

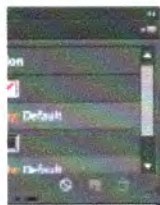
Pani Beato,

po długich rozmowach i burzy mózgów na temat logotypu dla świdwińskiego CUW doszliśmy do pewnych wniosków, z którymi musimy się z Panią podzielić. Będzie długo, więc prosimy o zarezerwowanie sobie chwili na tego maila :)

Jesteśmy grafikami w branży od ponad 10 lat. Zdążyliśmy przez ten czas zaobserwować jak w dziedzinie identyfikacji wizualnej tworzą się trendy, mody, style. Niestety zdążyliśmy też zauważyć jak w stosunkowo niedługim czasie te trendy przemijają pozostawiając klienta z przestarzałym, niefunkcyjnym logo. Obserwacja ta zawsze trzymała nas z dala od projektowania tego co teraz modne, przedkładając ponad to funkcjonalność, użyteczność, nieprzemijającą estetykę, dalekowzroczność. Mając w sercu te zasady, doszliśmy do wniosku, że tworzenie kolejnego odrębnego logotypu wchodzącego pod płaszczyk miasta Świdwin jest może i dla nas korzystne finansowo, ale niestety krótkowzroczne. Praca, którą wykonujemy to nie tylko zarobek, ale chęć realnego wpływania na estetykę otaczającego nas świata. Jesteśmy przekonani, że nowe logo CUW zaprojektowalibyśmy na bardzo dobrym poziomie z uwzględnieniem wszelkich zasad poprawności logotypu i zgodnie ze sztuką, jednak nie możemy się pozbyć wrażenia, że na dłuższą metę działamy na niekorzyść klienta, czyli tutaj na rzecz miasta.

Dlaczego?

Otóż proszę spojrzeć poniżej co my tu mamy.



Świdwiński Ośrodek
Kultury **ZAMEK**



Kompletny misz-masz wizualny. Brak pomysłu, brak spójności, każde logo z innej beczki. Nie dość, że nie mają wspólnego mianownika, to jeszcze nie są wykonane zgodnie ze sztuką. Logo miasta jest zupełnie nieczytelne w pomniejszeniu, to spory problem kiedy chcemy tworzyć materiały promocyjne np. długopis, czy smycz. Litery „e” i „a” są za jasne i znikają w pomniejszeniu. Za cienkie linie również. Litery „i” w słowie ŚWIDWIN zlewają się z „D” i „N”. Logo nawet jeśli miało ciekawy pomysł, to naszym zdaniem, nie służy miastu i go dobrze nie reprezentuje. Hasło kreatywne, tak naprawdę nie ma wiele wspólnego z powielaniem w logotypach miast bez końca zabytków albo drzewka, rzeki i słońeczka... To nie jest kreatywne. Kreatywne również nie jest napisanie napisu kolorami tęczy. Miasto to nie przedszkole. Powinno reprezentować i skupiać wiele wartości. Przecież Świdwin to miasto z historią, tradycją, z piękną heraldyką. Logo to znak firmowy. Musi być porządne i estetyczne, ma napawać dumą. Tylko jak w jednym logo pokazać to wszystko z czego jesteśmy dumni? Odpowiedź jest jedna - z umiarem. Nie od tego jest logo. Zdecydowanie w przypadku miast. Logo miasta to jedno, a identyfikacja wizualna to drugie. Nie ma jednego bez drugiego a miasto Świdwin potrzebuje identyfikacji wizualnej. Czym zatem jest to tajemnicze branżowe słowo? :) To nic innego jak zestaw motywów towarzyszących samemu logo w budowaniu spójnego komunikatu wizualnego. Samym logiem się tego nie załatwi i nie ma sensu upychać w nie wszystkich nam bliskich wartości.

Widzimy w Polsce coraz więcej rzetelnie i dobrze przeprowadzonych rebrandingów miast. Coraz więcej pięknych i spójnych identyfikacji. Nareszcie odchodzi się od słończek, panoramek miast i innych cukierkowych obrazków a wraca się do tradycji, do podwalin, do prostoty i przede wszystkim funkcjonalności! My proponujemy budować tożsamość wizualną, ze względu na długą i bogatą historię miasta – opartą o miejską heraldykę. Świdwin to małe miasteczko, nie musi krzyczeć jak Poznań, czy Kraków, by ściągać do siebie rzesze turystów, ale dobrą identyfikacją na pewno uprości komunikację z obywatelami, turystami, przedstawicielami administracji publicznej czy inwestorami.

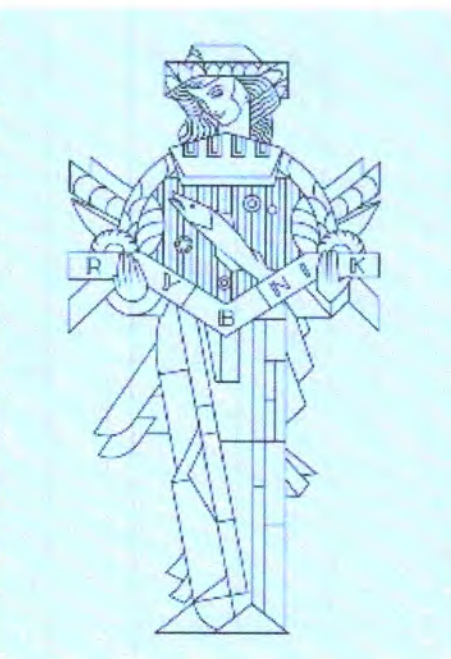
Proszę spojrzeć na logo Rybnika i cały towarzyszący mu system identyfikacji wizualnej. Uważamy, że miasto może być z niej dumne! Pod tym linkiem znajdzie Pani wszystko na ten temat. Proszę zauważyć jaki wyłoniono wspaniały motyw przewodni z witraży przedstawiających alegorie dziedzin tradycyjnie związanych z Rybnikiem. <https://siw.rybnik.eu/#herb-i-logo>

Poniżej pokazujemy również wersję przed i po.



Rybnik. Miasto z ikrą.

Rybnik



Tutaj kolejny przykład. Miasto Skawina. <https://www.otwarte.com.pl/pl/portfolio/Skawina/>

A tutaj Wadowice:



MUNICIPAL COAT OF ARMS
(2019-1961)



MUNICIPAL COAT OF ARMS
(REDESIGNED 2017)



COMPLETED
COAT OF ARMS



Wadowice - Two się zabyliła



Dlaczego o tym piszemy i co proponujemy?

Proszę zerknąć na kilka przykładów świetnie przeprowadzonych rebrandingów miast. Proszę zwrócić uwagę, że poza logotypem mamy również zaprojektowany motyw przewodni, gamę kolorystyczną, ikonografię, spójne grafiki i to właśnie te rzeczy dają powera, wydobywają duszę miasta i tworzą cały przekaz. Czegoś takiego potrzebuje nasze miasto. Naszym zdaniem wydanie 3000 zł na logo CUW to takie robienie ładnej łąty z dobrego materiału na starym fartuchu ;) Niemniej rozumiemy, że ta jednostka organizacyjna potrzebuje znaku, by mogła być wdrożona w życie. Dlatego mamy inną propozycję: kwotę z umowy przeznaczymy jako zaliczkę na poczet pracy nad nową identyfikacją miasta. Stworzymy nowy logotyp Świdwina (pójdziemy tropem stworzenia logotypu na podstawie herbu - tak jak w powyższych przykładach) i w pierwszej kolejności powstanie logotyp CUW - również jak powyżej zastosujemy system: logotyp miasta (herb) + nazwa placówki/institucji (opracowując tym samym typografię dla przyszłej identyfikacji wizualnej miasta).

Do końca roku pracowalibyśmy nad spójną identyfikacją zarówno miasta jak i wszystkich jednostek, czyli wspomniane: ŚOK, ZUK, MEC, CUW, Relax. Tworzymy system identyfikacji wizualnej i księgę znaku. Prace można podzielić na części, na przykład księgę znaku po nowym roku a logo i resztę już teraz. Naszym zdaniem, Świdwin jest małym, ale ładnym miasteczkiem, wyróżniającym się na tle innych np. ciekawymi zabytkami. Jest sporo motywów, z których można czerpać jako inspirację i zasługuje na dobrze zaprojektowany system identyfikacji. To naprawdę rzadkość w małych miastach, a tym miasto mogłoby się wyróżnić.

Prosimy o rozważenie naszej propozycji, jesteśmy do dyspozycji telefonicznie i mailowo w razie jakichkolwiek pytań :)

Z pozdrowieniami,
Natalia i Bartosz Dymek

T W I C E

graphic designer / illustrator

+ 48 793 14 26 59

www.twice.pl