izmed pomembnejših elementov. Znamo se zabavati tudi ob dolgočasnih temah.
- **Inteligenten in inovativen** – ne poslužujemo se poceni trikov za pritegnitev pozornosti. Raje poiščemo nove načine in inovativne prijeme.
- **Kreativen** – Vsebine podajamo na kreativne načine, da s tem pritegnemo pozornost.
- **Vesel** – Naša sporočila so pozitivna in odražajo mladostno veselje do življenja.
- **Strokoven** – Pri komunikaciji strokovnih vsebin smo strokovni in navedbe podkrepimo z dejstvi. Prav tako pri komunikaciji nismo pavšalni in splošni.
- **Relevanten** – Vsebino oblikujemo za osebe, ki za svoje delovanje potrebujejo informacije. Z podanimi vsebinami iščemo interesne točke ciljnih skupin.
- **Odgovoren** – Komuniciramo odgovorno, kar se odraža tudi v našem jeziku in pravopisu. Sporočila so premišljena in jasna. Na kritike se odzovemo in se ne izogibamo prevzemanju odgovornosti. Odgovornost izhaja tudi iz naše poštenosti.
- **Spoštljiv in strpen** – Nikoli nismo podcenjujoči, temveč prejemnike sporočil obravnavamo tako, da se ob nas počutijo enakovredno, dobro in varno.
- **Sodoben** – Izbiramo sodobne teme in uporabljamo živ jezik. V komunikaciji smo dinamični in prilagodljivi ter kažemo svojo inovativnost, tudi z besediščem.
- **Dostopen** – Spodbujamo dvosmerno komunikacijo. Želimo, da se lahko na nas obrnejo vsi mladi ali so kako drugače povezani s poslovanjem Mladinskega centra Velenje.
- **Neposreden** – Povemo bistvo in ne izgubljam časa za zavijanje v celofan, a smo pri tem še vedno spoštljivi in strpni.
- **Srčen** – Komunikacije se lotevamo z veliko mero empatije in občutka za sočloveka.

## - CILJNE SKUPINE

- Mladi (Primarna)
  - o Osnovnošolci (6 do 14 let)
  - o Srednješolci (14 do 19 let)
  - o Študenti (19 do 27 let)
  - o Mladi odrasli (27 do 30 let)
  - o NEET – (Not in Education, Employment or Training) (16 do 30 let)
- Zaposleni in bodoči zaposleni
- Strokovna javnost
- Novinarji – mediji
- Poslovni partnerji
- Samozaposleni v kulturi
- Lokalne inštitucije (Mestna občina Velenje, Urad za družbene dejavnosti, javni zavodi, osnovne in srednje šole)
- Državne institucije (Urad za mladino, Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, Ministrstvo za kulturo, Ministrstvo za zdravje, Center za socialno delo, Mreža MAMA)
- Lokalna skupnost
- Lokalna mladinska društva in organizacije
- Ostali Mladinski centri po Sloveniji
- Mednarodna in domača strokovna združenja

## - ARHITEKTURA BLAGOVNE ZNAMKE

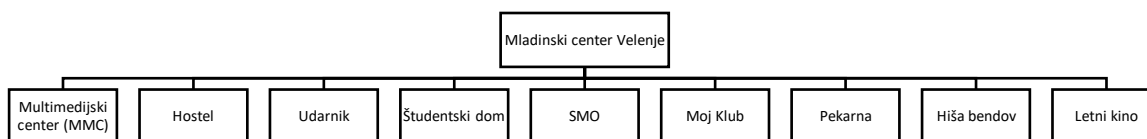
### o Hibridna arhitektura

Je kombinacija monolitnega modela ene glavne blagovne znamke in modela samostojnih blagovnih znamk. Smiselno jo je uporabiti, če imamo del blagovnih znamk, ki jih želimo podrediti glavni blagovni znamki, nekaj blagovnih znamk pa samostojnih s svojimi ciljnimi skupinami in želimo določen del znamčenja izpeljati neodvisno od glavne blagovne znamke.

Mladinski center Velenje pokriva s svojim delovanjem veliko različnih področij:

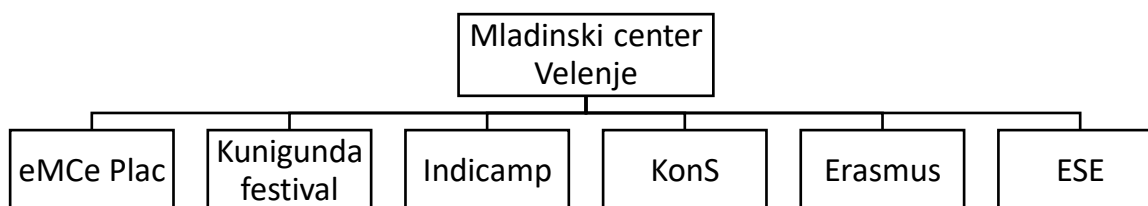
- o Produkcija (Kunigunda RMC, ki se zaradi jasnosti komunikacije in ločevanja z istoimenskim festivalom preimenuje v Multimedijški center oz. MMC)
- o Vzgoja, zdravje in izobraževanje (Središče mladih in otrok, Moj klub, Erasmus in mladinske izmenjave)
- o Prostovoljstvo (Udarnik, ESE, MC prostovoljci)
- o Prostori in namestitve (Hostel (nič več hotel, saj želimo jasno z imenom definirati ponudbo), Seminarski prostori, Študentski dom, Pekarna, Hiša Bendov, Letni kino)
- o Mladinski klub (eMCe plac – koncertna dvorana, galerija, kavarna...)
- o Dogodki (Festival Kunigunda, Indicamp, KonS, ...)

Med analizo smo odkrili, da velik del storitev pokrivajo enote in samostojni projekti, ki so del Mladinskega centra Velenje in želimo, da so prepoznavno umeščene v sistem glavne blagovne znamke kot podznamke.



Z monolitno strukturo želimo graditi močno blagovno znamko Mladinskega centra Velenje in ga pozicionirati kot strokovno platformo, ki skrbi za široko področje delovanja za mlade in širše.

Po drugi strani pa Mladinski center Velenje skrbi tudi za projekte, ki so samostojni tako vsebini kot po celostni podobi ali pa je partner pri izvedbi. Za komunikacijo teh blagovnih znamk pa z namenom komunikacije Mladinskega centra Velenje in gradnje prepoznavne blagovne znamke uporabljamo sistem arhitekture indosiranih blagovnih znamk. Tako se Mladinski center Velenje vedno postavi ob komunicirano blagovno znamko s samostojno celostno grafično podobo kot platforma, ki omogoča njeno delovanje.



## - PREDVIDENI NIVOJI KOMUNIKACIJE

### - Korporativna raven

- Na tej ravni gradimo ugled in prepoznavnost blagovne znamke.
- Komuniciramo vrednote in sporočamo dosežke ter inovacije/novosti.
- Namenjena je komunikaciji z vsemi ciljnimi skupinami.
- Komuniciramo segmentirano glede na zanimivost vsebine za posamezne ciljne skupine in na namen komunikacije.
- Uporablja se priložnostno kot tudi za promocijo dosežkov, napredka, posodobitev in drugih pozitivnih novic.
- Uporablja se lahko ciljno ali splošno glede na določene cilje komunikacije.
- Uporablja se za komunikacijo z vsemi ciljnimi skupinami, omogoča vse vrste B2C in B2B, 1 : 1 ali 1 : veliko komunikacij.

### - Interna raven

- Bistveno pri interni komunikaciji je, da sledi vrednotam Mladinskega centra Velenje in krepi pripadnost zaposlenih.
- Podpira komunikacijo kadrovske službe in ji omogoča jasno komuniciranje ter določi priložnosti.
- Določijo se oblikovna podoba interne komunikacije (obvestila, pohvale, obletnice, dosežki interno in eksterno ...).
- Določijo se priložnosti in protokoli za komunikacijo z interno javnostjo.
- Je namenjena komunikaciji z in med zaposlenimi.

- **Raven enot in projektov**

- Je ciljna z namenom promocije točno določene storitve ali projekta.
- Uporablja se po potrebi, kadar se želi povečati sodelovanja ciljnih skupin ali ozaveščati ali povečati prodajo kakšne storitve.
- Omogoča dve vrsti komunikacije. Gre za komunikacijo B2C («business to customer») in enega z veliko predstavnikih ciljne skupine.
- Lahko gre tudi za B2B komunikacijo, kjer komuniciramo z potencialnimi kupci neposredno. V tem primeru gre za komunikacijo »ena na ena«.

- **TREKUTNO STANJE CELOSTNE GRAFIČNE PODOBE**

Obstoječa celostna podoba je zastarela in ne izraža sodobnosti ter sprememb Mladinskega centra Velenje, ki so se zgodile od njenega nastanka. Zato je nujna posodobitev, ki bo podobo uskladila z vsebino in odražala vrednote.

Obstoječa celostna podoba ni prilagojena komunikacijskim ciljem Mladinskega centra Velenje in arhitekturi blagovne znamke. Podoba je ni dovolj definirana, tako da je njena uporaba preveč prepuščena interpretaciji posameznika. Posledično se izgublja sinergijski učinki komunikacije prepoznavnost Mladinskega centra Velenje. Celostna podoba in njena uporaba je eden izmed razlogov, da Mladinski center Velenje ni prepoznan kot platforma mnogih storitev za mlade.

Iz grafičnega vidika ima celostna podoba težave z berljivostjo pri pomanjšavah. Izbrani primarni font Segoe print deluje zastarelo in ne odraža vrednot Mladinskega centra Velenje. Izbor barv ne odraža mladosti in njene energičnosti.

Celostna podoba mora poleg vrednosti odražati tudi osebnost Mladinskega centra Velenje, njeno poslanstvo in vizijo.

Celostno podobo je treba posodobiti in prenoviti tako, da bo odražala osebnost, vrednote in sedanje stanje Mladinskega centra Velenje. Nova celostna podoba mora upoštevati novo arhitekturo blagovne znamke in ponuditi jasne rešitve blagovnih podznamk ter vzpostaviti razmerja z indosiranimi ter partnerskimi blagovnimi znamkami.

Iz celostne podobe mora biti hitro zaznavna širina področij delovanja Mladinskega centra Velenje. Celostna podoba in njena uporaba mora biti definirana v priročniku celostne grafične podobe, ki mora opredeliti tudi komunikacijsko podobo blagovne znamke. Pri tem mora biti celostna podoba prilagojena potrebam digitalne komunikacije omogočiti mora tudi animirane izvedbe. Delovati mora mladostno in sodobno. Izražati mora kreativnost in inovativnost, zato mora njena uporaba dopuščati zadosti odprto uporabo.

- **SLOGAN**

Predlog prenovljene celostne grafične podobe lahko vsebuje tudi predlog slogana, ki mora odražati poslanstvo, vizijo in vrednote Mladinskega centra Velenje.

## - PREZENTACIJA

Prezentacija mora vsebovati:

- predlog novega logotipa,
- aplikacija logotipa na digitalni medij z možnostjo animacije (lahko opisno),
- barvni sistem,
- izbor črkovne vrste (primarna, sekundarna),
- prikaz uporabe logotipa v kombinaciji s podznamkami in indosiranimi znamkami.
- jasno razviden, preprost in prepoznaven sistem uporabe celostne grafične podobe za podznamke,
- osnovne aplikacije celostne grafične podobe na osnovne tiskovine (dopis, vizitka, ...)
- zasnovo komunikacijske podobe (fotopristop, osnovna postavitev plakat, zloženska, postavitev in razmerja med naslovi, podnaslovi, besedili, tekstovnimi poudarki, ikonami, ...)

## - IZDELAVA PRIROČNIKA

Po potrditvi izbranega predloga nove CGP bo izbrani oblikovalec v roku dveh mesecev od potrditve izbora pripravil izdelal priročnik uporabe celostne grafične podobe. Priročnik mora definirati vsa področja uporabe:

- Uporabo znaka in logotipa ter slogana
- Izbor tipografij, tudi za digitalno uporabo
- Izbor in uporaba barv
- Izgled poslovnih elementov v tiskani in digitalni obliki (izvidi, žigi, kuverte, računi, pogodbe, poslovna mapa, vizitke, digitalni podpisi, ...)
- Označevanje v prostorih Mladinskega centra Velenje in njegovih enotah
- Interna komunikacija (rojstnodnevna čestitka, čestitka ob dosežku, interno digitalno obvestilo, ...)
- Komunikacijski elementi (fotopristop, sistem ikon, brošure, predstavitve (ppt), letaki, plakati, oglasi, zaposlitveni oglasi, zastava, ...)

## - RAZPIS ZA MLADE

Na razpis lahko prijavijo svoje predloge mladi do 30 leta starosti (rojeni v letu 1993), stanujoči v Republiki Sloveniji. Žirija bo med prejetimi predlogi izbrala tri najboljše in jih nagradila z bonom za trgovino po lastni izbiri v vrednosti:

1. mesto 300 €,
2. mesto 200 €,
3. mesto 100 €.

Žirija si pridružuje pravico, da nagrade ne podeli v primeru nedoseganja postavljenih kriterijev. Izvajalec razpisa Mladinski center Velenje ni obvezan uporabiti zmagovalne rešitve za svojo novo celostno grafično podobo. Nagrade bodo podeljene neodvisno od izbire avtorja nove celostne grafične podobe Mladinskega centra Velenje. **Namen razpisa je spodbuditi kreativno ustvarjanje mladih.**

## - VABLJENI OBLIKOVALCI

Zaradi zagotavljanja kakovosti prejetih rešitev, se je naročnik projekta Mladinski center Velenje odločil povabiti tudi šest starejših izkušenih oblikovalcev. Tudi njihove oblikovne predloge bo žirija ocenjevala po istih kriterijih. Za trud in v kompenzacijo v primeru ne izbora ponujamo 150 €. Vabljeni oblikovalci s svojimi predlogi ne sodelujejo na razpisu za mlade.



## - ŽIRIJA

Sestavljajo jo:

- Janko Urbanc, Mladinski center Velenje
- Špela Verdev, Mladinski center Velenje
- Dejan Požegar, Mladinski center Velenje
- Bojan Pavšek, OPA!Celica
- Vasja Grabner, fineworks DESIGN, AV Studio
- Žiga Jenko, Kreativna destilarna

## - OCENJEVANJE IN KRITERIJI

Žirija jih bo ocenjevala sledeče:

- kreativno rešitev logotipa,
- sistem celostne grafične podobe Mladinskega centra Velenje,
- komunikacijsko podobo.

Upoštevala bo naslednje kriterije:

- kreativnost, sodobnost in inovativnost pristopa,
- jasnost, preglednost in berljivost tudi pri pomanjšavah,
- razumljivost elementov,
- pripovednost, ki jo nosi predlog,
- ustreznost glede na podano arhitekturo blagovne znamke,
- tehnično univerzalnost, uporabnost, vsestranskost in uporabnost za ključne medije in produkcijske tehnologije, fizične in digitalne,
- odprtost sistema za možnosti dodajanja in nadgradnje celostne podobe z novimi enotami ali projekti v prihodnosti,
- preprostost sistema, da ga lahko vsak hitro osvoji in pravilno ter učinkovito uporablja.

## - ROKI IN POSTOPEK ODDAJE PREDLOGOV

- Predlogi morajo biti oddani po elektronski pošti v obliki pdf prezentacije na elektronski naslov [info@mc-velenje.si](mailto:info@mc-velenje.si) ali v fizični obliki v ovojnici priporočeno po pošti z napisom »Predlog celostne podobe Mladinski center Velenje« priporočeno po pošti na naslov Mladinski center Velenje, Šaleška cesta 3, 3320.
- Upoštevali bomo vse predloge ki bodo prispeli po elektronski pošti ali bodo oddani na pošti (vidno po poštni nalepki) do **10. 3. 2023** do konca dneva. Vsi kasneje prispeli predlogi po elektronski ali oddani po navadni pošti ne bodo upoštevani.
- Komisija bo v roku 7 dni po prejemu predlogov izbrala finaliste, ki bodo svoje predloge predstavili v živo. Predstavitve predlogov bodo potekale **17. 3. 2023**.
- Žirija bo v roku enega tedna do **24. 3. 2023** obvestila finaliste o rezultatu predstavitev v živo.
- Po potrditvi izbranega predloga celostne pobe Mladinskega centra Velenje bo naročnik odkupil avtorske pravice in z avtorjem podpisali pogodbo o pripravi priročnika celostne grafične podobe.
- Oddaja priročnika 60 dni po podpisu pogodbe.

## - DODATNE INFORMACIJE

Za vsa dodatna vprašanja in informacije smo na voljo preko elektronske pošte [janko.urbanc@mc-velenje.si](mailto:janko.urbanc@mc-velenje.si).