



EXKLUZIVNÍ SET „VĚK JE JEN ČÍSLO“

Předmět: Originální předmět (byl designován a celý vyroben na zakázku zadavatele)

Příhlašovatel: RD Present, s.r.o.

Autor: Česká spořitelna, a.s.



Kolekce vznikla k 200. výročí České spořitelny jako součást rozsáhlé komunikační kampaně „Věk je jen číslo“, která oslavuje dlouhou historii značky a zároveň zdůrazňuje její mladého ducha a moderní přístup. Kolekce zahrnuje bundu, tričku, mikinu, čepici a batoh, všechny vyrobené v přesných Pantone barvách České spořitelny s výrazným číslem „200“. Jednalo se o velmi náročný proces barvení všech druhů látek a materiálů, což byl několikaměsíční proces ladění vzorků, tak aby barevnost odpovídala 100% zadání klienta. Na provedení střihů a jednotlivých barevných kombinací pracovali návrháři a designéři více jak 6 měsíců. Kvalita materiálů a provedení odpovídá nejnovějším trendům dnešní doby. Každý kousek prošel státní zkušebnou, tak aby odpovídal všem normám.

Každý kus byl navržen s důrazem na kvalitu a detail – jemné štítky, labely a decentní označení na rukávech mikin podtrhují prémiový vzhled celé kolekce. Textilní set působí sjednoceně, reprezentativně, přitom přirozeně moderně. Exponát je opatřen sloganem „Je nám 200 let, ale raději než zpět se díváme dopředu. Společně tvoříme #silnějšíbudoucnost.“

Představuje tak reprezentační výroční kolekci, která byla určena pro zaměstnance, partnery i klienty banky. Kolekce propojuje funkčnost, pohodlí a elegantní design s důrazem na vizuální identitu značky. Symbol „200“ zde vystupuje jako výraz hrdosti, kontinuity a stability, ale zároveň nese odkaz moderního myšlení a otevřenosti budoucnosti.

Součástí celé výroční kampaně byla i komunikační kampaň, která odstartovala 12. února 2025. K vidění byla v televizi, kině, online kanálech či sociálních sítích. V komunikačním mixu nechybí ani outdoorové reklamní plochy, billboardy nebo LCD obrazovky v pobočkové síti. Oslavuje všechny klienty ČS. Cíl v rámci kampaně byl podpořit povědomí o výročí 200 let banky.