



Ve Žďáře nad Sázavou 23.1.2024

Vážený , ve věci petice „Jsme nespokojeni s návrhem nového loga Žďáru nad S. a se způsobem jeho výběru“ Vám zasílám odpovědi na otázky v petici uvedené:

1. Kdo rozhodl o potřebě změny loga a s jakým odůvodněním formuloval zadání pro změnu vizuální identity?

O potřebě změny celého systému vizuální identity města (nikoliv pouze loga) rozhodla rada města, a to ze dvou důvodů:

- a) Vznik nového navigačního systému ve městě – viz odpověď v bodě č. 2.
- b) Vizuální identita města jako společný základ pro městské příspěvkové organizace. Staré logo ani velmi odlišné vizuální styly jednotlivých organizací, které postrádaly jednotící prvky, toto neumožňovaly. Nový vizuální styl tento nedostatek napravuje a ukazuje obyvatelům i turistům, že jednotlivé značky patří do jedné „rodiny“.

Důvod k „redesignu“ vizuálního stylu města byl především ten, že tu prakticky žádný vizuální styl neexistoval. Město nemělo k dispozici ucelený systém, který by nastavoval jednotná pravidla vizuální komunikace jak města, tak jeho příspěvkových organizací. Existovalo pouze logo, které ale fungovalo spíše jako turistická známka a vytvářelo rovnici: Žďár nad Sázavou rovná se kostel svatého Jana Nepomuckého. Jako by nic dalšího ve městě už nemělo význam. Jedním z důvodů a zároveň podmínek bylo se z tohoto omezení vymanit, a i když Santiniho památka hraje v novém logu silnou roli, tak ta role není prvoplánová. Snaží se nastavit funkční principy tak, aby se dala značka jednoduše zapamatovat, nakreslit a aplikovat, i třeba jen v textu – Žďár nad Sázavou*. Cílem je, aby ji každý mohl jednoduše používat a stát se tak součástí identity města, protože město netvoří jen památky, ale především lidé.

2. Jak byla tato potřeba diskutována se zastupiteli a občany města?

Zastupitelé města byli informováni o vzniku nové vizuální identity města na semináři zastupitelů 2. září 2021, a to v souvislosti s informací o přípravě přestavby Staré radnice. Zastupitelé byli informováni o tom, že v souvislosti s dokončením prací na Staré radnici, jako zásadního turistického a společenského prvku přistoupíme k vzniku nového navigačního systému ve městě, který bude vycházet z nového vizuálního konceptu města. O tomtéž informoval starosta města Martin Mrkos novináře na tiskové konferenci 19. ledna 2022, téhož roku vyšel v únorovém čísle Žďárského zpravodaje na toto téma článek. Občané města byli o nové vizuální identitě města informováni až po schválení finálního návrhu radou města 25. září 2023.

Nový koncept vizuální identity města vznikl postupným procesem od roku 2021. Město v čele s jeho vedením a radou města se dlouhodobě snaží Žďaráky otevřeně informovat o nejruznějších projektech, leckdy do projektů zapracováváme případné připomínky veřejnosti. V tomto případě je nutné uznat, že se nám bohužel otevřená komunikace nepovedla, a přestože podle nás otázka vizuálního stylu patří do rukou odborníků, veřejnost měla být

průběžně informována o přípravě a průběhu celého procesu. Za tuto chybu se omlouváme a případné chybějící informace nabízíme v odpovědích v tomto textu.

3. Jak proběhlo zadání veřejné zakázky a proč město nevypsalo na nové logo soutěž o návrh, který běžně využívá, např. u architektonických studií apod.?

Autor nové vizuální identity města, pan Lukáš Joch, byl osloven na základě doporučení marketingového oddělení odboru ŠKSM. Jedná se o specialistu v grafickém designu se zaměřením na vizuální identity komerčních subjektů, má za sebou řadu úspěšných realizací přímo ve městě (např. Pekařství Řečice a P Café, Restaurace u pošty, Seidler), tak u zákazníků národního i mezinárodního významu (např. SAB servis, Investhy, DRFG, Kolibrik.net). Jakožto rodák ze Žďáru nad Sázavou je dobře znalý realit a historie tohoto města, to je důležitý faktor pro vytvoření vizuální identity. Spoluautorem loga je Jan Janeček z jihlavského studia Dizen design, který má zkušenosti s grafikou pro veřejné subjekty, města, organizace apod. (např. ZOO Jihlava, Magistrát města Jihlavy).

Veřejná zakázka byla podána na základě výjimky z tehdy platné Směrnice č. 2/2021 o zadávání veřejných zakázek, článek 5, bod 2 b). *V případě, kdy to povaha předmětu veřejné zakázky nebo situace na relevantním trhu vyžaduje, může Zadavatel rozhodnout o uzavření smlouvy/písemné objednávce s vybraným dodavatelem napřímo, a to zejména u: veřejné zakázky, u které poskytuje předmět plnění z technických nebo uměleckých důvodů, z důvodu ochrany výhradních práv, práva duševního vlastnictví k poptávanému plnění nebo z důvodu vyplývajícího ze zvláštního právního předpisu pouze jediný dodavatel.*

Současnou obecnou praxí při vzniku nové vizuální identity jednotlivých měst je vyhlášení soutěže ve spolupráci s organizací Czechdesign, která poskytne know how a personál pro výběr a hodnocení nabídek a návrhů. Cena této soutěže se obvykle pohybuje v řádu statisíců. S vědomím toho, že Lukáš Joch je kvalitním odborníkem s praxí v oblasti vizuální identity, navíc s vazbou na Žďár nad Sázavou, byl osloven v souladu s výše uvedenou směrnicí „napřímo“ právě tento grafik. Město tak ušetřilo náklady, které by musely být vynaloženy na veřejnou soutěž.

Z důvodu limitovaných prostředků zvažovala rada města, zda využije finance na architektonickou soutěž na prostor okolo Domu kultury, nebo soutěž o vizuální identitu města. Rada se rozhodla využít prostředky na architektonickou soutěž Prostor kultury, která byla navíc podpořena dotací ve výši 285 tisíc korun.

Města s novou vizuální identitou s výběrem ve spolupráci s Czechdesign (cena zakázky + cena soutěže):

· Humpolec	359.000 Kč
· Liberec	615.000 Kč
· Ústí n. Labem	1.350.000 Kč
· Břeclav	352.000 Kč

4. Proč město nedalo možnost se zúčastnit i místním firmám vypsáním veřejné soutěže?

Autor návrhu vizuální identity města - pan Lukáš Joch, je také žďárský rodák, člověk znalý místních realit a navíc renomovaný grafik s řadou úspěšných realizací.

K veřejné soutěži viz odpověď na otázku v bodě č. 3.

5. Na základě čeho byla stanovena výše odměny pro dodavatele?

Na základě rešerše trhu, z níž vyplynula cena obvyklá okolo 300.000 Kč a následně na základě projednané cenové nabídky podané panem Lukášem Jochem.

S pozdravem

Mgr. Petr Sedlák
vedoucí odboru

