



PRÍLOHA Č.2: ZADANIE

O vyhlasovateľovi

Záchraná služba Košice je štátne zdravotnícke zariadenie poskytujúce komplexný rozsah záchranných činností v oblasti neodkladnej prednemocničnej starostlivosti. V súčasnosti je samostatnou štátnou rozpočtovou organizáciou s právnou subjektivitou.

Predmetom činnosti Záchranej služby Košice je zabezpečenie špecializovaných činností pre zvládnutie stavov ohrozujúcich život na mieste ich vzniku a transport pacientov do zdravotníckeho zariadenia až do prijatia na klinické pracovisko. Záchraná služba Košice poskytuje nepretržite neodkladnú a urgentnú prednemocničnú starostlivosť na území mesta Košice, celého Košického kraja, Prešovského a Žilinského kraja na základe tiesňového volania Operačné stredisko Záchranej zdravotnej služby Slovenskej republiky na telefónne čísla "155" a "112".

Naši lekári, zdravotnícki záchranári a vodiči ambulancií ZZS na požiadanie poskytujú poradenstvo pri príprave a zdravotnícke zabezpečenie politických, kultúrnych, športových, rekreačných a iných podujatí domácich aj medzinárodných, kde je predpoklad vzniku mimoriadnej situácie alebo hrozí porucha zdravia u viacerých osôb.

Záchraná služba Košice poskytuje aj kurzy prvej pomoci v rozsahu laickej, zdravotníckej a lekárskej prvej pomoci.

Záchraná služba Košice realizuje na území mesta Košice, celého Košického kraja, Prešovského a Žilinského kraja priemerne ročne okolo 130.000 zásahov.

Záchraná služba si v roku 2021 pripomína 30. výročie jej založenia ako štátnej príspevkovej organizácie.

Východiskový stav a zámer

Doterajšia vizuálna identita spoločnosti je zastaraná a nie je vypracovaná do dostatočnej hĺbky, nevyhovuje požiadavkám súčasnej komunikácie vyznačujúcej sa značnou diferencovanosťou jednotlivých kanálov. Preto je potrebné nadefinovať vizuálnu identitu a navrhnúť spôsoby jej používania v online aj offline marketingových formátoch, ako aj na všetkých vizuálnych nosičoch



značky (OOPP, služobné motorové vozidlá RZP a RLP, označenie budov a staníc RZP a RLP), pričom, vzhľadom na uvedené, treba pamätať aj na istú emblematickosť logotypu.

Cieľom súťaže je vytvoriť novú vizuálnu identitu Záchrannej služby Košice, ktorá nastaví základné komunikačné rámce marketingovej komunikácie a prezentácie činnosti ZS KE a zároveň budem predpokladom rozpoznateľnosti inštitúcie v odbornej, ale aj širokej verejnosti. Vytvorená vizuálna identita má mať jasné a zrozumiteľné definičné rámce, ktoré dostatočne ozrejmi filozofiu logotypu a celej navrhutej vizuálnej komunikácie.

Na dosiahnutie týchto cieľov bude ZS KE v marketingovej komunikácii aktívne pracovať s claimom „Zachraňujeme životy“, ktorý bude pre potreby modernej a trendovej komunikácie formálne stvárnený v ustálenej forme „#zachranujemezivoty“. Táto skutočnosť sa dáva do pozornosti uchádzačom ako jedno z ideových východísk, ktorého zapracovanie v rámci niektorých vizuálnych nosičov je vyslovene žiaduce. Slogan je výstižnou charakteristikou poslania organizácie, vyzdvihujúcou a posilňujúcou spoločenskú rolu ZS KE, ako aj samotnej práce zdravotníckych záchranárov vo všeobecnosti.

Nová vizuálna identita ZS KE má byť moderná a flexibilná tak, aby bola komunikovateľná cez rôzne kanály s prihliadnutím na súčasné komunikačné štandardy i možné budúce potreby organizácie.

Vizuálna identita má pokrývať tieto hlavné oblasti:

- Marketingovú komunikáciu Záchrannej služby Košice (offline, online, merchandise) a korporátnu identitu
- Komunikáciu značky cez nosiče dennej prevádzky ZS KE (ochranné odevy zamestnancov – záchranárov, sanitné motorové vozidlá a komerčné motorové vozidlá organizácie)
- Komunikáciu značky cez označenia staníc RZP a RLP
- Zapamätateľnosť a rozpoznateľnosť značky v celospoločenskom kontexte

Hodnoty a idea

Vizuálna identita Záchrannej služby Košice by mala zohľadňovať najmä spoločenskú rolu organizácie, ktorá súvisí s poskytovaním neodkladnej zdravotnej starostlivosti a záchranou života. V zmysle platnej legislatívy sú záchranári i vozidlá ZS označované tzv. modrou hviezdou života, ktorá symbolizuje zdravotníckych záchranárov. Nový logotyp má byť dominantným nositeľom značky, používanie modrej hviezdy má mať konotačne doplnkový informatívny charakter.



Vizuálna identita má nadväzovať na doplnkový slogan „Zachraňujeme životy“, ktorý je, s ohľadom na súčasné štandardy komunikácie, stvárnený vo forme hashtagu: #zachranujemezivoty. Formálne stvárnienie tohto posolstva, ako aj jeho zapracovanie do konkrétnych nosičov komunikácie a zdôvodnenie daného postupu, je súčasťou riešenia tohto zadania zo strany uchádzača.

Možné východiskové idey

Záchrana životov, pomoc ľuďom, zdravotná starostlivosť, rýchlosť, dynamickosť, profesionalita, odbornosť. Pri tvorbe ideového konceptu je potrebné zohľadňovať nadlokálny charakter organizácie, ktorá pôsobí nielen v Košiciach, ale aj v ďalších regiónoch Košického kraja, v Prešovskom kraji a v Žilinskom kraji.

Požiadavky verejného obstarávateľa na ponuku a predmet zákazky

Verejný obstarávateľ požaduje vyriešiť najmä tieto oblasti: logotyp a východiskovú filozofiu jeho tvorby, vzhľad logotypu a jeho varianty, typografiu, farebnú škálu, definíciu písma a ďalších typografických pravidiel, definovanie pravidiel tvorby a používania korporátneho dizajnu.

Súťažná ponuka

Ponuka (návrh) riešenia vizuálnej identity ZS KE musí byť predložená v rozsahu min. 10 a max. 20 prezentačných slajdov. Súčasťou ponuky musí byť:

- Grafický návrh vizuálnej identity (logotyp, farebná škála, typografia)
- Vysvetlenie východiskovej ideovej koncepcie návrhu, ako aj vysvetlenie konfigurácie logotypu
- Grafický návrh konkrétnej komunikačnej tlačoviny: vizitka
- Grafický návrh riešenia polepu služobného sanitného vozidla ZS KE a osobného vozidla s právom prednostnej jazdy (v zmysle ustanovení výnosu MZ SR o označení pozemných dopravných prostriedkov ZS:

https://drive.google.com/file/d/1yQi9Zf90Fmb_Mi4QJLbaAGWKbb6LfL0t/view?usp=sharing – strana 78 a 79 /Príloha č. 4 k výnosu/), podklad na spracovanie: 1. sanitné vozidlo:



<https://drive.google.com/drive/folders/1dQ-Q7Gr4mOuDOVtcThbykRbChfiTVeu5?usp=sharing>

2. osobné vozidlo:

<https://drive.google.com/drive/folders/1iOXQRh2gQoebGY7YILXPZex5V9LaS2Io?usp=sharing>

e) Grafický návrh infografiky pre použitie na Facebooku/Instagrame (formát 1:1)

Predmet zákazky

Predmetom zákazky je ideová (anonymná) súťaž zameraná na predloženie návrhu konceptu a realizácie vizuálnej identity Záchrannej služby Košice a jej jednotlivých prvkov vrátane jej následnej realizácie zahŕňajúcej dodanie súvisiacej dokumentácie v rozsahu a za podmienok uvedených v prílohe č. 3: „Návrh zmluvy o dielo a licenčnej zmluvy“. Zámerom je obstaranie nového logotypu ako primárneho vizuálneho komunikačného prvku ZS KE, vrátane jeho aplikácií vo vybraných formátoch vizuálnej komunikácie. Logotyp má slúžiť ako základný vizuálny rozpoznávací prvok, ktorý bude jednotný pre všetky komunikačné kanály, rešpektujúc ich špecifiká. Vizuálna identita bude používaná primárne na komunikáciu v rámci Slovenskej republiky.

Pri vytváraní vizuálnej identity ZS KE treba brať do úvahy, že navrhnutý koncept musí spĺňať požiadavky na čo najuniverzálnejšiu použiteľnosť (záchrannárske odevy, služobné vozidlá – ambulantné i osobné, označenie budov a priestorov, komunikačné materiály a online platformy).

Takisto sa do pozornosti uchádzačov dáva skutočnosť, že logotyp ZS KE je – najmä v rámci nosičov, ktoré sú priamo späté s poskytovaním RZP a RLP (ochranné odevy záchranárov, služobné vozidlá a pod.) – často aplikovaný spolu s tzv. modrou hviezdou života, ktorá je povinným prvkom a reprezentuje zdravotníckych záchranárov. V prípade OOPP zvykne byť modrá hviezda života aplikovaná na ramene, na hrudi, prípadne na chrbtovej časti odevu. V prípade služobných motorových vozidiel sa symbol používa na zjavné označenie typu vozidla s obmenami prakticky na všetkých častiach karosérie.

Požiadavky na výsledný predmet zákazky – dizajn manuál



Obstarávaná zákazka bude pozostávať z vytvorenia dizajnu manuálu Záchrannej služby Košice, ktorý štandardnou, jednoduchou a prístupnou formou zadefinuje koncept vizuálnej komunikácie interným aj externým spolupracovníkom v nasledujúcom rozsahu:

1. Základné rámce vizuálnej komunikácie (definícia a konfigurácia logotypu, typografie, farebnosti a súvisiacich záležitostí) v nasledujúcom rozsahu:

- Definícia a filozofia logotypu, ktorý sa skladá z grafického symbolu a typografie (rôzne verzie – horizontálne/vertikálne – pre rôzne komunikačné kanály)
- Základná konfigurácia logotypu s proporcionálnym rozkreslením
- Farebné varianty logotypu a čiernobiele varianty logotypu
- Použitie loga na rôznych podkladoch, minimálna veľkosť loga, ochranná zóna loga
- Špeciálne varianty, zakázané varianty a kombinácie
- Variácie logotypu pre rôzne formy vizuálnej komunikácie (napr. iba grafická časť logotypu bez typografie k použitiu v digitálnej komunikácii, ak typografia nie je súčasťou obrázkovej časti logotypu)
- Farebnosť logotypov v CMYK, RGB, HEX a Pantone
- Základná typografia logotypu a ďalšie 2 typy doplnkového písma používaného na komunikáciu (vrátane vzorkovníka)
- Zjednocujúce prvky komunikácie – grafické prvky (v prípade, ak budú navrhnuté) – napr. linky, oblúky, ovály a pod.

2. Návrhy ďalších formátov vizuálnej komunikácie (komunikačné tlačoviny, polep služobných motorových vozidiel, merkantil, online komunikácia) v nasledujúcom rozsahu:

- Grafické návrhy komunikačných tlačovín (vizitka, hlavičkový papier, pozvánka, folder na dokumenty), interiérových navigačných prvkov (menovky k dverám, navigácia v priestoroch budov), exteriérových označení (prvky fasád, resp. iné označenie budov – staníc RZP) a prvkov (roll-up, pop-up wall)



- Grafické návrhy polepu služobných motorových vozidiel: ambulantné vozidlá – dodávky, osobné motorové vozidlá (s ohľadom na povinné bezpečnostné prvky a pravidlá spôsobilosti vozidiel na premávku)
- Grafické návrhy merkantilu (reklamné tričko, pero, papierová taška reprezentačná)
- Grafické vizuály v elektronickej komunikácii (infografika, e-mailový podpis, PPT prezentácia, komunikácia v online a na sociálnych sieťach – profilový obrázok na Facebook a Instagram, cover photo na Facebook)

3. Návrh vizuálnej koncepcie redizajnu webovej stránky:

- Grafický návrh webstránky ZS KE (v súčasnosti www.zske.sk, resp. www.kezachranka.sk)

4. Súčasťou dizajnu manuálu má byť aj zadefinovanie pravidiel tvorby a používania korporátneho dizajnu – checklist, na základe ktorého si užívateľ pred schválením jednoducho dokáže vizuál skontrolovať.

Víťazný uchádzač doručí zdrojové grafické súbory v štandardných formátoch (.ai, .png, .jpg, .pdf), ktoré sú bližšie špecifikované v Návrhu zmluvy o dielo a licenčnej zmluvy (príloha č. 3)