

Aanbesteding: Stand Provada
Aanbestedende Dienst: Gemeente Utrecht
Referentie: -

Toelichting:

Het antwoord op vraag 2 van de nota van inlichtingen, gepubliceerd op 08 maart 2024, wordt in de beantwoording van vraag 24 herzien.

Daarnaast wilt opdrachtgever u informeren dat het antwoord van vraag 12 op dit moment nog niet gepubliceerd kan worden. Vraag 12 zal zo spoedig mogelijk worden beantwoord.

Ref.nr. 24
Onderwerp: Herziening beantwoording vraag 2

Vraag:

Kunt u mij het brandbook van de MUR en alle overige deelnemende organisaties welke zichtbaarheid dienen te hebben op de stand toedoen? Het brandbook bevat idealiter kleurcodes en logo's in vector file.

Antwoord:

Herziend antwoord op vraag 2:

De huisstijl en wensen bestaan uit twee onderdelen, namelijk de Metropoolregio Utrecht (MRU) en Heart of Health (HoH). Opdrachtgever heeft per abuis aangegeven dat Heart of Health het thema is dat jaarlijks verandert. Dit is onjuist. MRU is de afzender, dat moet duidelijk blijken uit het ontwerp van de stand (ook voor bezoekers die de stand benaderen of langslopen). Heart of Health is de bóódschap, niet een jaarlijks wisselend thema. We zien MRU en HoH in het ontwerp graag terug in een verhouding 80/20. Er hoeven geen andere partijen expliciet zichtbaar te zijn.

Voor MRU is de logoset en een overzicht van kleurcodes bijgevoegd.

Heart of Health valt uiteen in 1) gezonde mensen, 2) gezonde omgeving en 3) gezonde samenleving. (Dit komt voort uit een eerdere 'slogan': Gezond leven in een stedelijke omgeving'). Zie voor meer informatie over HoH <https://heartofhealth.com/nl/> en de storyline van Heart of Health, welke is toegevoegd aan de bijlagen. De stijlgids voor 'Heart of Health' vindt u op: <https://www.utrechttoolkit.nl/> (Kies hier voor Heart of Health.)

Opdrachtgever wil een stand die de interesse van voorbijgangers wekt ('wow-factor'), op een manier die passend is bij een overheids-/netwerkorganisatie. Hierbij is het van belang dat dit niet 'scheeuwend' is. We willen graag een wat open stand (voor zover mogelijk i.v.m. akoestiek), of in ieder geval niet met massieve blokken, passend bij door inschrijver voorgestelde concept /uitstraling van de stand.

We zijn ons ervan bewust dat de kleuren van MRU en Heart of Health niet erg compatibel (en mogelijk fel) zijn. In het ontwerp zien we graag terug hoe inschrijver hiermee omgaat.

Als aanvulling op wat er in de offerte-aanvraag over beursdoelstelling staat wordt de volgende communicatiedoelstelling aangehouden:

Bezoekers aan de Provada waaronder investeerders, ontwikkelaars, corporaties, en makelaars te interesseren voor en informeren over de gezonde, aantrekkelijke en toekomstbestendige ontwikkeling van de deelnemende gemeenten en regio's. Doel is hen te 'verleiden' in de regio te investeren, (stedelijke) projecten te ontwikkelen, zich te vestigen of de regio te bezoeken.

Percelen:	P1 Stand Provada
Beantwoord op:	13 mrt. 2024
Label:	Inhoud