

Česká filharmonie má nový vizuální styl od Najbrta

Praha (15. dubna 2020) – Do 125. sezony vstupuje Česká filharmonie s mírně redesignovaným logem i novým vizuálním stylem, které vytvořilo Studio Najbrt. Zatímco v předchozích pěti letech bylo jádrem grafické komunikace orchestru Rudolfinum, tedy jeho neorenesanční sídlo z konce 19. století, klíčem k vizuálnímu stylu jubilejní sezony i čtyř sezon následujících je budova pro 21. století, jejíž ideální podoba i místo se hledají.

„V poslední době, i díky energii spojené se vstupem nového světového šéfdirigenta Semjona Byčkova, první český orchestr překročil mantinely dané svým původem. Už se nedefinuje jen jako výjimečně kulturně homogenní těleso špičkově interpretující velké české skladatele, ale jako instituce s širokou mezinárodní ambicí – ve složení souboru, repertoáru i publika,“ říká **Aleš Najbrt** a upřesňuje: *„Velikost orchestrů se ovšem dnes do velké míry odvíjí i od sálů, kde hraje. Koncertní sál je tedy dalším, doslova zastřešujícím nástrojem orchestru. V tomto směru začíná být soubor Rudolfinum těsné, fyzicky, technicky i symbolicky. Česká filharmonie dnes hraje ve špičkových, nejznámějších světových sálech, a i v Praze by bylo na místě, aby mohla svou intenzitu rozehrát na scéně odpovídající možnostem dnešní technologie a architektury.“*

Koncept nového grafického stylu, jehož autory jsou spolu s Alešem Najbrtem Michal Nanoru, Marek Pistora a Zdeněk Trinkewitz, tak v sobě kromě bohatých vizuálních možností skrývá i obrazný požadavek a **pátrání po ideální podobě pražského koncertního sálu světových parametrů**. Grafická komunikace České filharmonie by měla přispět k akceleraci nejen diskuse hudební, architektonické a laické veřejnosti na dané téma, ale i procesu směřujícího k postavení nové budovy.

Grafický styl zachovává **uživatelsky přívětivý obdélník s informacemi**, který se stal během posledních pěti let charakteristickým prvkem vizuální komunikace České filharmonie. Kolem sebe ale nechává živý prostor otevřený pro vše sezonní – nové, naléhavé, smělé a proměnlivé. Formát lze snadno využít pro fotografie a v kombinaci s tradičně přívětivým písmem Baskerville, soudobě interpretovaným českými typografy Františkem Štormem a Otakarem Karlasem, představuje etiku kvality a důstojnosti. Obdélník doplňuje linka rámu umožňující snadnou identifikaci v širší použití od plakátů až po webové stránky České filharmonie. **Dlouhodobě nepoužívanou institucionální oranžovou ve vizuálním stylu nahrazuje tmavě modrá**. Vyjadřuje nadčasovost, tradici a důstojnost, ale i naději do budoucna.

Spolu s barevným obdélníkem, v němž se soustřeďují nejpodstatnější informace, pracuje nový vizuální styl i **se skicami designérů a studentů architektury** a využívá například i existující návrhy lokace nového koncertního sálu od Josefa Pleskota, jednoho z nejuznávanějších českých architektů současnosti.



MINISTERSTVO
KULTURY

ZŘÍZOVATEL



ČESKÁ
spořitelna

GENERÁLNÍ PARTNER



ŠKODA

TRADIČNÍ PARTNER



Česká televize

GENERÁLNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER

mafra

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER

Redesignem prošlo **logo**, které nově používá písmo Baskerville Original Pro. Jeho základní varianta byla rozvedena do logického systému pro všechny produkty a aktivity České filharmonie v češtině i v angličtině. Symbol ligatury je adekvátně upraven do kratšího, vřelejšího, méně vyhroceného tvarosloví. Nová kompaktnost celé figury umožňuje logotypu a jeho variantám lépe vyniknout v konkurenci dalších značek.

Výběrové řízení na nový vizuální styl České filharmonie bylo vyhlášeno 11. října 2019. Do soutěže se přihlásilo deset zájemců, z nichž tři byli vyřazeni pro nesplnění podmínek. Ze zbývajících sedmi návrhů pak komise složená z nezávislých odborníků i zástupců České filharmonie vybrala Studio Najbrt.

Pro více informací prosím kontaktujte:

Luděk Březina

tel.: 736 605 620

e-mail: ludek.brezina@ceskafilharmonie.cz



ZŘIZOVATEL



GENERÁLNÍ PARTNER



TRADIČNÍ PARTNER



GENERÁLNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER



HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER