



JIHOMORAVSKÝ KRAJ
Krajský úřad Jihomoravského kraje
Odbor kancelář hejtmána
Žerotínovo nám. 3, 601 82 Brno

Č. j.:	JMK 84035/2018	Profil zadavatele
Sp. zn.:	S-JMK 69038/2018 OKH	
Vyřizuje:	Mgr. Vojtěch Zikmund	
Telefon:	541 658 893	
Počet listů:	2	
Počet příloh/listů:	0/0	
Datum:	12.06.2018	

Vysvětlení zadávací dokumentace č. 1 k veřejné zakázce „Vytvoření nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava a jejich vizuálních stylů“

Informace o zadavateli:

Zadavatel:	Jihomoravský kraj
Sídlo:	Žerotínovo náměstí 3, 601 82 Brno
IČ:	70888337
Zastoupený:	Mgr. Petrou Kovářovou, vedoucí odboru kancelář hejtmána Krajského úřadu Jihomoravského kraje

Informace o veřejné zakázce:

Název veřejné zakázky:	„Vytvoření nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava a jejich vizuálních stylů“
Druh veřejné zakázky:	Veřejná zakázka malého rozsahu na služby
Forma zadávacího řízení:	Veřejná zakázka zadávaná mimo režim zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“)

K veřejné zakázce „Vytvoření nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava a jejich vizuálních stylů“ poskytujeme na základě žádosti dodavatele následující vysvětlení zadávací dokumentace:

Dotaz č. 1

Text:

„V čem vidíte nedostatky stávajících značek Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava, jaký je důvod pro vytvoření nových značek a vizuálních stylů? Stačí krátce popsat, pokud můžeme poprosit, co vám nyní nevyhovuje, abychom věděli, čemu se případně rovnou vyhnout při tvorbě nového vizuálu.“

Odpověď č. 1

Jde nám především o celkovou modernizaci a podporu inovované identity Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava. Záměrem je, aby byl Jihomoravský kraj vnímán jako moderní instituce a destinační značka Jižní Morava představovala moderní destinaci, která má zároveň také hluboké historické a kulturní kořeny. Očekáváme funkční, moderní design a profesionální spolupráci.

Dotaz č. 2

Text:

„V bodu 12.1. Zadávací dokumentace se píše „navrhněte slovní podobu obou značek a uveďte vysvětlení proč dané řešení navrhuje“. Prosíme o vysvětlení pojmu „slovní podoba značek“. Je tím míněn claim, který bude logo doprovázet nebo je tím míněn textový obsah loga? (podobně jako logo plzeňského pivovaru má slovní podobu „Plzeň“).“

Odpověď č. 2

Jedná se o slovní podobu, tedy, jak uvádíte ve Vašem dotazu například „Plzeň“ u loga plzeňského pivovaru. Ve svých návrzích můžete pracovat i s claimem, je to věcí individuálního přístupu k Vašemu řešení zakázky a strategie.

Dotaz č. 3

Text:

„Je potřeba skutečně rozpracovat nová loga do všech materiálů, které jste vypsalí v bodě 12.3 jako jsou hlavičkové papíry apod? Nebo stačí logo zapracovat jen do některých, nejdůležitějších materiálů a ty ostatní materiály už dopracuje vybraný dodavatel? (pokud ano, tak které jsou ty důležité)?“

Odpověď č. 3

Ano, je nutné zpracovat návrhy pro všechny formáty uvedené v rozsahu návrhu do zadávacího řízení pro značku Jihomoravského kraje a pro destinační značku Jižní Morava uvedené v bodě 12.3. zadávací dokumentace.

S pozdravem

otisk razítka

Mgr. Petra Kovářová, v.r.
vedoucí odboru kancelář hejtmana
Krajského úřadu Jihomoravského kraje