

Nejlepší změny sportovních vizuálních identit

Text HANA VACKOVÁ



1.

ČESKÝ SQUASH AETNA

Míček se dvěma tečkami a trajektorií letu má symbolizovat úspěchy nastupující generace hráčů a sděluje, že squash je stále populárnější a má ambice dostat se na olympijské hry.

2.

ČESKÝ VOLEJBAL DYNAMO DESIGN

Volejbal prošel revizí dlouhodobé strategie včetně kompletního redesignu. Při vytváření nového loga se záměrně vyhnuli pouhému faceliftu stávajícího symbolu štítu se zakomponovaným míčem, sítí a národní vlajkou. Cílem bylo vytvořit dynamický sportovní brand.



3.-4.

XVI. VŠESOKOLSKÝ SLET ELIŠKA KAREŠOVÁ

Logo k největší akci Sokola vytvořila Eliška Karešová. Z něj a také z dlouhodobého loga Sokola se vycházelo při tvorbě nového vizuálního stylu. Ten vytvořil Jakub Spurný ze Studia Najbrt.



3.-4.

ČESKÝ HOKEJ GO4GOLD A TOMÁŠ VACHUDA

Tato změna byla v poslední době nejvýrazněji komentovaná. Český hokej se rázně opřel o lva a ostré křivky. „Čisté znázornění lva odkazuje k samotnému lednímu hokeji - k jeho dynamice, tvrdosti a rychlosti,“ vysvětlují leitmotiv stylu jeho tvůrci.



ODEŠLI BEZ MEDAILE

FORTUNA: LIGA

ČESKÝ SVAZ
AEROBIKU A FITNESS



MAREK PISTORA
Studio Najbrt

Výraznou a hodně diskutovanou změnou letošního roku je změna značky českého hokeje. I když asi málokdo bude schopen místo jazyka lva vidět puk, jde o formálně funkčnější stylizaci než v ostatních případech.



ANEŽKA ROZEHNALOVÁ
grafická designérka

Sportovní loga jsou disciplínou samou pro sebe. Vycházejí z tvarosloví dynamiky, historie a barevnosti sportu. Minimalismus, který se sportem ladí, je osvědčená nadčasová metoda, která se ne u všech těchto příkladů projevila. Nejvíce mě oslovilo logo Českého squashe a Vsesokolského sletu.



HANA VACKOVÁ
MAM

Odvážným štěstí! Všem, kteří vykročili dopředu, dík, protože jsou aspoň vzorem pro ostatní. Českému squashi odpouštím to, že na mě jeho logo působí japonsky. Protože je to logo čisté. Z loga volejbalu cítím dynamiku tohoto sportu, líbí se mi, jak tvůrci využili příležitost, kterou nabízí písmeno V. Logo Českého svazu aerobiku a fitness je tak přílišné! Je tam toho prostě moc.



PETRA ŠUBRTOVÁ
Český olympijský výbor

Změnit vizuální identitu není vůbec snadné a obdivuju každého, kdo si na to troufne. Ukazuje to jisté sebevědomí a statečnost značky. „Staré“ značky můžou být u svých fanoušků velmi zažité, až zaryté, o čemž by mohl vyprávět třeba Český hokej. Nicméně ve sportovním prostředí očekávám odvalu skončit se zastaralými logy. Pokud svazy chtějí oslovit i mladou generaci, měly by s tím přijít postupně všechny. Nejde jen o to, změnit hlavní logo, ale přijít s celým balíčkem prvků, které jsou vizuální identitou prostoupeny, což se povedlo aplikovat třeba také Českému volejbalu.



PETR SOUČEK
my.cz

Nejvíce mě zaujala změna vizuální identity squashe. Je třeba říct, že je to do jisté míry dané startovní pozicí svazu, protože staré logo patří do kategorie „grafický bizár“. Nicméně to nové je nápadité a působí svěže. To platí i pro nové volejbalové logo, které na mě pro změnu dělá nejdynamičtější dojem. Naopak pořád si nemohu zvyknout na hokejovou proměnu. Víím, že s novým logem svaz slaví obrovský komerční úspěch a graficky je určitě zdařilejší než třeba logo Ligové fotbalové asociace, ale mně se při pohledu na něj neustále vybavuje anglická fotbalová Premier League.



DENIS FORBRICH
Big Shock!

Český sport potřebuje změnu vizuální identity jako sůl. Pokud se však podíváte na vizuály podobných zahraničních organizací, uvidíte, že nejsme zcela pozadu – např. ve srovnání s Německem. I přes nedávné kontroverze hodnotím pozitivně posun u Českého hokeje. Ještě více se mi líbí volejbal. Fortuna také odvedla výbornou práci v totálním rebrandingu nejvyšší fotbalové soutěže, minimálně z pohledu hlavního partnera. FISAF nevyžil kreativní potenciál původního loga, které ač odporovalo určitým běžným zásadám, tak se mi právě pro tuto rebelii líbilo více než logo nové.

Metodika hodnocení

Porotci hodnotili pomocí číselné škály, vítězem je práce s nejvyšším průměrem. Autor, spoluautor ani zadavatel svou práci nehodnotil. Porotci měli v hodnocení zahrnout úroveň designu a jeho proměnu, ale i relevanci k charakteru sportu.