

Hrvatska Lutrija d.o.o. raspisuje, a Hrvatsko dizajnersko društvo provodi javni

Natječaj za dizajn vizualnog identiteta Hrvatske Lutrije

Projektni zadatak Natječaja

U prvom dijelu projektni zadatak Natječaja pruža temeljne podatke o svrsi Natječaja te propisuje i obrazlaže obvezujuće elemente Natječajnog rada. U drugom dijelu daje sažeti pregled povijesti, aktualne tržišne pozicije, proizvoda i konkurencije Hrvatske Lutrije te predstavlja prioritetne smjernice razvoja i izazove koji tvore kontekst za implementaciju novog vizualnog identiteta.

Natjecatelji su obavezni pročitati projektni zadatak prije održavanja usmenog brifinga na kojem će moći postavljati pitanja koja se tiču rada na natječajnim rješenjima i same Hrvatske Lutrije. Natjecateljima se savjetuje poduzimanje samostalnog istraživanja na temu izvora, povijesti i suvremenog funkcioniranja igara na sreću.

7.6.2010.

Predmet i cilj Natječaja

Hrvatska Lutrija d.o.o. (u daljnjem tekstu HL) raspisuje javni natječaj za novi vizualni identitet koji će na suvremen i nadahnut način artikulirati ključne vrijednosti HL-a, obnoviti i redefinirati njegovu cjelovitu pojavnost te osnažiti njegovu ime i tržišnu poziciju. Novi vizualni identitet bit će predstavljen paralelno s uvođenjem novih proizvoda i novih kanala prodaje te tehnološkim i procesnim poboljšanjima i imat će važnu ulogu u komunikaciji tih promjena prema ciljnim javnostima. Unatoč tome što navedena poboljšanja predstavljaju kompleksne zahvate i rezultat su primjene vrhunskih profesionalnih standarda, ključno je da ton komunikacije prema korisnicima (u daljnjem tekstu 'igračima') bude pristupačan i vedar te reprezentira poziv na igru sa svim njezinim pozitivnim konotacijama. HL kod igrača želi potaknuti opuštenost i bezbrižnost koja može biti jedino rezultat povjerenja i na taj način postati ime koje jamči zabavu, jednako kao i ugled, pouzdanost i sigurnost. Očekuje se da će novi vizualni identitet biti i interni motivirajući čimbenik / ujedinijuća snaga unutar same Hrvatske Lutrije te da će potaknuti osjećaj pripadnosti kod zaposlenika.

Aktualni vizualni identitet

Aktualni vizualni identitet s prepoznatljivim motivom bubamare u funkciji je od 1994. godine. Unatoč postojanju (upitno poštovane) knjige grafičkih standarda, kao osnovni nedostatak tijekom godina korištenja pokazao se praktični izostanak jasne strukture sustava koji bi imao kapacitet ujedinjavanja svih u međuvremenu razvijenih pojedinih podidentiteta. Rezultat je neprepoznatljivost i međusobna nesrodnost sukcesivno dodanih identiteta igara, kladionica, automat-klubova i kasina koji stoga ne mogu koristiti snagu tržišne pozicije, stečeni ugled i prepoznatljivost matične Hrvatske Lutrije čiji su dio. Isto tako, pojedini identiteti nemaju vizualnih poveznica s krovnom identitetom niti se vode sustavno provedenim načelima grafičkih standarda pa ne mogu podržati imidž Hrvatske Lutrije kao snažne kompanije s bogatom ponudom proizvoda.

Aktualni zaštitni znak Hrvatske Lutrije predstavlja sedmotočkastu božju ovčicu, odnosno karakterističnu 'bubamaru'. Korištenje ovog simbola nalazi opravdanje u starim pučkim vjerovanjima da bubamare donose sreću onomu na koga sleće. Simbol bubamare uspješno je primijenjen u prepoznatljivom krovnom identitetu HL-a, no u potpunosti neiskorišten kao funkcionalni element izgradnje sustava i često neadekvatno interpretiran kao dekorativni element ilustracija i grafika.

Vizualni identitet - zahtjevi i preporuke

Novi vizualni identitet HL-a treba biti suvremeno koncipiran, oblikovno izražajan i prepoznatljiv sustav građen na logičnim zakonitostima i jednostavno primjenjiv u različitim medijima. Dok krovni identitet HL-a treba imati ujedinijavajući karakter, pripadajući sustav identiteta trebaju odlikovati strukturalna jasnoća, jednostavnost i preglednost. Potrebno je ponuditi funkcionalni odnos cjelovitog sustava vizualnog identiteta čiji dijelovi pokazuju nedvojbenu međusobnu pripadnost i razlikovanja pojedinih podidentiteta.

Uzimajući u obzir složenost sustava, odnosno brojnost podidentiteta HL-a, traži se predstavljanje nekoliko odabranih karakterističnih podidentiteta na temelju kojih će Ocjenjivački sud ocijeniti opću funkcionalnost rješenja. U interesu stvarne kvalitete i primjenjivosti idejnih rješenja, savjetuje se interno promišljanje šireg funkcionalnog konteksta, odnosno propitivanje razvijenih koncepata u sklopu pretpostavljenog potpunog sustava identiteta.

S obzirom na širinu ciljne skupine te istodobno njezinu raslojenost prema pojedinim igrama i drugim djelatnostima, preporučuje se detaljno informiranje o mehanizmima pojedinih igara i svim segmentima djelatnosti HL-a te na temelju tog razumijevanja razvoj rješenja razumljivog širokoj ciljnoj skupini.

Kriteriji vrednovanja

Ocjenjivački sud prilikom vrednovanja natječajnih radova dat će prednost jasno strukturiranim, profesionalno artikuliranim rješenjima izrađenima na temelju razumijevanja natječajne dokumentacije i samostalnog istraživanja i promišljanja teme Natječaja.

Posebno će se vrednovati odvažna suvremena rješenja, rješenja koja odražavaju bitne vrijednosti HL-a te fleksibilna rješenja koja predviđaju mogućnost rasta sustava bez narušavanja njegova integriteta.

Dizajneri se potiču na analizu i smjelu reinterpretaciju dosadašnjih elemenata vizualnog identiteta. Pomno će se razmotriti rješenja koja u određenoj mjeri vode računa o kontinuitetu prepoznatljivosti krovnog identiteta HL-a.

Ocjenjivat će se suvremenost rješenja, aplikativnost, prepoznatljivost, komunikativnost, originalnost i kapacitet sustava za daljnji razvoj, i u sklopu rada na izvedbenom rješenju, i u slučaju naknadne nadogradnje.

Sadržaj natječajnog rada

Prezentacija natječajnih rješenja treba sadržavati sve relevantne elemente sustava predstavljene u karakterističnim odnosima te primjere karakterističnih primjena i na taj način pružiti temelj za razumijevanje predloženog koncepta i sustava identiteta.

Uz prezentaciju, obavezno je kratko tekstualno obrazloženje koncepta, a moguće je priložiti i detaljnija objašnjenja, ako to autor smatra potrebnim.

Prezentaciju je potrebno izraditi na hrvatskom jeziku i pripremiti prema specifikacijama navedenima u Općim uvjetima Natječaja (7. Oprema i prezentacija natječajnih radova).

Natječajni rad treba sadržavati:

1. Krovni znak i/ili logotip HL-a

A / prikaz osnovnih grafičkih standarda znaka i/ili logotipa HL-a

- međusobni odnosi znaka, logotipa u skraćenom i punom obliku i slogana (više od igre)
- prikaz karakterističnih boja i tipografija

B / primjeri primjene

- prikaz vanjskog označavanja / identifikacija prodajnog mjesta - lokal HL-a
- prikaz vanjskog označavanja / identifikacija prodajnog mjesta - kiosk HL-a
- primjer primjene na naslovnici internetskog sjedišta
- primjer primjene na poslovnim papirima i natpisnoj ploči

2. Vizualni identitet igre: TV Bingo

A / prikaz osnovnih grafičkih standarda znaka i/ili logotipa TV Bingo

B / primjeri primjene

- primjer primjene na listiću TV Bingo
- primjer primjene na print oglasu

C / dodatni logotipovi TV Bingo:

- Logotip Bingo plus (dodatna igra)

- Logotip Super Bingo (najveći dobitak u igri TV Bingo)

3. Vizualni identitet djelatnosti: Automat klub

A / prikaz osnovnih grafičkih standarda znaka i/ili logotipa Automat klub

B / primjeri primjene

- prikaz vanjskog označavanja / identifikacija Automata kluba
- primjer primjene na print oglasu

4. Vizualni identitet djelatnosti: HL Kladionica

A / prikaz osnovnih grafičkih standarda znaka i/ili logotipa HL Kladionica

B / primjeri primjene

- prikaz vanjskog označavanja / identifikacija prodajnog mjesta - lokal HL-a
- prikaz vanjskog označavanja / identifikacija prodajnog mjesta - kiosk HL-a
- primjer primjene na print oglasu
- primjer primjene na LED displayu sportskih terena

POZADINA

Aktualno stanje i strateške odrednice razvoja

Uvod

Igre na sreću na području Republike Hrvatske počele su se organizirati 1951. godine osnivanjem Direkcije za Hrvatsku u sklopu Jugoslavenske Lutrije.

Do 1973. godine postojale su srećke, Sportska prognoza i Loto. Te godine Lutrija stječe pravni subjektivitet te pod nazivom 'Državno poduzeće Lutrija Hrvatske' djeluje kao samostalna tvrtka u sklopu 'Poslovne zajednice jugoslavenskih lutrijskih organizacija'. Osamostaljivanjem Lutrije Hrvatske proširuje se i njezin asortiman proizvoda.

U razdoblju od 1974. do 1992. godine uz srećke, Sportsku prognozu i Loto 7/39, počinju se priređivati i Loto 6/45, Instant i Ekspres Lutrija, Robno-novčana Lutrija, Tombola, Bingo te igre na sreću na automatima i u igračnicama. Lutrija Hrvatske 1993. mijenja svoj naziv u Hrvatska Lutrija d.o.o, pod kojim djeluje i danas.

Hrvatska Lutrija - više od igre

Danas je Hrvatska Lutrija državno poduzeće s ukupnim prometima i prihodima od igara na sreću te prodaje roba od 1,4 milijarde kuna (u 2009. godini). Zapošljava oko 1400 radnika i priređuje lutrijske igre, igre na sreću na automatima i u kasinima te klađenje.

Lutrijske igre, od kojih je najpopularnija Loto 7/39, dostupne su na ukupno 1300 prodajnih mjesta, od kojih 500 lokacija zaprima uplate i za igru klađenje.

Te su igre, kao i igre na automatima, dostupne i u 22 automat-kluba koja se nalaze diljem Hrvatske.

Igre u kasinima priređuje u 6 kasina koji također ujedinjuju ukupnu ponudu igara Hrvatske Lutrije.

Sadašnji razvoj Hrvatske Lutrije uključuje osuvremenjivanje tehnologija i procesa, uvođenje novih proizvoda (internetske igre i sustavi klađenja, procesuiranje igara putem interneta i mobilnih telefona), usklađivanje s europskim standardima i usvajanje strogih načela društvene odgovornosti u priređivanju igara.

Cilj je HL-a vodeća pozicija na tržištu igara na sreću u Hrvatskoj te 'dostupnost na svakom koraku'. Hrvatska Lutrija dugo je gradila današnje povjerenje svojih ciljnih javnosti i sada želi nadmašiti očekivanja igrača - bogatim asortimanom i kvalitetom proizvoda i usluga te inovativnošću i primjenom suvremenih tehnologija. Hrvatska Lutrija igre priređuje odgovorno, pouzdano, zabavno za igrače i korisno za društvo u cjelini te tako postavlja nove standarde u lutrijskim igrama, kao i u drugim

segmentima poslovanja u kojima tržište dijeli s konkurentskim djelatnostima (kladionice, automat-klubovi, kasina).

Proizvodi

1. Lutrijske igre

Loto 6/45 (jednom tjedno - nedjeljom na TV-u)

Loto 7/39 (dva puta tjedno - srijedom i subotom na TV-u)

Joker (tri puta tjedno na TV-u u sklopu izvlačenja Loto 6/45 i Loto 7/39)

TV Bingo 15 od 90 (jednom tjedno - ponedjeljkom na TV-u)

Keno (svaki dan)

Toto 13 (dva puta tjedno)

Prigodne lutrije (Božićna, Uskrsna Lutrija)

Ekspres Lutrija

Instant Lutrija

Hrvatska Lutrija jedina ima pravo na priređivanje lutrijskih igara - ima monopol.

2. Ostali segmenti djelatnosti igara na sreću

HL Kladionica

HL Automat klub

HL Casino

Direktna konkurencija: sportske kladionice, privatni automat-klubovi i kasina, internetski operateri specijalizirani za klađenje i/ili kasino igre (bwin, bet-at-home, Poker Stars...), igračnice na crno.

Indirektna konkurencija: strane lutrije (Euromillions), razne nagradne igre (koje organiziraju mediji i proizvođači ili zastupnici), TV, telefonski i radijski formati igara i kvizova, kompjutorske igre.

Lokalna konkurencija / kladionice, automat-klubovi i kasina

U posljednjih su deset godina razni oblici igara na sreću u Hrvatskoj doživjeli ekspanziju (klađenje i automati posebno). Za razliku od uvriježene percepcije da je kladionicama i kasinima ponajprije u interesu profit pa sukladno tome i needucirani igrači, Hrvatska Lutrija svojom tradicijom te visokim etičkim i poslovnim standardima jamči pošten odnos prema igraču te široku ponudu i uvjete klađenja

/ igranja koji ne zaostaju za aktualnim svjetskim standardima. S druge strane, koncept odgovornog klađenja / igranja podrazumijeva jasnu komunikaciju pravila i svih relevantnih informacija te educirano osoblje i igrače. Vizualni identiteti Kladionica i Casina Hrvatske Lutrije trebaju jasno komunicirati pripadnost krovnom identitetu, vrijednosti svoje matice (odgovornost, pouzdanost, zabava, povjerenje, plemenito ulaganje financijskih sredstava) te tržišnu stabilnost i dominantnost proizašlu iz tradicije i visokih profesionalnih standarda Hrvatske Lutrije.

Globalna konkurencija / internetske kladionice i igre

Zbog globalne recesije, podaci o prihodima od igara diljem svijeta pokazali su pad već u 2008. godini. No, prema istraživanju GBGC-a (Global Betting and Gaming Consultants) 2009. koje je uključilo i Hrvatsku, podaci za istočnu Europu pokazali su odstupanje od tog trenda. Zahvaljujući kombinaciji čimbenika koja uključuje uvođenje broadband tehnologije, kao i sklonost igrama na sreću i zakonske predispozicije, analitičari predviđaju nastavak rasta u segmentu internetskog klađenja i igara unatoč gospodarskom nazadovanju. Na nedavnoj EIG (European iGaming) konferenciji* u Barceloni fokus je bio na četiri tržišta - hrvatskom, poljskom, slovačkom i češkom - visokokompetitivnim tržištima s višim udjelom igara na sreću / klađenja u bruto domaćem proizvodu i većom gustoćom per capita od većine europskih zemalja u usporedbi s Ujedinjenim Kraljevstvom, gdje postoji duža tradicija legalnog kockanja. Jedan je od zaključaka da se u Hrvatskoj u sljedećih pet godina očekuje snažan rast u segmentu online klađenja i igara na sreću u prosječnoj stopi od najmanje 25% godišnje.

U takvoj tržišnoj konstelaciji, ključno je učvrstiti imidž Hrvatske Lutrije utemeljen na tradiciji, profesionalnosti i etičnosti poslovanja kao tvrtke koja zaslužuje povjerenje svojih ciljnih skupina i na toj osnovi uspješno pozicionirati Hrvatsku Lutriju kao suvremenu kompaniju okrenutu novim medijima i tehnologijama. Očekuje se da će cjelovit sustav vizualnog identiteta znatno pridonijeti uspješnoj komunikaciji inovacija u ovom segmentu ponude.

Dobrotvorna orijentacija

Društvena solidarnost, odnosno humanitarna misija čini bitnu sastavnicu djelovanja Hrvatske Lutrije. Vodeći se mnogobrojnim primjerima dobre prakse razvijenih europskih društava, razvijen je društveno osjetljiv i odgovoran model poslovanja koji uključuje redovite godišnje natječaje za financiranje vrijednih projekata u kulturi i sportu, sponzorstva i sudjelovanje u humanitarnim akcijama. Kriteriji za raspodjelu sredstava u skladu su s nacionalnim strategijama i programima zadovoljavanja javnih potreba te poticanja razvoja civilnog društva. Tijekom posljednjih deset godina Hrvatska Lutrija u navedene svrhe izdvojila je više od 314 milijuna kuna.

Društvena odgovornost

Odgovorno igranje znači donošenje izbora na temelju svih činjenica i zadržavanje kontrole nad potrošenim vremenom i financijskim sredstvima. Osoba koja igra odgovorno podrazumijeva da je igranje zabava, a ne način zarade ili bijeg od problema, te uzima u obzir male izgleda za dobitak. Isto tako, ne pokušava nadoknaditi gubitak, za igru ne koristi sredstva namijenjena za osnovne životne potrebe ni posuđeni novac. Odgovorno igranje ne utječe na prijateljske i obiteljske odnose. Aktualna edukacija svih zaposlenika jedna je od mjera za prevenciju neodgovornog igranja i njegovih štetnih posljedica za igrače i društvo u cjelini.

Razvijene su mjere prevencije razvoja ovisnosti o igri i mjere za umanjivanje štete te edukacija svih zaposlenika s ciljem prepoznavanja neodgovornog igranja (s naglaskom na kompulzivno i maloljetničko igranje) i adekvatnog reagiranja. Ključni su elementi prevencije informiranje i senzibiliziranje ciljnih skupina i javnosti, dostupnost relevantnih informacija na internetskim stranicama, u medijskim kampanjama i na mjestima igre te dostupnost informacija o profesionalnoj pomoći. Otvorena i jasna komunikacija, kako prema ciljnim javnostima tako i interna, u sprezi s mogućnostima za profesionalni razvoj zaposlenika i kreiranjem poticajnog radnog okruženja, ima za cilj podržati dosljedno prakticiranje društvene odgovornosti na svim razinama djelovanja Hrvatske Lutrije.

Mehanizmi igara i opisi usluga

Na internetskim stranicama HL-a natjecatelji mogu naći niz relevantnih podataka o HL-u, kao i pojedinim proizvodima i uslugama. Na sljedećih nekoliko adresa možete naći podatke koji se izravno odnose na mehanizme i karakter igara i usluga čiji su vizualni identiteti traženi u sadržaju natječajnog rada. Molimo natjecatelje da sva dodatna pitanja pripreme za usmeni brifing.

TV Bingo 15 od 90:

<http://www.lutrija.hr/BingoKakoigrati>

Bingo plus:

<http://www.lutrija.hr/BingoplusKakoigrati>

Česta pitanja:

<http://www.lutrija.hr/BingoplusCestapitanja>

<http://www.lutrija.hr/BingoCestapitanja>

Automat klubovi:

<http://www.lutrija.hr/Default.aspx?art=49980&sec=4924>

* predavanje Tihane Juričan (Research Analyst Europe & Croatian Office Manager, Global Betting & Gaming Consultants, Isle of Man) 'Track two - New markets - legal and business'

