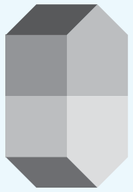
ZÁŘIVÉ A JEDINEČNÉ NOVÉ LOGO MĚSTA ČELÁKOVIC

Piktogramy, symboly, značky. Zjednodušené obrázky, které na první pohled identifikuje Švýcar, Maročan i Číňan. Jsou univerzální, jednoznačné, nezaměnitelné a cílí jediným směrem: zaujmout a zůstat pevně otisknuté v podvědomí.

Po podobné značce touží nejedno město. Má sice svůj znak, ale ví, že v dnešním světě obstojí spíše s jasným a srozumitelným logem než se složitým znakem, který má svou historickou podobou zdobit výjimečné a slavnostní okamžiky v městském životě. To byl i případ Čelákovic, které z čistě praktické potřeby mít vlastní hlavičkový papír, jednotnou podobu vizitek i snahy zjistit, který že městský znak je vlastně ten správný, dokázaly vytěžit maximum. Výsledkem je nejen nové logo, ale i sjednocená vizuální identita města.

„Logo je pozitivní a jako diamant doslova září. Jeho symbolika je jednoznačná a pro Čelákovice naprosto vystihující, prostě domov na Labi. Tohle logo si s žádným jiným nespletete, každý, kdo se na něj podívá, si ho už navždy spojí s naším městem. Přesně to jsme od nového loga očekávali,"

Josef Pátek, starosta města



ČELÁKOVICE

ČELÁKOVICE

DOMOV NA LABI

POŽADAVKY NA NOVÉ LOGO A JEHO CENA

Na základě instrukcí k tvorbě loga a seznamu položek, které mají být spolu s ním vytvořeny (hlavičkový papír, obálka, vizitky, prezentace, letáky, bannery, emailová patička, kompletní logomanuál, převedení znaku a praporu města do kvalitní grafické podoby), poptalo město deset renomovaných grafických studií z celé České republiky.

Všechna oslovená studia jsou členy Unie grafického designu a s tvorbou logotypů i korporátních identit mají bohaté zkušenosti. Některá z nich si toho také jsou dobře vědoma a zakázku nacenila nad možnosti města Čelákovic (až 125 tisíc korun). Naopak jiná studia vzala v potaz prestiž, kterou tvorba městského loga znamená, a svou nabídku dostala pod hranici 60 tisíc korun. Nejvýhodnější z nich v hodnotě 48 tisíc vč. DPH zaslalo grafické studio HRaNA, s.r.o.

Instrukce k tvorbě loga:

- v logu je užit název města,
- logo vyjadřuje město moderní, otevřené a přátelské vůči svým obyvatelům a návštěvníkům,
- logo zohledňuje motto zvolené občany pro Strategický plán: „Čelákovice – domov na Labi",
- logo je zaměřené na obyvatele Čelákovic, zároveň působí vstřícně, zdravě sebevědomě a jedinečně na sousední obce i turisty,
- logo může vyjadřovat město v srdci Polabí, obklopené krásnou přírodou a obtékané řekou Labe.

AUTOŘI LOGA

Grafické studio HRaNA vedou Pavel Hrych a Aleš Navrátil, absolventi Vysoké školy uměleckoprůmyslové v Praze. Pod společnou značkou vystupují od roku 2002, ale v oboru působí již více než dvacet let. V roce 1991 spoluzaložili grafický časopis Font – nejuznávanější tuzemské periodikum v oboru grafický design, jehož loga i dlouholeté grafické úpravy jsou autory (ta byla v soutěži magazínu Strategie odbornou veřejností zvolena ze všech českých časopisů jako druhá nejlepší). V jejich portfoliu jsou realizace vizuální identity od tvorby loga přes tiskové materiály, webdesign a další nositele vizuální komunikace až po zpracování reklamních kampaní.

Přestože sami své práce do soutěží neposílají, mají na kontě řadu cen z klání, do kterých jejich návrhy přihlásili klienti-zadavatelé. Opakovaně bodovali s výročními zprávami v každoroční soutěži o „Nejkrásnější výroční zprávu". Za vytvoření loga a corporate identity získali „Zlatou pecku", nejprestižnější české ocenění udělované Asociací českých reklamních agentur. V letošním roce obdrželi ocenění od evropského fondu Cost za design knihy Texture Analysis, dále „Special Achievment Award for Outstanding Marketing" od americké společnosti Pentron za katalog DEQ a jimi zpracovaný Průvodce Českým Švýcarskem obsadil 1. místo na národní přehlídce propagačních materiálů Tourpropag v kategorii Informační brožura.

Snaží se, aby jejich práce byly moderní a zároveň nadčasové. Na otázku ohledně filozofie své tvorby odpovídají: „Náš design slouží dané věci, cílem není zviditelňovat samotnou grafickou podobu. Chceme, aby lidé při pohledu na naši práci řekli: To je hezká kniha, elegantní vizitka, chytré logo... Ne jen: „To je dobrý design."

HRaNA

ROZHOVOR S AUTORY

Proč město potřebuje logo a jednotnou identitu?

Vizuální identita, jejímž základním kamenem je logo, hraje významnou roli ve vytváření povědomí o městě i při jeho jednoznačné a snadné identifikaci, kdekoli se vyskytne zmínka o něm. Má-li být městu věnována pozornost, musí být co nejlépe viditelné. Při žádoucí pozitivní pozornosti by se toto zviditelňování mělo realizovat pozitivní formou. Jednotná tvář města od vzhledu vizitek jeho představitelů po grafickou podobu webových stránek je jeho nedílnou a důležitou součástí, má široké uplatnění a do jisté míry ovlivňuje atmosféru, která je spojena s vnímáním města coby instituce i jako místa k životu.

Předkládali jste více návrhů loga. Zvítězil podle vás ten nejlepší z nich?

Ano, z návrhů, které jsme komisi předložili, byl vybrán z našeho pohledu právě ten favoritní. Představitelé města ve své většině projevili prozíravost a zvolili logo, které vyniká nejen mezi našimi ostatními variantami, ale troufáme si říct, že je výjimečné i v kontextu jiných obcí u nás. O srovnání se značkami zahraničních měst se zde nechceme příliš vyjadřovat, aby to nevyznělo jako samochvála. Naší ambicí nicméně bylo vytvořit značku, jež by obstála i vedle takových ikon, jakou je logo New Yorku (tím je věta I LOVE NY, jejíž prostřední slovo je nahrazeno symbolem srdce). Srovnání Čelákovic s přední světovou metropolí samozřejmě působí úsměvně, ale přítomnost sympatického archetypu, vstřícnost a pozitivní atmosféra jsou společné pro znaky obou měst. Tuzemským příkladem progresivní městské značky s nápadem, který rezonuje s duchem i vizí města, může být logo Ostravy se třemi vykřičníky.

Z čeho jste při tvorbě značky Čelákovic vycházeli?

Inspirací byl jednoznačně slogan „Domov na Labi". Zde musíme Čelákovicím gratulovat – málokteré město má tak vydařené motto. Hodnoty, které vyjadřuje, jsme se snažili vtisknout i do nové značky. Vodítkem při tvorbě loga města byla i vize Čelákovice 2030, zformulovaná v loňském roce, která začíná slovy: Čelákovice 2030 jsou čisté prosluněné město na Labi, plné zeleně, pohody a klidu. Poskytují plnohodnotné bydlení, pracovní příležitosti, širokou škálu kvalitních služeb..." Labe jsme zde vyjádřili netradiční formou odrazu domu na hladině. Tato symbolika nejen dokonale souzní se sloganem, ale signalizuje také sepětí města s okolní přírodou. Způsobem jejího vyjádření jsme se vyhnuli křivkám zelených linek a stylizovaným stromům, tolik nadužívaným v logách českých měst, jejichž znaky jsou si ve snaze o zapojení přírodních prvků podobné jako vejce vejci. Před několika týdny se zástupce našeho studia coby člen odborné komise zúčastnil výběru loga Nového města nad Metují. Přestože Nové město má řeku přímo ve svém názvu, soutěžní návrhy, které se vezly na jejích stylizovaných vlnkách, neuspěly – kromě jiného právě kvůli zmíněné prvoplánovosti. Odlišná podoba loga Čelákovic bez podobných obvyklých atributů bude navíc mnohem lépe fungovat v sousedství dalších značek, ale i vedle znaku města, jehož dominantou je zelenohnědý dub.

Je rozdíl mezi prací na logu pro firmy a město?

Napadá nás, že především v honoráři. :) To prosím neberte jako povzdechnutí – možnost tvořit logo Čelákovic pro nás byla ctí. Při stanovení ceny jsme tedy přihlíželi nejen k finančním možnostem města, ale i k tomu, že nás tato práce bude bavit, což se potvrdilo. Koneckonců motto našeho studia zní „HRaNA – hra na design". Věříme, že onu energii hravosti se nám podařilo vnést do loga a že ji bude vyzařovat na všechny strany.

„Snažili jsme se, aby nové logo mělo chladnou eleganci vybroušeného diamantu a současně sálalo útulným teplem domova," říkají autoři nového loga Čelákovic ze studia HRaNA.

Bylo zpracování značky v něčem obtížné?

Při tvorbě jsme zohledňovali několik cílových skupin, kterým je logo Čelákovic určeno. Jednou z nich jsou organizace nejrůznějšího typu, od státních institucí přes sousední města až po sponzory. Z jejich pohledu by mělo být město prostřednictvím své vizuální identity vnímáno jako seriózní, důvěryhodný partner pro obousstrannou komunikaci a spolupráci. Také tiskoviny pro tuto cílovou skupinu by měly působit zmíněným dojmem. Svou barevností logo oživí čistou plochu těchto oficiálních dokumentů a osová kompozice značky podtrhne jejich váhu a důstojnost. Logo je natolik výrazné, že osobitou identitu dokáže vtisknout i tomu nejnudnějšímu formuláři, čímž dlouhodobě působí ve prospěch Čelákovic. V době, kdy obce soupeří o nejrůznější granty a dotace, je důležité budovat povědomí o městě na všech úrovních. Další cílovou skupinu, na niž logo působí, tvoří obyvatelé Čelákovic. Jim by logo mělo evokovat příjemné životní prostředí, pohodlné bydlení, stabilitu a v neposlední řadě i přehlednou a srozumitelnou politiku radnice. Bohatství barev v logu slibuje prosperitu i aktivní život města, jeho otevřenost, modernost a dynamický rozvoj. Občanům i dalším cílovým skupinám, mezi které patří návštěvníci Čelákovic a turisté, nabízí kromě již zmíněné přírody také širokou paletu služeb a pestrost kulturního i sportovního vyžití.

Logo by tedy mělo oslovit prakticky všechny, kdo se s ním setkají.

V podstatě ano. Značka, kterou jsme vytvořili, je v tom nejlepším slova smyslu univerzální. Její statická, osově souměrná kompozice odkazuje k tradici a podporuje již zmíněnou důvěryhodnost, dynamická barevnost osloví svou otevřeností a Čelákovice řadí mezi moderní města 21. století. Přestože znak má šest barevných odstínů, díky jejich vzájemné vyváženosti působí kompaktně. Neutrální šedá v názvu města vhodně doplňuje tuto škálu, aniž by ji posouvala. Snažili jsme se, aby nové logo mělo chladnou eleganci vybroušeného diamantu a současně sálalo útulným teplem domova. Jsme opravdu rádi, že se podařilo vytvořit i schválit čisté a geometricky jednoduché logo, které má jasnou a originální myšlenku. Není samozřejmé, aby si takto vysoce stylizovaná značka podržela emotivní náboj a navzdory své schématičnosti dokázala zaujmout netradiční podobou.

Chcete touto cestou něco vzkázat občanům?

Víme, že přijímání změn je někdy těžké. Čelákovickým i jejich novému logu proto přejeme, aby se navzájem dobře sžili. Věříme, že až si občané na novou značku města zvyknou, budou se s ní rádi potkávat a tu a tam na ni třeba budou i pyšní, tak jako mohou být na své město. Budeme rádi, když nová identita pomůže Čelákovicím realizovat jejich smělé plány a jsme rádi, že jsme k jejich naplnění mohli alespoň trochu přispět.

–pek–

Ukázky různého použití loga: billboard (1), reklamní předměty (2, 3)