

Dôvodová správa

Zmena a doplnenie Všeobecne záväzného nariadenia Košického samosprávneho kraja č. 1/2002 o používaní symbolov Košického samosprávneho kraja v znení Všeobecne záväzného nariadenia Košického samosprávneho kraja č. 8/2008 a č. 5/2014

Používanie symbolov Košického samosprávneho kraja reguluje Všeobecne záväzné nariadenie (ďalej len VZN) Košického samosprávneho kraja č. 1/2002 o používaní symbolov Košického samosprávneho kraja, ktoré bolo dvakrát novelizované. Kým používanie erbu, pečate a vlajky kraja vychádza z heraldickej a historickej tradície pôvodných historických regiónov Košického samosprávneho kraja (ďalej len KSK), v roku 2008 doplnené logo KSK spolu so sloganom kraja sú skôr moderným vizuálnym elementom, ktorý vytvára „značku“ kraja v očiach jeho obyvateľov a návštevníkov. Je teda marketingovým produktom, ktorého životnosť je kratšia a má reagovať na aktuálne komunikačné a vizuálne trendy.

Kým oficiálne používanie symbolov kraja v úradnom styku sa ukazuje byť v praxi bez problémov, pôvodné logo KSK je už morálne zastarané a vyžaduje modernizáciu zodpovedajúcu aktuálnym marketingovým, komunikačným a vizuálnym trendom. Novela VZN teda prináša:

1. **Flexibilnejšiu reguláciu používania loga a sloganu KSK.** Cieľom úpravy je dosiahnuť voľnejší režim pri bežnej práci s logom KSK na Úrade KSK a v organizáciách zriadených KSK, zodpovedajúci rýchlosti marketingovej komunikácie. Úprava má zaviesť modernizované logo KSK a zároveň vypustiť potrebu regulácie loga KSK cez právne záväzný a cez VZN kodifikovaný dizajn manuál, čo nie je úroveň, ktorú by mali regulovať právne predpisy kraja. Pri zavedení a používaní dizajn manuálu KSK je v praktickom používaní potrebné zachovať vysokú mieru flexibility a adaptability (pozri obrazovú prílohu a praktické príklady použitia), čo regulácia cez VZN neumožňuje. Úprava zavádza aj vypustenie regulácie sloganu KSK vo VZN, keďže slogany prislúchajúce k logu v bežnej komunikačnej praxi môžu mať rôznu podobu prispôbenú komunikačnej situácii a príležitosti a menia sa v kratších časových úsekoch, aké by zodpovedali potrebe regulácie vo VZN.
2. **Modernizovanú podobu loga KSK pre nové desaťročie,** ktorá sa stane základom živšieho vizuálneho jazyka v komunikácii úradu a organizácii KSK.

Modernizované logo KSK vychádza z aktuálne prevažujúceho graficky minimalistického vizuálneho jazyka, ktoré je aktuálnym trendom pri rebrandingu aj iných miestnych a regionálnych samospráv vo svete. Modernizované logo pre nové desaťročie komunikuje:

1. **predstavu pohybu.** KSK nemá byť periférnou a zabudnutou inštitúciou, ale rýchlo reagujúcim partnerom pre potreby obyvateľov KSK. Pohyb a dynamika sú súčasťou identity obyvateľa východu a ako také majú byť sebavyjadrením občanov kraja a lákadlom pre návštevníkov KSK.
2. **predstavu spojenia.** Mosty a množiny spájajú, nevyčleňujú, identita obyvateľa východu silno pracuje so vzájomnou jednotou a solidaritou. KSK je hrdý na spojenie svojich prirodzených regiónov – Abov, Gemer, Zemplín a Spiš. V modernizovanej vizuálnej komunikácii sa nadväzuje na staršie vymedzenie symbolických farieb, ktoré sa osvedčilo – červená pre Gemer (baníctvo), zelená pre Spiš (hory), žltá pre Abov

(zlatý poklad) a modrá pre Zemplín (voda). Zároveň ho rozširuje do explicitných grafických prvkov, kde prirodzené regióny, s ktorými sa ich obyvatelia najviac emocionálne stotožňujú, dostávajú väčší priestor.

Modernizované logo KSK je dizajnované tak, aby sa prirodzene dopĺňalo s tradičným erbom KSK vo vzájomnej symbióze tam, kde bude synergické použitie erbu a loga KSK v praxi vhodné (pozri obrazovú prílohu).

Modernizované logo KSK má:

1. **symbolizovať vstup kraja do novej dekády** v 21. storočí s novou dynamikou a pohybom. Moderná a svieža vizuálna identita má pritiahnúť pozornosť ku KSK ako modernej inštitúcii reagujúcej na aktuálne trendy.
2. **pritiahnúť pozornosť verejnosti k užitočnosti samosprávneho kraja** pri 20. výročí ustanovenia samosprávnych krajov na Slovensku. Sociologické prieskumy, nízka volebná účasť, aj bežná prax ukazujú ako málo obyvatelia kraja poznajú právomoci svojho kraja a vedia, čo reálne riadi a ovplyvňuje.
3. **byť nadstranícke**. Nemá reprezentovať žiadnu ideológiu, ani svetonázor, ale identitu obyvateľov východu a spojenie prirodzených regiónov KSK a všetkých predstaviteľov KSK pre spoločný cieľ a verejné dobro. Má posilniť a vizuálne zatriktívniť aj komunikáciu poslancov zastupiteľstva KSK (pozri obrazovú prílohu).

Navrhovaná úprava sa v roku 2020 začne zavádzať do praxe postupne, v zmysle schváleného rozpočtu KSK na rok 2020, nie nárazovo, preto zostane rozpočtovo neutrálna. Modernizácia loga KSK je zároveň riešená vnútornými kapacitami marketingového oddelenia úradu, odpadá teda potreba nákladného riešenia novej grafickej úpravy. Marketingové oddelenie Úradu KSK po schválení novej úpravy zároveň vyhotoví nový logo manuál a dizajn manuál KSK, ktorý bude distribuovaný poslancom Zastupiteľstva KSK.

Súčasťou materiálu sú stanoviská odborníkov v oblasti grafického dizajnu a marketingovej komunikácie, ktoré podporujú schválenie nového VZN.

Interným hodnotiteľom, ktorý sa podieľal na vypracovaní predloženého logotypu bol **Mgr. Michal Novota**, konzultant a kouč v oblasti politického marketingu, reštartu a rozvoja značiek, PR stratégií, komunikačných a líderských zručností. Pôsobí v Českej a Slovenskej republike a na západnom Balkáne. Pracoval ako strategic planner reklamnej agentúry MARK / BBDO, tréner a program officer v International Republican Institute a hovorca Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu. Je členom Brand Council v Superbrands Slovakia, členom European Association of Political Consultants, aktivistom v Slovenskej organizácii pre vesmírne aktivity. Publikuje, od roku 2016 spolupracuje s týždenníkom .týždeň. V posudku sa vyjadril, že navrhované logo a logo manuál zodpovedá moderným trendom v práci s logom verejných inštitúcií a ocenil, že úrad sa rozhodol pre aktualizáciu loga kraja vlastnými silami, čím ušetril daňovým poplatníkom v kraji nemalú investíciu.

Oslovení externí hodnotitelia sa k návrhu vyjadrili pozitívne.

Mgr. Roman Juhás, spoluzakladateľ medzinárodnej dizajnerskej konferencie Eastern Design Conference, spoluzakladateľ kreatívneho co-workingového priestoru 436 LAB, zakladateľ a dizajnér v branding štúdiu Midfield, ktoré spolupracuje s klientmi ako GymBeam,

vydavateľstvo Absynt, Tabačka Kulturfabrik, Kino Úsmev či Mesto Košice hodnotil navrhovaný dizajn veľmi pozitívne.

Mgr. art. Ing. Richard Kitta, ArtD., prodekan pre umeleckú činnosť a vonkajšie vzťahy Technickej univerzity v Košiciach, **Ing. Martin Kolčák**, doktorand, vytvorený koncept hodnotia celkovo veľmi pozitívne.

Mgr. art. Michal Toporcer, kreatívny riaditeľ XLAB Realtime, medzinárodnej spoločnosti venujúcej sa marketingu, spolupracujúcej so značkami ako Volkswagen, Mercedes-Benz, Coca-Cola, Adidas, Samsung a inými, nový koncept víta a hodnotí ho ako pozitívny krok vpred.

Všetci oslovení posudzovatelia súhlasili so spoluprácou na finalizácii spracovaného dizajnmanuálu.

V Košiciach dňa 12.5.2020

Spracoval: Mgr. Martina Kožárová