

Hodnoticí formulář

VEŘEJNÁ ZAKÁZKA: Aktualizace vizuálního stylu a zajištění grafických prací pro SCCR II

ČLEN HODNOTÍCÍ KOMISE: Ing. Karolína Kratochvílová

1. Kreativita - aktualizace vizuálního stylu - váha 50%

Pro účely tohoto kritéria hodnocení každý účastník ve své nabídce předložil následující podklady:

stručný návrh aktualizace současného vizuálního stylu – kreativní návrh s ukázkami těchto **3 formátů**:

- **tištěná DL brožura**: Vnitřní dvoustrana DL brožury (210 x 99 mm) – téma Šlechtické ubytování (reedice stávající brožury)
- **návrh obecné inzerce na téma Střední Čechy královské s využitím claimu „Střední Čechy – královský zážitek z cest“**. Vizuál bude dodán ve 2 formátech.
 - Formát A4, 210x297 mm (Orientace na výšku)
 - Formát A5, 210x146 mm (Orientace na šířku)
- **Sociální síť**: vizualizace 2 Facebook příspěvků na téma Královská města (Kutná Hora, Mělník)

V rámci tohoto kritéria hodnocení bude hodnotící komise hodnotit zpracování kreativního návrhu, aktualizujícího výchozí vizuální styl, který mu dodavatel předloží jako součást nabídky. Nejvyšší bodové ohodnocení získá nabídka účastníka, který nabídne řešení inovativní, atraktivní a zároveň proveditelné.

V rámci tohoto kritéria hodnocení bude hodnotící komise hodnotit následující podklady účastníka:

2.1 Hodnocení tištěné DL brožury – Šlechtické ubytování (reedice stávající brožury): (min 3 body, max 30 bodů)

V rámci tohoto kritéria hodnocení bude hodnotící komise hodnotit tyto dílčí kritéria hodnocení:

1. Kreativita, efektivita a inovativní přístup ke zpracování stávajícího tištěného materiálu (dále jen „**Kreativita**“) hodnocení **1 až 10 bodů** a budou hodnoceny následující ukazatele:
 - míra originality, nápaditosti, novátorského pojetí
 - pozitivně bude hodnocena vizuální atraktivita návrhu a využití dynamických prvků.
2. Proveditelnost a profesionalita – způsob zpracování nového vizuálního stylu z hlediska praktické realizovatelnosti a snadné aplikovatelnosti (dále jen „**Proveditelnost**“) hodnocení **1 až 10 bodů** a budou hodnoceny následující ukazatele:
 - míru praktické realizovatelnosti a snadné aplikovatelnosti, roli hraje i kvalita barevnosti, využití motivů a jednoznačnosti vyjádření
 - pozitivně bude hodnocena přiměřenost návrhu významu prezentovaných hodnot a schopnost návrhu přispět k naplnění výše definovaného předmětu veřejné zakázky.
3. Komplexnost nabídnutého řešení – zpracování zadaného materiálu v kontextu stávajícího logomanuálu a aplikovatelnost v rámci již existujících i nově vytvořených tištěných materiálů zadavatele (dále jen „**Komplexnost**“) hodnocení **1 až 10 bodů** a budou hodnoceny následující ukazatele:
 - míra provázanosti vytvořeného vizuálního stylu v rámci výše zadaných 3 formátů (DL brožura, návrh obecné inzerce, sociální síť) a míra souladu jednotlivých prvků
 - pozitivně bude hodnocena vyváženost jednotlivých prvků.

2.2 Hodnocení obecné inzerce na téma Střední Čechy královské s využitím claimu „Střední Čechy – královský zážitek z cest“. Vizuál bude dodán ve 2 formátech. (volné zpracování obsahu): (min 3 body, max 30 bodů)

V rámci tohoto kritéria hodnocení bude hodnotící komise hodnotit tyto dílčí kritéria hodnocení:

1. Kreativita, efektivita a inovativní přístup ke zpracování stávajícího tištěného materiálu (dále jen „**Kreativita**“) hodnocení **1 až 10 bodů** a budou hodnoceny následující ukazatele:
 - originalita v přístupu k zadanému tématu a jeho zpracování
 - pozitivně bude hodnocena nápaditost, novátorské pojetí, vizuální atraktivita návrhu a využití dynamických prvků.
2. Proveditelnost a profesionalita – způsob zpracování nového vizuálního stylu z hlediska praktické realizovatelnosti a snadné aplikovatelnosti (dále jen „**Proveditelnost**“) hodnocení **1 až 10 bodů** a budou hodnoceny následující ukazatele:

- míra praktické realizovatelnosti a snadné aplikovatelnosti, roli hraje i kvalita barevnosti, využití motivů a jednoznačnosti vyjádření
 - pozitivně bude hodnocena přiměřenost návrhu významu prezentovaných hodnot a schopnost návrhu přispět k naplnění výše definovaného předmětu veřejné zakázky.
3. Komplexnost nabídnutého řešení – zpracování zadaného materiálu v kontextu stávajícího logomanuálu a aplikovatelnost v rámci již existujících i nově vytvořených tištěných materiálů zadavatele (dále jen „**Komplexnost**“) hodnocení **1 až 10 bodů** a budou hodnoceny následující ukazatele:
- míru provázanosti vytvořeného vizuálního stylu v rámci výše zadaných 3 formátů (DL brožura, návrh obecné inzerce, sociální sítě) a míru souladu jednotlivých prvků
 - pozitivně bude hodnocena vyváženost jednotlivých prvků.

2.3 Hodnocení vizualizace Sociální sítě: vizualizace 2 Facebook příspěvků na téma Královská města (Kutná Hora, Mělník): (min 3 body, max 30 bodů)

V rámci tohoto kritéria hodnocení bude hodnotící komise hodnotit tyto dílčí kritéria hodnocení:

1. Kreativita, efektivita a inovativní přístup ke zpracování zadání (dále jen „**Kreativita**“) hodnocení **1 až 10 bodů** a budou hodnoceny následující ukazatele:
 - originalita v přístupu k zadanému tématu a jeho zpracování v prostředí sociálních médií
 - pozitivně bude hodnocena nápaditost, novátorské pojetí, vizuální atraktivita návrhu a využití dynamických prvků.
2. Proveditelnost a profesionalita – způsob zpracování návrhu z hlediska praktické realizovatelnosti a snadné aplikovatelnosti (dále jen „**Proveditelnost**“) hodnocení **1 až 10 bodů** a budou hodnoceny následující ukazatele:
 - míru praktické realizovatelnosti a snadné aplikovatelnosti, roli hraje i kvalita barevnosti, využití motivů a jednoznačnosti vyjádření
 - pozitivně bude hodnocena přiměřenost návrhu významu prezentovaných hodnot a schopnost návrhu přispět k naplnění výše definovaného předmětu veřejné zakázky.
3. Komplexnost nabídnutého řešení – provázanost vytvořeného návrhu v rámci výše zadaných formátů a míra souladu jednotlivých prvků (dále jen „**Komplexnost**“) hodnocení **1 až 10 bodů** a budou hodnoceny následující ukazatele:
 - míru provázanosti vytvořeného vizuálního stylu v rámci výše zadaných 3 formátů (DL brožura, návrh obecné inzerce, sociální sítě) a míru souladu jednotlivých prvků
 - pozitivně bude hodnocena vyváženost jednotlivých prvků.

Bodové hodnocení dílčích kritérií hodnocení: (min 9 bodů, max 90 bodů)

Každý člen hodnotící komise přiřadí nabídce v rámci dílčího kritéria hodnocení následující počet bodů:

- 10 bodů: Předložené návrhy zcela splňují požadavky zadavatele. Předložené návrhy jsou opravdu jedinečné, přesně vystihují podstatu prezentovaného.
- 7 bodů: Předložené návrhy jsou v souladu s požadavky zadavatele, zadavatel by požadoval maximálně dílčí úpravy. Návrhy jsou dostatečně zpracované.
- 5 bodů: Předložené návrhy vyhovují s výhradami, zadavatel by požadoval úpravy několika návrhů a řešení. Návrhy v hodnocené oblasti jsou průměrné.
- 2 bodů: Předložené návrhy jsou akceptovatelné, ale byly by nutné zásadní úpravy a dopracování. Návrhy nejsou dostatečně zpracované, avšak nejsou zcela nepoužitelné.
- 1 bod: Předložené návrhy jsou z hlediska požadavků zadavatele na toto kritérium nepřijatelné a zcela nevyhovující.

Bodové hodnocení nabídky v rámci kritéria hodnocení Kreativita provede každý člen hodnotící komise samostatně. Každý člen komise může v součtu všech tří dílčích kritérií hodnocení přidělit maximálně 90 bodů a minimálně 9 bodů. Body přiřazené nabídce v rámci všech tří dílčích kritérií hodnocení u všech účastníkem dodaných podkladů budou následně sečteny od všech členů hodnotící komise. Takto získaný celkový počet bodů nabídky bude přepočten dle následujícího vzorce, který již zohledňuje i váhu tohoto kritéria hodnocení:

$\text{počet bodů} = 0,5 * \text{počet bodů hodnocené nabídky}$

Nabídka č. 1	Foxo s.r.o.	
tištěná DL brožura: Vnitřní dvoustrana DL brožury (210 x 99 mm) – téma Šlechtické ubytování (reedice stávající brožury)		
10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
<u>Kreativita</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Předložený kreativní návrh vnitřních stran DL brožury nepřináší velkou inovaci, rozložením se od předchozí verze výrazně neliší. Účastník využil již existující piktogramy z aktuální verze publikace, nepředložil vlastní, ani vlastní návrh rozložení stran. V oblasti kontaktů bylo odstraněno jasné označení nebo odlišení od ostatního textu.	Body 2
<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Propojenost s ostatními návrhy spatřuji ve využití piktogramů a barevnosti. Také v jistém propojení linií z obrazové části loga. Na první pohled je pro běžného „uživatele“ těžké najít společné znaky a identifikovat komunikaci jedné společnosti/značky.	Body 5
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Oblast kontaktů není jednoznačně srozumitelná na první dobrou, poněkud vytržené z kontextu. Také využití několika různých velikostí písma není vhodné, ani vizuálně pěkné. Nicméně aplikovatelnost by v tomto případě byla jednoduchá. V otázce vykreslených liniích loga na fotce – v některých případech by mohlo dojít k problémům, kdy by linie buď nebyla vůbec zřetelná, nebo by zakrývala podstatnou část fotografie (dle barevnosti fotky a zobrazeného místa).	Body 5
návrh obecné inzerce na téma Střední Čechy královské s využitím claimu „Střední Čechy – královský zážitek z cest“. Vizuál bude dodán ve 2 formátech.		
○ Formát A4, 210x297 mm (Orientace na výšku) ○ Formát A5, 210x146 mm (Orientace na šířku)		
10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
<u>Kreativita</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. V návrhu chybí „interaktivní/dynamické“ prvky, jako například QR kód pro více informací, oceňuji připojení webové adresy. V inzerci je příliš mnoho užitých log. Způsob zvýraznění slova „královský“ není esteticky pěkný, nízká míra originality. Využití piktogramů propojených jakousi cestou rovněž není pro komunikaci SCCR nic nového. V předchozích letech již byl tento způsob několikrát využit. Nevím, zda je s tímto autor obeznámen, ale pro SCCR se nejedná o nic novátorského. Naopak novinkou je zakomponování fotografií do loga, což však bude problematické.	Body 2
<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Propojenost s ostatními návrhy spatřuji ve využití piktogramů a barevnosti. Také v jistém propojení linií z obrazové části loga. Na první pohled je pro běžného „uživatele“ těžké najít společné znaky a identifikovat komunikaci jedné společnosti/značky.	Body 5

<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Jako jeden z mála účastníků v návrhu inzerce zahrnul také kontaktní údaje jako web nebo sociální síť. Barevnost vychází správně z logomanuálu, nicméně užití je trochu fádní. Tato inzertní strana těžko zaujme. Přesto oceňuji prostor pro nějaké sdělení v rámci inzerce (prostor pro text). Pasování fotografií do trojúhelníků nevidím příliš jako proveditelné, v budoucnu přinese nejedno úskalí při výběru vhodných fotografií tak, aby se nejednalo stále o ty stejné.	Body 2
Sociální síť: vizualizace 2 Facebook příspěvků na téma Královská města (Kutná Hora, Mělník) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
<u>Kreativita</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Dodaný návrh obsahuje až příliš grafických prvků, které odvádějí pozornost. Navíc se některé vzájemně překrývají a pro běžného „uživatele“ je těžko rozpoznatelné, co vůbec grafika zobrazuje. Velikost grafických prvků zbytečně zakrývá sdělení samotné fotografie.	Body 2
<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Propojenost s ostatními návrhy spatřuji ve využití piktogramů a barevnosti. Také v jistém propojení linií z obrazové části loga. Na první pohled je pro běžného „uživatele“ těžké najít společné znaky a identifikovat komunikaci jedné společnosti/značky.	Body 5
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Myšlenka piktogramu znázorňujícího něco typického pro dané místo není špatná, ale jedná se o časově i finančně náročnou akci. Pro každý post zvlášť by bylo potřeba vymyslet něco originálního, to následně zpracovat a nasadit. Není to jednoduchá šablona, ve které se dají fotografie snadno měnit. S ohledem na množství publikovaných postů na profilech SCCR se mi tato varianta nejvíce snadno aplikovatelná.	Body 2
Počet celkem bodů	Max 90 bodů / min 9 bodů	30

Nabídka č. 2		Debono Interactive s.r.o.
tištěná DL brožura: Vnitřní dvoustrana DL brožury (210 x 99 mm) – téma Šlechtické ubytování (reedice stávající brožury)		
10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
Kreativita	Slovní hodnocení/ poznámky. Návrh působí čistým dojmem. Písmo a všechny grafické prvky vycházejí z dvou barev – černá a zlatá, které skvěle sedí k produktu Šlechtického ubytování. Celkovému vzhledu vytknu především nelogickou kombinaci několika různých fontů a stylů písma. Toto by chtělo trochu uklidnit, sjednotit. Každá sekce s informacemi je jasně oddělená, byly vytvořeny nové piktogramy, které jsou jasné. Návrh není přepřácaný zbytečnými grafickými prvky. Líbí se mi využití patkového písma, ale chce to trochu víc s citem.	Body 7
Komplexnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Všechny návrhy jsou propojené jemnou linkou naznačující trojúhelník, který vystupuje z vizuálu. Autor se tak odkazuje na obrazovou část loga. Navíc tento návrh vychází i z logomanuálu destinačního loga. Trochu mě mrzí, že jsou všechny náhledy s tmavými, fotografiemi. Snad bude tato linka fungovat i na světlejších a barevnějších fotografiích. Komplexnost je tedy v pořádku, prvky jsou ve vzájemném souladu. V případě DL je propojení přes titulní stranu, která není součástí hodnocení. Nicméně pro představu o propojenosti je náhled dostačující.	Body 10
Proveditelnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Předložený návrh vystihuje podstatu produktu Šlechtického ubytování. Vzhledem k minimu grafických prvků, by následná aplikovatelnost byla snadná. Barevnost je v pořádku. Jedinou výtku mám k využití stylů písem, zde by to chtělo lehkou korekci.	Body 7
návrh obecné inzerce na téma Střední Čechy královské s využitím claimu „Střední Čechy – královský zážitek z cest“. Vizuál bude dodán ve 2 formátech. ○ Formát A4, 210x297 mm (Orientace na výšku) ○ Formát A5, 210x146 mm (Orientace na šířku) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
Kreativita	Slovní hodnocení/ poznámky. Dodané návrhy obecné inzerce vizuálně vycházejí z celkového komplexu a také z logomanuálu destinační značky. Opět je zapojen jednotící a elegantní prvek jemné linie trojúhelníku, který nijak neruší samotný výraz vybraných fotografií. Možná trochu nadbytečné zdvojení slov „střední Čechy“ – v logu a textu. Opět byly zvoleny poněkud tmavé/ponuré fotografie, které ubírají na celkovém dojmu.	Body 7
Komplexnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Všechny návrhy jsou propojené jemnou linkou naznačující trojúhelník, který vystupuje z vizuálu. Autor se tak odkazuje na	Body 10

	obrazovou část loga. Navíc tento návrh vychází i z logomanuálu destinačního loga. Trochu mě mrzí, že jsou všechny náhledy s tmavými, fotografiemi. Snad bude tato linka fungovat i na světlejších a barevnějších fotografiích. Komplexnost je tedy v pořádku, prvky jsou ve vzájemném souladu.	
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Aplikovatelnost je velmi jednoduchá, v podstatě se mění fotografie v šabloně (pravděpodobně následně jen lehká úprava linie grafikem). Vyjádření je jednoznačné, jelikož zůstává na motivu zvolené fotografie.	Body 10
Sociální síť: vizualizace 2 Facebook příspěvků na téma Královská města (Kutná Hora, Mělník) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
<u>Kreativita</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Dodané návrhy si opět pohrávají s jemnou linií trojúhelníku ve fotce. Název místa je jasně označený, celé logo, které by svojí délkou a velikostí mohlo působit rušivě, je nahrazeno pouze jeho obrazovou částí. Hlavní sdělení zůstává na fotografii, což není na škodu a u sociálních sítí je dokonce žádoucí. Jen škoda těch tmavých fotografií.	Body 7
<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Všechny návrhy jsou propojené jemnou linkou naznačující trojúhelník, který vystupuje z vizuálu. Autor se tak odkazuje na obrazovou část loga. Navíc tento návrh vychází i z logomanuálu destinačního loga. Trochu mě mrzí, že jsou všechny náhledy s tmavými, fotografiemi. Snad bude tato linka fungovat i na světlejších a barevnějších fotografiích. Komplexnost je tedy v pořádku, prvky jsou ve vzájemném souladu.	Body 10
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Aplikovatelnost je velmi jednoduchá, v podstatě se mění fotografie v šabloně (pravděpodobně následně jen lehká úprava linie grafikem). Vyjádření je jednoznačné, jelikož zůstává na motivu zvolené fotografie.	Body 10
Počet celkem bodů	Max 90 bodů / min 9 bodů	78

Nabídka č. 3		Lucky U, s.r.o.
tištěná DL brožura: Vnitřní dvoustrana DL brožury (210 x 99 mm) – téma Šlechtické ubytování (reedice stávající brožury)		
10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
Kreativita	Slovní hodnocení/ poznámky. Dodaný návrh je kreativní, oproti původní podobě novátorský. Nabízí nový způsob rozložení stran. Účastník do celkové koncepce zahrnul i interaktivní QR kód s odkazem na podcast. Jedná se o nový prvek nejen v podobě samotného kódu, ale také poslechu. Využité barvy – černá a zlatá – korespondují s produktem Šlechtického ubytování. Návrh je doplněn o propracované ilustrace odkazující na dané místo. V návrhu společnost pracuje i s motivem trojúhelníků z obrazové části loga. Jejich využití na mě působí nahodile, bez bližšího vysvětlení si tyto plochy nespojím s logem. Jako běžný uživatel bych je vnímala jen jako jistý grafický prvek, bez větší funkčnosti. Písmo je sjednocené. Navrhované patkové písmo ale nekoresponduje s logomanuálem, resp. v okamžiku, kdy je bezpatkové písmo pouze v logu, tato kombinace příliš nefunguje.	Body 7
Komplexnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Celkový návrh všech dodaných podkladů vychází z aktualizace logomanuálu, který nebyl požadován (aktivita navíc, není hodnoceno). Spojovacím prvkem je zde tedy propojení za pomoci obrazové části destinačního loga a jeho barevného odlišení dle propagovaného tématu. V tomto ohledu spatřuji větší komplexnost především u spojení DL a facebookových postů. Inzerce mi již vizuálně k dalším formátům tolik neseďí. Provázání a vyváženost tedy hodnotím pozitivně, ale snižuji počet bodů kvůli nutným úpravám při případném využití.	Body 7
Proveditelnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Návrh rozložení není příliš prakticky realizovatelný. Z původních dvou stran je společností navrženo celkem šest. Při počtu prezentovaných míst by taková publikace vydala na knihu. Je potřeba si uvědomit, že celá brožura není o jednom místě. Středočeský kraj je největším regionem v republice a jako takový, disponuje a prezentuje značné množství cílů a míst se stejným zaměřením. Také propracované ilustrace bývají časově a finančně velmi náročné, pokud tedy společnost nedisponuje vlastní již hotovou databází, která by nepotřebovala doplňovat. Vyjádření je jednoznačné, barevnost v pořádku. Nízký počet bodů je z důvodu nemožnosti snadné aplikovatelnosti, přetvoření dvou stran na šest není praktické.	Body 1
návrh obecné inzerce na téma Střední Čechy královské s využitím claimu „Střední Čechy – královský zážitek z cest“. Vizuál bude dodán ve 2 formátech. ○ Formát A4, 210x297 mm (Orientace na výšku) ○ Formát A5, 210x146 mm (Orientace na šířku) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		

<u>Kreativita</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Pro návrh inzerce byla špatně zvolená fotografie, která bohužel celkový vjem poněkud sráží. Působí trochu ponuře, možná více jako obraz než fotografie. Oceňuji uvedení kontaktních údajů jako jsou profily na sociálních sítích, webové stránky. Pozitivně hodnotím také prostor pro krátký text. Návrh dodržel požadovaný slogan, nicméně mohlo dojít k úpravě v případě pomlček, které tak nějak prazvláštně ohraničují text (z pohledu češtiny je to správně, ale vizuálně to nepůsobí dobře). Vizuálně moc barev písem – černé logo, zlatý nadpis a piktogramy, bílý text. Chtělo by to zjednodušit. Celkový vjem je průměrný.	Body 5
<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Celkový návrh všech dodaných podkladů vychází z aktualizace logomanuálu, který nebyl požadován (aktivita navíc). Spojovacím prvkem je zde tedy propojení za pomoci obrazové části destinačního loga a jeho barevného odlišení dle propagovaného tématu. V tomto ohledu spatřuji větší komplexnost především u spojení DL a facebookových postů. Inzerce mi již vizuálně k dalším formátům tolik nesedí. Provázání a vyváženost tedy hodnotím pozitivně, ale snižuji počet bodů kvůli nutným úpravám při případném využití.	Body 7
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. V navrhované inzerci je dominantní obrazová část loga umístěna doprostřed fotografie. Tím sice připoutá pozornost, ale v případě užití jiné fotografie může být zakryt hlavní motiv fotky. Jinak je celková použitelnost snadná. Barevnost je trochu fádni.	Body 5
Sociální síť: vizualizace 2 Facebook příspěvků na téma Královská města (Kutná Hora, Mělník) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
<u>Kreativita</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Účastník přišel se zajímavým a originálním způsobem komunikace na sociálních sítích rozložený časově do průběhu dne. Grafika je jednoduchá, čistá. Opět na různých místech pracuje s motivem trojúhelníků z obrazové části loga. Trochu divoké se mi jeví užití propracované ilustrace a „korunky“ přes sebe. Zde by to chtělo zjemnit a zjednodušit.	Body 7
<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Celkový návrh všech dodaných podkladů vychází z aktualizace logomanuálu, který nebyl požadován (aktivita navíc). Spojovacím prvkem je zde tedy propojení za pomoci obrazové části destinačního loga a jeho barevného odlišení dle propagovaného tématu. V tomto ohledu spatřuji větší komplexnost především u spojení DL a facebookových postů. Inzerce mi již vizuálně k dalším formátům tolik nesedí. Provázání a vyváženost tedy hodnotím pozitivně, ale snižuji počet bodů kvůli nutným úpravám při případném využití.	Body 7

<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Návrhy jsou jasné, barevné, lákavé. Aplikovatelnost snadná, jen snad s úpravou těch ilustrovaných částí, kdy korunka zakrývá ilustraci a nepůsobí to moc dobrým dojmem. Prakticky si neumím představit tuto koncepci dlouhodobě, nebo každý den. Mohlo by to být považováno na spam. Krátkodobě ano, ale dlouhodobě by frekvence postování mohla být na obtíž.	Body 7
Počet celkem	bodů Max 90 bodů / min 9 bodů	53

Nabídka č. 4		J&N PUBLICITY s.r.o.
tištěná DL brožura: Vnitřní dvoustrana DL brožury (210 x 99 mm) – téma Šlechtické ubytování (reedice stávající brožury)		
10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
Kreativita	Slovní hodnocení/ poznámky. Navrhované rozložení stran se výrazně liší od stávajícího. Tedy požadavek na redesign je splněn. Avšak celková podoba nepřináší něco „extra“, co by materiál odlišilo od konkurenčních materiálů. Vzhled bych řadila do úrovně „normální/klasické“. Oceňuji navržení nových piktogramů, které jasně sdělují, co je třeba. Zajímavé je také využití zjednodušené ilustrace, která znázorňuje místo na fotce. Na dvoustraně je použito jednotné písmo, které se netřísťí s dalšími a vychází z logomanuálů. Jen pozor na velikost v oblasti kontaktů, mohlo by být hůře čitelné. Pozn.: Dodaná titulní strana bohužel nezohledňuje nové destinační logo, nebyla dodržena podmínka (titulní strana nebyla součástí zadání, není tedy hodnoceno).	Body 5
Komplexnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Provázanost dodaného návrhu DL s ostatními formáty není zřejmá. Od ostatních návrhů se zcela liší barevností i vizuálním stylem. Za neexistující provázanost uděluji nízký počet bodů.	Body 1
Proveditelnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Aplikovatelnost není složitá, pouze je otázka náročnosti vytvoření ilustrace. Ta je nicméně velmi jednoduchá, málo prokreslená, proto nemusí být složité a náročné ji vytvořit. Lehce problematické to vidím pouze v množství, kdy pro každé místo musí být ilustrace vytvořena. Barevnost je velmi jednoduchá, trochu fádní. Celkový dojem si příliš nespojuji s produktem Šlechtického ubytování.	Body 5
návrh obecné inzerce na téma Střední Čechy královské s využitím claimu „Střední Čechy – královský zážitek z cest“. Vizuál bude dodán ve 2 formátech. ○ Formát A4, 210x297 mm (Orientace na výšku) ○ Formát A5, 210x146 mm (Orientace na šířku) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
Kreativita	Slovní hodnocení/ poznámky. Dodané návrhy pracují především se samotným motivem a vzhledem fotografie, což hodnotím pozitivně. Není mi úplně zřejmá funkčnost barevných ploch, které z fotografií ubírají nemalý prostor. Pro název místa je až škoda jiného typu písma, navíc je odkaz na místo snadno přehlédnutelný, nevýrazný. Pozitivně hodnotím nápad se směrovníkem, ale chtěl by doladit. Není jasné, co přesně je myšleno. Zda jde o Prahu, který ten bod je Praha a co znamenají další body. Pro obyvatele ČR ze vzdálenějších koutů by nemusel být jasný ani odkaz na Prahu.	Body 5

<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Dodaný návrh inzerce je provázaný pouze s návrhy postů na sociální síti. Chybí návaznost na návrh DL. Proto nižší počet bodů. Barvené plochy jsou nepřehlédnutelné a snadno spojitelné.	Body 2
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Případné užití nebude složité, jedná se v podstatě o šablonu, do které lze snadno usadit libovolné fotografie. Změna rozcestníku také není náročné. Jednoznačnost vyjádření zhoršuje navrhovaný rozcestník, který v této podobě působí zmatečně, a také označení místa zobrazeného na fotce, pokud má být prezentováno.	Body 5
Sociální síť: vizualizace 2 Facebook příspěvků na téma Královská města (Kutná Hora, Mělník) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
<u>Kreativita</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Barevné plochy zbytečně zakrývají použité fotografie. Pro malé zobrazení na sociálních sítích jsou zbytečně velké. Jejich funkčnost mi uniká. Rozmístění působí nahodile. Na druhé straně označení zobrazeného cíle je snadno přehlédnutelné. Tak jako třeba u inzerce se mi znovupoužití obrazové části loga zdá již nadbytečné. Asi by bylo lepší mít nadpis „královská města“ menší, naopak více zdůraznit název prezentovaného cíle. Či nějak vhodně spojit dohromady. Návrh nepřináší velkou nápaditost.	Body 5
<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Návrhy postů jsou provázané pouze s návrhy inzerce. Chybí provázanost na návrh DL. Proto nižší počet bodů. Barevné plochy jsou nepřehlédnutelné a snadno spojitelné.	Body 2
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Proveditelné to je, ale celkový vjem není příliš inovativní. Naším cílem je spíše propagovat to dané místo, např. Mělník, Kutnou Horu, a navrhnout oznámit, že se jedná o královská města. Návrh prezentuje spíše opačný přístup.	Body 2
Počet celkem bodů	Max 90 bodů / min 9 bodů	32

Nabídka č. 5		Magnas Creative s.r.o.
tištěná DL brožura: Vnitřní dvoustrana DL brožury (210 x 99 mm) – téma Šlechtické ubytování (reedice stávající brožury)		
10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
Kreativita	Slovní hodnocení/ poznámky. Navrhovaný vizuál velmi připomíná jeden z prvních vizuálů, které SCCR používala po svém založení v roce 2017. Návrh tedy nepřináší nic inovativního, novátorství v pojetí hledám jen těžko. Barevnost vychází z manuálu loga SCCR, což spíše připomíná materiály vydané KÚSK. Je škoda, se účastník nepřečetl následné dovysvětlení v rámci zadání, kde jasně stanovujeme preferenci v komunikaci destinačního loga Střední Čechy. Analogicky by tedy návrh měl vycházet z manuálu tohoto loga, alespoň barevně. Rozvržení dvoustrany velmi připomíná původní vzhled. Zajímavé je zpracování „dalších aktivit“ za pomoci piktogramů. Zadní strana obsahuje nečitelnou mapu, na přední straně obálky chybí destinační logo (není hodnoceno, nebylo součástí zadání).	Body 1
Komplexnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Veškeré dodané návrhy působí dostatečně komplexně/provázaně. Jasně na sebe vizuálně odkazují. Pro uživatele je z těchto návrhů snadná identifikovatelnost jednotné komunikace jedné značky. Bohužel vizuální styl vychází především z logomanuálu SCCR a vzdaluje se od komunikace značky Střední Čechy (viz Vysvětlení ZD č. 2).	Body 7
Proveditelnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Užití této strany je v podstatě jednoduché, využití piktogramy jsou jednoduché, na realizaci nejsou složité. Barevně však celkový vzhled dostatečně nevyjadřuje daný produkt ani hodnoty, které přináší.	Body 1
návrh obecné inzerce na téma Střední Čechy královské s využitím claimu „Střední Čechy – královský zážitek z cest“. Vizuál bude dodán ve 2 formátech. ○ Formát A4, 210x297 mm (Orientace na výšku) ○ Formát A5, 210x146 mm (Orientace na šířku) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
Kreativita	Slovní hodnocení/ poznámky. I zde návrh připomíná vizuál využívaný SCCR v letech 2017–19. Navrhovaný vzhled je tedy krokem zpět. Velká škoda ničení fotografie za pomoci barevného filtru. Často krásné, barevné a veselé fotografie v navrhovaném vizuálu působí depresivně. Destinace prodávají především kvalitní fotografie, navrhovaná grafika tuto podstatu zcela opomíjí. Oceňuji použití odkazu na webové stránky, interaktivních prvků jako hashtag nebo QR kód. Barevnost je opět spíše směrem k manuálu loga SCCR a opomíjí značku Střední Čechy, ve které červená varianta ani není navržena.	Body 1

<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Veškeré dodané návrhy působí dostatečně komplexně/provázaně. Jasně na sebe vizuálně odkazují. Pro uživatele je z těchto návrhů snadná identifikovatelnost jednotné komunikace jedné značky. Bohužel vizuální styl vychází především z logomanuálu SCCR a vzdaluje se od komunikace značky Střední Čechy (viz Vysvětlení ZD č. 2).	Body 7
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Aplikovatelnost je sice snadná, ale barevnost není pěkná, motiv je krokem zpět. Není mi zřejmá funkčnost modrého puntíku, zřejmě pouze na doplnění. Nicméně zbytečné. Návrh dostatečně neprezentuje hodnoty „královských“ zážitků. Naopak celkový vjem se spíše deprimující.	Body 1
Sociální síť: vizualizace 2 Facebook příspěvků na téma Královská města (Kutná Hora, Mělník) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
<u>Kreativita</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Návrh postu Kutné Hory dobře pracuje s fotkou, ale nepřináší nic inovativního. Zvolené barvy v tomto rozložení evokují logo KÚSK (vlaječka v delším modrém pruhem nahoře a kratší červeným dole). Celkově návrh působí více jako prezentace krajského úřadu. Destinační logo je nevhodně užito vpravo dole. Druhý návrh pro město Mělník přináší zajímavý prvek v podobě hlasovacího postu. Sdělení je jasné, ale zpracování je opět krokem zpět.	Body 2
<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Veškeré dodané návrhy působí dostatečně komplexně/provázaně. Jasně na sebe vizuálně odkazují. Pro uživatele je z těchto návrhů snadná identifikovatelnost jednotné komunikace jedné značky. Bohužel vizuální styl vychází především z logomanuálu SCCR a vzdaluje se od komunikace značky Střední Čechy (viz Vysvětlení ZD č. 2).	Body 7
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Celková aplikovatelnost je opět snadná, šablona je jednoduchá. Ale návrhy dostatečně nerepresentují hodnoty, které prezentuje destinační značka, barevnost odkazuje spíše na krajský úřad, především ve zpracování Kutné Hory. Na druhou stranu srozumitelnost je zde jasná, ale bohužel celkové zpracování nepůsobí povzbudivě a lákavě.	Body 2
Počet celkem bodů	Max 90 bodů / min 9 bodů	29

Nabídka č. 6	Michal Boháč	
tištěná DL brožura: Vnitřní dvoustrana DL brožury (210 x 99 mm) – téma Šlechtické ubytování (reedice stávající brožury)		
10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
Kreativita	Slovní hodnocení/ poznámky. Hezký, graficky čistý návrh přináší nové rozložení dvoustrany. Navrch je připojen i QR kód odkazující na adresu v mapách. Malé jednoduché piktogramy, nádherné barvy fotografií. Ačkoliv celkově barvy nevycházejí z žádného logomanuálu, působí návrh velmi hravě, svěže a jakoby jásavě. Zajímavě řečený název místa až ve spod první strany, který je navázaný přímo na fotografii místa. Vizuálně je návrh velmi atraktivní.	Body 10
Komplexnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Všechny dodané návrhy jsou provázané, jednak logem, ale především svojí barevností a způsobem umístění názvů/písma, vždy se někde fikaně ukrývá obrazová část loga. Všechny prvky v DL jsou v souladu, je užít jeden font.	Body 10
Proveditelnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Návrh je snadno proveditelný, působí velmi profesionálně. Barevnost vyvolává pozitivní emoce. Ačkoliv grafické prvky vycházejí z upraveného loga (účastník upravil nad rámek VZMR, není hodnoceno), stejnou parádu udělá i současná obrazová část loga. Písmo fikaně umístěné za hlavním motivem fotografie vtahuje do fotky, budí dojem jakoby 3D.	Body 10
návrh obecné inzerce na téma Střední Čechy královské s využitím claimu „Střední Čechy – královský zážitek z cest“. Vizuál bude dodán ve 2 formátech. ○ Formát A4, 210x297 mm (Orientace na výšku) ○ Formát A5, 210x146 mm (Orientace na šířku)		
10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
Kreativita	Slovní hodnocení/ poznámky. Graficky čistý návrh. Chtěla bych vyzdvihnout především tu barevnost, která přitahuje pozornost. Návrh celkově neobsahuje nic rušivého. Snad jen postrádám nějaké odkazy na web, sociální síť nebo využití QR kódu.	Body 7
Komplexnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Všechny dodané návrhy jsou provázané, jednak logem, ale především svojí barevností a způsobem umístění názvů/písma, vždy se někde fikaně ukrývá obrazová část loga.	Body 10
Proveditelnost	Slovní hodnocení/ poznámky. Návrh je snadno proveditelný, působí velmi profesionálně. Barevnost vyvolává pozitivní emoce. Ačkoliv grafické prvky vycházejí z upraveného loga (účastník upravil nad rámek VZMR, není hodnoceno), stejnou parádu udělá i současná obrazová část loga.	Body 10

Sociální síť: vizualizace 2 Facebook příspěvků na téma Královská města (Kutná Hora, Mělník) 10/7/5/2/1 body (min 3 body, max 30 bodů)		
<u>Kreativita</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Krásné, graficky čisté zpracování. Opět vyzdvihují barevnost. Zajímavé využití loga. Fotografie přitahuje pohled, donutí uživatele sociálních sítí zastavit při tom rychlém skenování. Tím je účel splněn. Velmi kreativní a nápadité umístění textu, které odpoutává pozornost od spodní části fotografie, která mnohdy nebývá pěkná (rušivá auta, chodci, lavičky, koše atd.) Jednoduché zpracování. Méně bývá více.	Body 10
<u>Komplexnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Všechny dodané návrhy jsou provázané, jednak logem, ale především svojí barevností a způsobem umístění názvů/písma, vždy se někde fikaně ukrývá obrazová část loga.	Body 10
<u>Proveditelnost</u>	Slovní hodnocení/ poznámky. Návrh je snadno proveditelný, působí velmi profesionálně. Barevnost vyvolává pozitivní emoce. Ačkoliv grafické prvky vycházejí z upraveného loga (účastník upravil nad rámek VZMR, není hodnoceno), stejnou parádu udělá i současná obrazová část loga. Písmo fikaně umístěné za hlavním motivem fotografie vtahuje do fotky, budí dojem jakoby 3D.	Body 10
Počet celkem bodů	Max 90 bodů / min 9 bodů	87

V Praze dne: 20. 5. 2021

Podpis člena hodnotící komise: 