

LOGO

Francuskiego Instytutu Gospodarki *rewitalizacja mimo woli*

Przy okazji prac nad projektem folderu firmowego dla Francuskiego Instytutu Gospodarki natrafiłem na istotny problem z istniejącym znakiem firmowym klienta. Logo zachowywało się źle. Jako kontra gubiło się na ciemnym tle. Zanikały cienkie linie, z których zostało zbudowane. Klient nie był zainteresowany zmianami większymi niż niezbędnie konieczne poprawki w logo.

Tak wyglądało logo przed zmianami:



FRANCUSKI INSTYTUT GOSPODARKI

P O L S K A

ANALIZA WSTĘPNA LOGO

- zbudowany na bazie zbyt cienkich linii w części górnej
- nieprawidłowe rozstawienie świateł w znaku
- dominanta wizualna granatowej kropki

WIĘC DO ROBOTY

Sytuacja wydawała się w miarę łatwa do opanowania. Prosta korekta znaku i problem zniknie.

Niestety, pomimo wielu prób (około 23 wersji) nie udało się wypracować dobrego układu. Wprowadzone korekty każdego z elementów nie poprawiały w sumie znaku. Logo zachowywało się nadal źle. Pogrubienia spowodowały, że znak przestał zanikać, poprawiła się jego czytelność w kontrze, ale jednocześnie poprawki podkreślały i uwypuklały jego wady. Logo nadal było zbiorem elementów niepowiązanych wizualnie, topzących brzydki, chaotyczny zlepek. Zmusiło mnie to do ponownej, dokładniejszej analizy znaku.

PONOWNA ANALIZA LOGO

1. Błędy konstrukcyjne

- a. zbudowanie liter w znaku na bazie zbyt cienkiej linii
- b. litera zbudowana niekonsekwentnie typograficznie – konstrukcja oparta na podwójnej linii, odmiennie stosowana w literze „F” i „G”, dodatkowo wprowadzono małą literę „i”
- c. brak ustawienia świateł międzyliterowych – „F” *odjeżdża* wizualnie w lewo.
- d. zbyt duża dominanta wizualna kropki w stosunku do grubości liter, wizualnie *gubi* litery.
- e. nieuzasadnione użycie kapitalików i rozspacjowania dolnej części w logotypie

2. Błędy merytoryczne

- a. nieuzasadnione użycie w znaku FIG dużych i małych liter – mała litera „i” sugeruje istnienie w nazwie spójnika, a nie słowa „Instytut”
- b. konstrukcja znaku nie niesie żadnego przesłania
- c. wizualne wrażenie przypadkowości zestawienia

WNIOSKI

Po analizie nasuwał się tylko jeden wniosek: przeprojektowanie znaku od podstaw. Nie mogłem zmienić znaku zbyt drastycznie, ze względu na stanowisko klienta.

Postanowiłem zachować ogólny układ znaku, czyli ustawienie osiowe symbolu i logotypu oraz odwołanie do skrótu FIG. Układ taki narzucał pewne ograniczenia, jednocześnie miał swoją dobrą stronę – ułatwiał późniejszą percepcję nowego znaku poprzez nawiązanie do starego. Musiałem zbudować znak-symbol w taki sposób, aby pozwalało mu to funkcjonować samodzielnie, bez logotypu, w przyszłości.

Znak musiał jasno identyfikować zakres działania firmy: działalność doradczo-szkoleniową dla kadry zarządzającej w przedsiębiorstwach. Powinien również prezentować firmę jako profesjonalną, dynamiczną i nowoczesną.

BUDOWANIE IDEI ZNAKU

Założyłem konieczność oparcia się na starym znaku, przy odrzuceniu jego czysto typograficznego przedstawienia. Wymusiło to myślenie w kierunku sprowadzenia liter do, swego rodzaju, piktogramów o najprostszej, możliwej do uzyskania, formie.

Przyniosło to taki efekt, jak poniżej:



F – to pionowa linia, „i” – kropka, „G” zapisane jako koło. Taki zapis, z pozoru bezsensowny i abstrakcyjny, pozwolił na uzyskanie podstawowej idei/szkieletu znaku.

Pionowa linia pozwalała na przekształcenie jej w wektor ku górze, sugerujący wzrost i dynamikę. Dla jeszcze większego zdynamizowania odchyliłem ją w prawo. Linia, wraz z hasłami „dynamika” i „francuski”, przywołała mi na myśl samolot Concorde. Odchylenie linii zasugerowało również wpisanie całego układu w domyślny trójkąt równoboczny.

Koło zastąpiłem rombem – sugerującym kierunek do i od, poprzez wrażenie zestawienia dwu strzałek ustawionych w przeciwnych kierunkach.

Powiązanie obu elementów, linii i rombu, kropką sugerującą punkt odniesienia zamykało znak w całość. Układ był dość czytelny, jednak kropka uległa przekształceniu w liść-oko mający sugerować „wiedzę” i „naukę”.

Kolejne zmiany, wprowadzone dla zwiększenia dynamiki całego znaku a także jego przekazu, sprowadziły romb do kształtu strzałki skierowanej w lewo ku linii – „do”, czyli kierunek do wnętrza, zaproszenie, wejście. Znak wizualnie odchylił się bardziej w prawo, co dało wrażenie dużej dynamiczności.

Dla wyjaśnienia:

To, co napisałem powyżej, jest jedynie skrótowym zapisem pewnej konstrukcji myślowej nad budowanym znakiem. Zapisem jedynie toku wizualizowania i myślowego budowania projektu. W tym wypadku powstał bowiem tylko jeden mały, odrębny szkic – zapis końcowy pomysłu budowy znaku. Nie wszystkie projekty powstają w taki sposób, często praca nad znakiem owocuje bardzo wieloma wersjami i ich wariantami. Zawsze jednak najpierw powstaje koncepcja „w głowie” przenoszona na szkic ołówkowy w wielu wariantach i modyfikacjach. Dopiero po tej fazie następuje przeniesienie szkicu do programu graficznego, aby można było go zaprezentować zleceniodawcy

DOPIESZCZANIE

Nastąpił etap ostatecznego dopracowania całej koncepcji w wersji rysunkowej, a następnie komputerowe dopracowanie znaku.

Linia, po nadaniu jej uproszczonego kształtu samolotu Concord, uległa kilku modyfikacjom. W dolnej części uzyskała stabilizujące



oparcie na swego rodzaju szeryfowej stopie, przechodząc następnie ku górze w łagodne zwężenie. Przeskok z tak łagodnego zwężenia w ostry czubek uzyskałem ostro przełamując linię w górnej jej części. Usunąłem kropkę-oko-liść jako niepotrzebne zadrażnienie. Element ten nie wiązał znaku prawidłowo w spójną całość wizualnie. Wnosił zbyt mało do przejrzystości koncepcji, aby uznać go za niezbędny do prawidłowego odbioru znaku. Strzałka z prawej strony wymagała jedynie drobnej korekty proporcji w stosunku do linii po lewej. W sumie znak wpisał się w domyślny trójkąt prostokątny.

DOBÓR KOLORU

W celu podkreślenia kryteriów, na jakich oparłem budowę logo, wybrałem kolor Panton 5275 = CMYK 72/56/0/38. Przełamany granat wniósł dodatkowy efekt „spokoju” i „szacowności”.

POWIĄZANIE ZNAKU Z LOGOTYPEM

Dobór czcionki opierał się na podstawowych kryteriach budowy całego znaku – przekazanie stabilności, solidności. Odwołanie do fachowości firmy i doświadczenia jakie posiada, a jednocześnie nowoczesności jaką sobą reprezentuje w podejściu do klienta.

Uznałem, że wszystkie te założenia spełnia czcionka Chianti. Pięknie zbudowana, współgrała idealnie ze stworzonym symbolem graficznym, tworząc jednorodne logo.

Dla zwiększenia czytelności logotypu wprowadziłem powiększenie świateł międzyliterowych, jednak niejednorodne dla linii górnej i dolnej tekstu



FRANCUSKI INSTYTUT GOSPODARKI

P O L S K A

Oprócz opracowania układu osiowego logo, jako odwołania do starego znaku, opracowałem również układ prawy boczny logotypu.

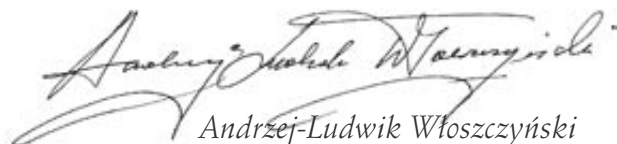


Warianty różnią się, oprócz ustawienia, również innymi proporcjami wzajemnymi znaku i logotypu. Oba układy, osiowy i boczny, są równoprawne w używaniu. Jednak układ osiowy, wybrany został przez zleceniodawcę, jako podstawowy dla papeterii firmowej. Boczny układ będzie miał zastosowanie w materiałach reklamowych, gdzie układ osiowy mógłby wymuszać niekorzystne rozplanowanie innych współwystępujących elementów.

Przyjeta została, oszczędniejsza, strategia wprowadzenia nowego logo etapami.

EPILOG

Zleceniodawca nie był zainteresowany kontynuacją prac nad opracowaniem podstawowej Księgi Znaków. Brak ściśle określonych parametrów stosowania logo może w przyszłości prowadzić do różnego, i niekoniecznie zgodnego z moimi założeniami, stosowania znaku. Nie jest to niestety odosobnione podejście. Nieprawidłowo używany znak lub też różnie stosowany, zależnie od chwilowej potrzeby danego projektu prowadzi do rozchwiania wizerunku i daje nienajlepsze wrażenie odbiorcy.



Andrzej-Ludwik Włoszczyński

Masz wątpliwości lub chcesz wiedzieć więcej zanim zamówisz projekt logo? skorzystaj z mojej pomocy.
tel. 0-602 22 95 44, alw@e-alw.com

Jeżeli jesteś zainteresowany podobnymi opracowaniami zaglądaj na moją stronę
<http://e-alw.com>