

TISKOVÁ ZPRÁVA

Muzeum hlavního města Prahy v rámci výběrového řízení ve veřejné zakázce –
„Vizuální identita pro Muzeum města Prahy“ získalo

nové logo

Muzeum hlavního města Prahy v závěru loňského roku rozhodlo o výběru dodavatele na novou vizuální identitu, která se promění podle vítězného návrhu Kláry Horové. Ta vyhrála ve vyzvaném jednokolovém anonymním výběrovém řízení, které bylo vypsáno Muzeem hl. m. Prahy a na jehož organizaci se podílela Unie grafického designu. S novým logem se pojí i zavedení nového zkráceného názvu instituce: Muzeum města Prahy.

Předmět soutěže

Cílem soutěže bylo najít novou sebevědomou identitu, která by pomohla řešit problémy, se kterými se muzeum potýká, což jsou zejména roztříštěnost značky muzea a jeho součástí, rozsáhlá škála témat, kterým se muzeum věnuje, velká šíře aktivit, výstav a doprovodných akcí, což s sebou přináší i široké spektrum návštěvníků. Požadavkem byla výrazná vizuální komunikace, která by nabídla jednotící pravidla, a to atraktivní, současnou a výraznou formou. Jednotný vizuální styl by měl pomoci odlišit muzeum od ostatních institucí, provázat jednotlivé objekty, ale zároveň jim zajistit vlastní identitu.

Z důvodu efektivnější komunikace bylo také rozhodnuto o zkrácení názvu – Muzeum města Prahy –, tato podoba byla vybrána i vzhledem k historickému vývoji instituce a její činnosti jako městského muzea. Pro formální komunikaci je zachován název daný zřizovací listinou (tzn. Muzeum hlavního města Prahy).

Průběh a výsledek soutěže

Výzva k podání nabídky na veřejnou zakázku „Vizuální identita pro Muzeum města Prahy“ byla rozeslána 9. 10. 2019 deseti vybraným studiím, samotná soutěž byla vypsána jako anonymní, jednokolová a uzavřená. Hodnotící komise zasedala 28. 11. 2019 a zúčastnili se jí zástupci muzea, Magistrátu hlavního města Prahy i odborníci na grafický design (Ondřej Kafka za Unii grafického designu a profesori ak. mal. Pavel Hrach a ak. mal. Karel Míšek).

Devět z uchazečů, kteří splnili zadání, obdrželo skicovné ve výši 20.000 bez DPH. Hodnotící komise se shodla na vítězném pořadí: 3. místo MgA. Ondřej Zámeš, MgA. Roman Černohous, 2. místo: ViaGaudium, s. r. o. / MgA. Adéla Valha Vorbová, 1. místo: Mgr. Art. Klára Horová.

Průběh a výsledek soutěže shrnuje Ondřej Kafka, člen hodnotící komise: „Komise posuzovala řadu různých předložených návrhů řešení, ke každému proběhla diskuze a nakonec se jednomyslně shodla na vítězném návrhu Kláry Horové, který nejlépe splnil zadání. Věřím, že nová identita muzea je nadčasová a kvalitní, s jasnou vazbou na identitu hlavního města Prahy, že bude pozitivně přijata jak zaměstnanci muzea, tak jeho návštěvníky a že se díky ní podaří dosáhnout jednoho z cílů výběrového řízení – sjednocení různých značek muzea pod jednu společnou sdílenou identitu.“

S vítězkou soutěže byla následně uzavřena licenční smlouva na logo, na jejímž základě jí byla vyplacena částka 200.000 bez DPH, a byla uzavřena smlouva o dílo na vypracování grafického manuálu jednotného vizuálního stylu v hodnotě 600.000 bez DPH.



Blíže k samotnému logu autorka vítězného návrhu Mgr. Art. Klára Horová: „Základem nového jednotného vizuálního stylu je nový logotyp. Ten je tvořen ze dvou částí litery „M“ na pozadí dvou od sebe oddělených obdélníků (dohromady vytvářejících čtverec), do kterých jsou litery umístěny. První část „M“ vychází z písma antikvového – vyjadřuje respekt k historii a tradici, druhá část je grotesková a evokuje moderní polohu. Dvě půlené „M“ – historické a současné – spoluvytváří jedno „M“ (muzeum) a zároveň historickou linku. Druhé půlené „M“ v dalším plánu tvoří číslici „1“ – jako vyjádření jedinečnosti, jde o jediné muzeum, které se zabývá výhradně Prahou a představuje veřejnosti její historii i současnost.

Dva obdélníky vycházejí z motivu brány ve znaku hlavního města Prahy. Brána evokuje vstup do muzea, jeho objektů, expozic, na výstavy i programy; do muzea, které je maximálně otevřené širokému spektru návštěvníků.

Princip dělení do dvou obdélníků se promítá do celé vizuální identity, která se dále rozvíjí do spolu souvisejících dvojic či protipólů: historie–současnost, autor–dílo (např. Parlér–Karlův most či Adolf Loos–Müllerova vila), plán (skica)–realizace, celek–detail, panovník–kontext (Karel IV.–Praha), černobílá–barva, objekt–expozice, objekt–výstava, interiér–exteriér apod. Tento systém nového vizuálu bude postupně aplikován na citylightech, plakátech, brožurách, publikacích, letácích, bannerech, pozvánkách atd.

Věřím, že se podařilo vytvořit logotyp a na něj navazující jednotný vizuální styl, který bude značku muzea prezentovat ve všech výstupech sebevědoměji, než tomu bylo doposud, který se bude odlišovat od konkurence, který respektuje tradici, je snadno zapamatovatelný a zároveň působí seriózně a adekvátně k instituci, která je kulturní a schraňuje bohatý sbírkový fond věnovaný pražským dějinám.“

Zuzana Strnadová, ředitelka Muzea hl. m. Prahy: „Věřím, že vítězné logo má potenciál být základem nové sebevědomé identity našeho muzea, která propojí jeho jednotlivé součásti i objekty. Takové bylo zadání soutěže a vybraný návrh splňuje naše očekávání. Děkuji všem účastníkům, kteří se soutěže zúčastnili, a také porotě, resp. komisi, která jednotlivé návrhy hodnotila a vyhodnotila.

Kontakt pro bližší informace:

www.muzeumprahy.cz

Mgr. Olga Šámalová
náměstkyně ředitelky pro úsek vnějších vztahů
media@muzeumprahy.cz
T+ 420 221 012 939, M+ 420 725 847 820

Martina Hoffmanová
média, úsek vnějších vztahů
media@muzeumprahy.cz
T+ 420 221 012 944, M+ 420 725 847 873