

Nymburk v novém

Město Nymburk má od ledna 2018 novou identitu. Jejími autory jsou Markéta Hanzalová, Miroslav Roubíček a Martin Poláček za studia Colmo.

font Vedení města Nymburk se rozhodlo v březnu 2017 vyhlásit soutěž na zpracování návrhu vizuálního stylu města. Unie grafického designu byla přizvána jako odborný partner pro hladký průběh celého výběrového řízení. Na základě několika schůzek nad jeho obsahem a formou bylo rozhodnuto o uspořádání vyzvané neanonymní soutěže. Na základě referencí bylo v druhé polovině roku osloveno 15 grafiků či grafických studií, z nichž se nakonec rozhodli účastnit a koncem září předložit své prezentace grafici ze studií Colmo, Breisky, Beneš & Michl, dále Věra Marešová a Veronika Vojtová. V komisi za UGD zasedli Michal Kotyza a Štěpán Holíč.

Vyjádření Štěpána Holíče za UGD

Návrh grafického studia Colmo oslovil porotce sympaticky provedeným systémem, který dokáže komunikovat od jedné výrazné litery, po komplexní text, doplněný v případě potřeby sérií obecně i lokálně orientovaných piktogramů. Porotci sepsali řadu praktických připomínek, řešících především technické nesrovnalosti v sazbě úředních listin, problematiku souběh znaku a loga či poměrové vztahy značky s názvy městských institucí. Studio zapracovalo na odladění finální prezentace a předložilo tak veřejnosti první letošní branding českého města.

Vítězné studio Colmo

Za studio Colmo odpověděl Fontu na následující dotazy Miroslav Roubíček:

Vybrané řešení se nám líbí svou jednoduchostí – hříčka, ze které jsou jasně patrné hradby. Jaká byla cesta k tomuto nápadu?

Začátkem července 2017 jsme byli vyzváni k účasti v soutěži na novou značku a vizuální styl města Nymburk a od té doby vlastně probíhala jak samotná práce na návrzích, tak i pozdější realizace vybraného konceptu. Zvažovali jsme, zda se do soutěže vůbec přihlásit, přeci jen se soutěží příliš neúčastníme. Nicméně město od začátku spolupracovalo s Uníí grafického designu, v porotě byli zastoupeni též její zástupci, podmínky byly férové a v neposlední řadě nás přesvědčila energie samotných zastupitelů. Od začátku bylo jasné, že město skutečně hledá novou kvalitní a sjednocenou vizuální komunikaci. V té době jsme navíc začali spolupracovat s Martinem Poláčkem a chtěli jsme si vyzkoušet, zda dokážeme fungovat jako tým. Martin je spoluautorem jak značky, tak i vizuálního stylu. Nymburk prochází určitou revitalizací, žije poměrně bohatým kulturním a sportovním životem, sami obyvatelé jsou právem

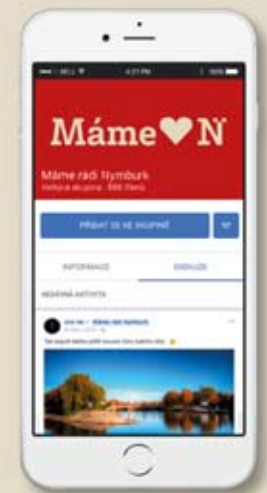
pýšní na svou jedinečnou architektonickou historii a současnost. Cítí, že i jejich město má co nabídnout a nemusí být známé pouze jako město Bohumila Hrabala. Pohodová atmosféra byla znát na každém kroku. Hodně času jsme věnovali samotným skicám a diskuzím. Shodli jsme se na tom, že značka by měla být nadčasová a zapamatovatelná a měla by odrážet především historickou tradici Nymburka. Nabízela se tradiční cesta stylizace historické architektury, urbanismu města či Labe. Nám to však bylo málo. Chtěli jsme vytvořit značku, která jednoduchým vtipem řekne vše podstatné. Vzniklo mnoho variant řešení serifů jako symbolů hradeb městského opevnění (a zároveň symbolizujících cihlovou gotiku), avšak postupnou redukcí jsme došli až k této super jednoduché úpravě horního serifu litery N. Navíc počáteční litera N funguje i jako samostatná zkrácená verze loga a neubírá na síle celému nápadu. Od začátku jsme této koncepci věřili, i když nám bylo jasné, že tento radikální přístup se nemusí zcela potkat s představou radnice a obyvatel.

U vašeho druhého návrhu se pracuje „pouze“ se symbolem čárky – není to podle vás až příliš univerzální a minimalistické? A co si myslíte o logách českých měst z poslední doby (např. šipky pro Liberec, Plzeň)?

Náš druhý návrh byl více konceptuální a vsadil na jednu kartu. Vnímali jsme Nymburk jako poetické místo pro život, prodchnuté historií a především literárním odkazem Bohumila Hrabala. V tomto ohledu má město výjimečné postavení. Všeobecné povědomí o jeho tvorbě jsme chtěli využít jako východisko pro novou značku a identitu. Chtěli jsme vytvořit originální koncept, který by bořil zažitě přístupy a nebyl graficky uzavřený. Značka s čárkou je jako začátek věty, která dále vypráví příběh města, lidí, krajiny. Ironizuje, provokuje, není jen grafickým symbolem města. Koncept nadále počítal s tím, že značka bude uvozovat texty upravené na míru danému materiálu a stane se součástí konkrétní věty. Celou identitu lze tak číst jako literární dílo. Nicméně nám bylo jasné, že tento koncept je poměrně složitě uvést v život tak, aby skutečně fungoval v běžném provozu. Přesto ho považuju za výjimečný a baví mě svou určitou drzostí. V průběhu tvorby jsme si samozřejmě dělali průzkum nových značek a identit českých měst. Za kvalitními značkami a identitami vždy stojí perfektně zvládnutá organizace celé soutěže, termíny, smysluplné zadání, ohodnocení a odborná porota. Pokud město investuje nemalou částku z rozpočtu na svou novou a dlouhodobou propagaci, mělo by tyto zásady respektovat. Subjektivně vnímám nové značky Plzně a Liberce jako kvalitní symboly měst, určitě budou v mezinárodním kontextu dobře fungovat. U Plzně se nabízela ke zpracování spousta klíčů a jsem rád, že nakonec zvítězila tato varianta. Emocionálně mě více přitahoval jiný z návrhů studia Dynamo design, ale bylo znát, že myšlenka organické litery P už v rozpracované vizuální identitě tak dobře neobstojí. U Liberce právě postrádám tu emocionální linku. I když samotné logo je mi sympatické, v aplikacích je znak „stříšky“ už nadužíván a nevytváří hravý systém, který se tu nabízel. Pokud bych měl být kritický, u obou mi chybí odvaha jít za hranice zadání. To se povedlo u nové vizuální identity Valašského Meziříčí.

Naším čtenářům na blogu se nezdál polep auta městské policie, že není v souladu se zákonem – jak to s ním dopadlo? A jaké jste měli největší komplikace při tvorbě jednotlivých aplikací do grafického manuálu?

V současné době jsou vytvořeny manuály JVS jak pro samotné město, tak i pro městské instituce, Policii a Technické služby. Na konci ledna 2018 jsme celý rozsáhlý koncept prezentovali veřejnosti v místním kině Sokol a myslím, že se setkal s pozitivní odezvou. Od začátku jsme si uvědomovali, že pokud má mít naše práce smysl a má skutečně dojít k co nejširší implementaci nové identity, musíme být v co nejúžším osobním vztahu



🕒 Druhý soutěžní návrh studia Colmo 🕒 Nová vizuální identita Nymburka





se všemi zainteresovanými. Výhodou menšího města je především jiné fungování vzájemných vztahů než u velkých měst. V Nymburce jsme byli poměrně často a díky vzájemným sympatiím jsme měli možnost vysvětlovat náš koncept nejen představitelům městským institucím. Prezencím jsme věnovali hodně času a vyplatilo se. Nakonec se do společné identity zapojily i další instituce, např. Nymburské kulturní centrum, knihovna, infocentrum a vpadá to, že přibudou i další. Co se týče polepu aut městské policie, v návrzích jsme používali spíše ideální variantu, nicméně v manuálu už jsou polepy kodifikovány dle příslušné vyhlášky, která je poměrně striktní. Přesto se nám podařilo zachovat některé prvky z nového vizuálního stylu. Vlastně jediný problematický moment nastal, když jsme si uvědomili, že hra

se symboly nelze personifikovat na vizitkách. Původní představa, že každý bude mít svou sadu symbolů, není realizovatelná např. při dotisku, stejně tak osobní výběr a konzultace ikon by zabraly spousty času. **Jak konkrétně v grafickém manuálu pro Nymburk řešíte firemní písmo a jak to bude s licencemi?** Dlouho jsme se věnovali výběru kvalitního písma jak pro značku, tak i pro celkovou vizuální identitu. Nakonec jsme vybrali rodinu písma Brix německých typografů Hanesse von Döhrena a Liviuše Dietzela (písmoljiva HVD), která existuje i bezserifové variantě. To se ukázalo jako zásadní přednost, můžeme využívat celé spektrum řezů a strukturovat tak důležitost informací. Pro zásadní informace a titulky využíváme Brix

Slab, pro méně důležité Brix Sans. Pro běžnou komunikaci jsou připraveny šablony s doplňkovým písmem Calibri, které je systémové a kvalitně zpracované. Město Nymburk vydává vlastní tiskoviny, např. městský zpravodaj, kulturní přehled, informuje a inzeruje na veřejných plochách, produkuje velké množství merchandisingu. Všechny tyto materiály jsme již navrhli v rámci rozpracování soutěžního návrhu a posléze stanovili pravidla jejich používání v grafickém manuálu. Město má osvědčenou spolupráci se svými grafiky, nemusela se tak kupovat multilicence pro všechny počítačové stanice, ale pouze pro ty, kteří se podílejí na tvorbě komunikačních materiálů. Musím dodat, že celý projekt byl pro nás nesmírně obohacující a i díky progresivnímu vedení města máme nadále

možnost se podílet na udržení kvality celkové vizuální komunikace města. Ze zkušenosti víme, že pokud má projekt opravdu fungovat a ne být jen fragmentem původní myšlenky, je rovnocenný dlouhodobý vztah se zadavatelem zásadní. Věřím, že toto příjemné město na Labi našlo svou novou kvalitní vizuální komunikaci. 🍷

- 🍷 Předchozí stránka – nahoře: dva návrhy studia Breisky •
- 🍷 dole: soutěžní návrh Věry Marešové
- 🍷 Studio Beneš & Michl: tři varianty loga Nymburku a ukázka aplikací jedné z nich
- 🍷 Soutěžní návrh Veroniky Vojtové

