



Rebranding Stowarzyszenia Inicjatywa Firm Rodzinnych



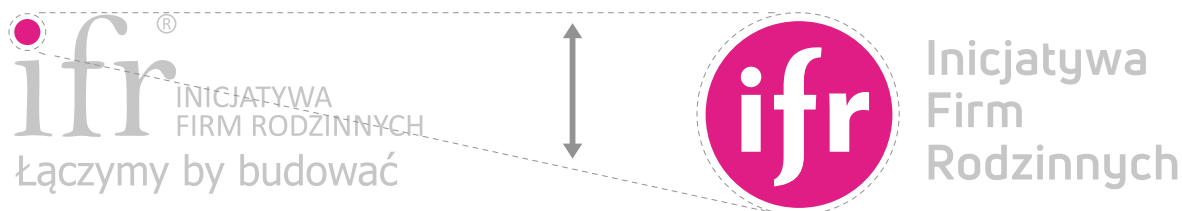
	Anna Dąbrowska	
	Vice CEO RECEVENT sp. z o.o.	



Jesteśmy dumni, że to nam, agencji RECEVENT, zostało przekazane zadanie zaprojektowania zmian wizualnych Stowarzyszenia, zwłaszcza że od 2019 roku jesteśmy jego partnerem strategicznym.



Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych rozrasta się, ale też ulega z roku na rok profesjonalizacji. Właściciele firm rodzinnych łączą się, by wspólnie budować nowoczesną, bezpieczną dla rodzinnych przestrzeń biznesową. Po 12 latach przyszedł czas na stworzenie dla komunikacji marki Stowarzyszenia pełnego systemu identyfikacji wizualnej, a jego punktem wyjścia było zaprojektowanie nowego logotypu.



Idea kreatywna

Punktem wyjścia idei kreatywnej dla logotypu była konstatacja, że Stowarzyszenie się rozrasta, buduje poprzez przyłączanie się kolejnych firm, które wnoszą nowe wartości – umiejętności, wiedzę, doświadczenie, a także odwagę i świeżość spojrzenia. Do tej pory myśl tę wyrażało hasło obecne w logotypie: „**Łączymy, by budować**”.

Postanowiliśmy pokazać ten rozwój symbolicznie poprzez odwołanie do najwyrazistszego kolorystycznie elementu poprzedniego logotypu – kropki nad „i” w kolorze magenta. Ten prosty, płaski element graficzny był ponadto wykorzystywany w innych materiałach Stowarzyszenia: pojawił się w logotypie magazynu „Relacje”, a wewnątrz na końcu każdego artykułu.

Budowa logotypu

Wersja podstawowa logotypu składa się z sygnety oraz części typograficznej (pełna nazwa Stowarzyszenia). Niezależnie dopuszcza się funkcjonowanie samego logo – sygnety w postaci wpisanego w koło skrótu nazwy Stowarzyszenia. Taki podział jest konieczny z uwagi na różne zastosowania logotypu.

Niech za przykład posłużą social media. W zdjęciu głównym na Facebooku sygnety prezentuje się dużo lepiej niż wersja podstawowa, która w pomniejszeniu straciłaby na czytelności. Z drugiej strony sygnety to wersja skrócona, nie może występować samodzielnie bez kontekstu w nowym środowisku, np. na materiałach graficznych partnerów Stowarzyszenia.





Kolorystyka i fonty

W logotypie zastosowaliśmy dwa kroje pism z tej samej rodziny: bezszeryfowe, jednoelementowe (tzw. groteski). Do zapisu arkonimu użyliśmy minuskuły (małe litery), natomiast pełna nazwa została zapisana majuskułą (duże litery, wersaliki). Groteski wprowadzają do projektu nutę nowoczesności, odmiennie do klasyczności, jaka kojarzy się z fontami szeryfowymi, jakie widzieliśmy w poprzedniej wersji logotypu.



System identyfikacji wizualnej Stowarzyszenia Inicjatywa Firm Rodzinnych dopuszcza różne wersje kolorystyczne logotypu zależne od tła materiałów, na których będzie się pojawiać. W neutralnej, jasnej przestrzeni oraz mocno kontrastowej koło pozostanie w kolorze magenta, zaś w pozostałych przypadkach dopuszcza się użycie logotypu w wersji negatyw – wszystkie napisy białe. Jako dodatkowy kolor pojawia się fiolet: w wersji podstawowej w tym kolorze pełna nazwa Stowarzyszenie. Trzy kolory wchodzące w skład SIW-u (magenta, fiolet, biały) pozwalają budować wyrazistą wizualnie markę.

Zapytanie: **po co nowe logo?** Żeby budować rozpoznawalność nowoczesnymi środkami dostosowanymi do aktualnych warunków rynkowych, żeby wyróżniać się jako profesjonalna marka na każdym polu. A jeśli to za mało... Żeby iść do przodu z nowym pokoleniem sukcesorów i budować przyszłość, mając w pamięci ciągłość tradycji i doświadczenia seniorów ●