

Výzva k podání nabídek

Předmět výzvy: Logo a grafický manuál Brána Jihlavy a #DoJihlavy

Zadavatel výzvy: Brána Jihlavy, příspěvková organizace

Divadelní 4

586 01 Jihlava

IČ/DIČ: 09718044 / CZ09718044

Kontaktní osoba: Ing. Iva Pakostová

tel.: 777 625 499

e-mail: iva.pakostova@branajihlavy.cz

Termín pro odevzdání nabídek: 31. 8. 2025

Místo plnění: Jihlava

Termín realizace: do konce roku 2025

Předmět zakázky:

Úkolem úspěšného uchazeče je zpracování LOGA a GRAFICKÉHO MANUÁLU.

Specifikace zakázky

1. Kontext

- **Brána Jihlavy** je příspěvkovou organizací Statutárního města Jihlavy, jejímž hlavním úkolem je zajišťovat kulturní dění v Jihlavě a rozvíjet cestovní ruch v Jihlavě. Je pořadatelem/spolupořadatelem většiny kulturních akcí, provozovatelem cílů turistického ruchu (Brána Matky Boží, Dům Gustava Mahlera, Jihlavské podzemí, Stříbrný dům, Galerie Nonstrop, JAM) a spravuje hlavní komunikační kanály – web dojihlavy.cz a sociální síť dojihlavy.cz. Zároveň spravuje web branajihlavy.cz, který slouží jako zdroj informací v rámci B2B segmentu.
- Současně je třeba sladit vizuální identitu s turistickým brandem **#DoJihlavy**, který zastřešuje veškerou komunikaci směrem ven ke koncovým uživatelům a propagaci města jako destinace.
- Výsledkem má být moderní, nadčasová a flexibilní vizuální identita, která působí jednotně napříč materiály (online i offline) a zároveň je snadno aplikovatelná.

2. Cíle

- Vytvořit nové logo **Brána Jihlavy**, které bude:
 - čitelné, moderní, přívětivé,
 - reflektovat odkaz na historii (brány, hradby, podzemí, stříbro, textilie, hornictví),
 - vhodně kombinovatelné/propojené s brandem **#DoJihlavy**.
 - Vytvořit kompletní **logomanuál**:
 - verze loga (barevná, černobílá, negativ, horizontální/vertikální),
 - minimální velikosti a ochranná zóna,
 - doporučené i zakázané použití.
 - Definovat nový **vizuální styl #DoJihlavy**, který se bude aplikovat:
 - na propagační materiály (plakáty, bannery, letáky),
 - na online komunikaci (sociální sítě, web),
 - na merchandise (tašky, hrníčky, trička),
 - na turistické cedule, orientační systém či expozice.
-

3. Obsah vizuální identity

- **Barevnost:**
 - doporučení hlavní palety (min. 2–3 základní barvy),
 - doplňková paleta pro flexibilní použití.
 - **Typografie:**
 - hlavní font (pro nadpisy, slogany),
 - doplňkový font (pro texty, popisky).
 - **Grafické prvky:**
 - možnost využití motivu brány, klíče, cesty, šipky, spojení historie a moderního designu,
 - návrh jednoduchého patternu nebo grafického prvku, který lze používat jako vizuální "podpis" #DoJihlavy.
 - **Propojení Brána Jihlavy ↔ #DoJihlavy:**
 - jasně definovat, jak spolu obě značky vizuálně fungují (např. společná typografie, barevnost, modulární systém).
-

4. Praktické výstupy

- **Logo Brána Jihlavy** (ve všech variantách + v křivkách, PNG, JPG, SVG).
 - **Logomanuál** v PDF + otevřený soubor.
 - **Vizuální styl #DoJihlavy:**
 - moodboard + definovaná pravidla,
 - ukázky aplikace (plakát, post na Instagram, banner, roll-up, merchandising).
-

5. Cílová skupina

- Návštěvníci města (čeští i zahraniční turisté),
 - místní obyvatelé,
 - kulturní instituce a partneři,
 - média a propagace města.
-

6. Tonalita a styl

- přátelský, otevřený, inspirativní,
- hravost v kombinaci s důstojností historického města,
- důraz na **autentičnost a originalitu Jihlavy**.

Nabídka musí obsahovat tyto části:

1. Cenovou nabídku
2. Časový harmonogram/náročnost
3. Reference

Neúplné nabídky budou z dalšího hodnocení vyřazeny.

Způsob hodnocení nabídek:

1. Nejnižší nabídková cena včetně DPH – váha při hodnocení 70 %
2. Reference - váha při hodnocení 30 %

V Jihlavě 18.8. 2025