



УЖГОРОДСЬКА МІСЬКА РАДА



VII сесія VIII скликання

Р І Ш Е Н Н Я

01 липня 2021 року

Ужгород

№ 227

Про затвердження туристичного гасла та логотипу м. Ужгорода

Відповідно до статті 26 Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні", з метою розвитку туристичної галузі, популяризації міста в Україні та на міжнародній арені, задля якісного виконання заходів Програми розвитку туризму та формування позитивного інвестиційного іміджу міста Ужгород на 2018-2022 роки, відповідно до розпорядження міського голови №52 30.01.2020 «Про оголошення конкурсу на розробку туристичного логотипу та гасла м. Ужгород» та протоколу №2 15.05.2020 засідання конкурсної комісії конкурсу з розробки туристичного логотипу та гасла м.Ужгород

міська рада ВИРІШИЛА:

1. Затвердити туристичне гасло та логотип (графічне зображення) м.Ужгорода (додається).
2. Використання туристичного гасла та логотипу м.Ужгорода проводити відповідно до правил зазначених в Брендбуку міста Ужгород (додається).
3. Виконавчим органам та комунальним підприємствам Ужгородської міської ради використовувати туристичне гасло та логотип м. Ужгорода при проведенні культурно-масових та спортивних заходів.
4. Рекомендувати використання туристичного гасла та логотипу суб'єктам підприємницької діяльності та виробникам туристичної продукції м. Ужгорода.
5. Управлінню програмного та комп'ютерного забезпечення (Урста М.В.) розмістити на офіційному сайті міської ради матеріали туристичного гасла та логотипу м.Ужгорода .
6. Контроль за виконанням рішення покласти на заступника міського голови Пинзеніка В.В. та постійну комісію з питань соціально-економічного розвитку, бюджету, фінансів, оподаткування, інвестиційної та регуляторної політики (Готра В.В.).

Міський голова

Богдан АНДРІЙВ

ЗАТВЕРДЖЕНО
рішення VII сесії
міської ради VIII скликання
«01»липня 2021 № 227

Туристичне гасло та логотип м.Ужгорода



ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення VII сесії
міської ради VIII скликання
«01» липня 2021 № 227

Правила використання туристичного гасла та логотипу м.Ужгорода
Брендбук міста Ужгород

Ужгород розквітає

р о з к в і т а є

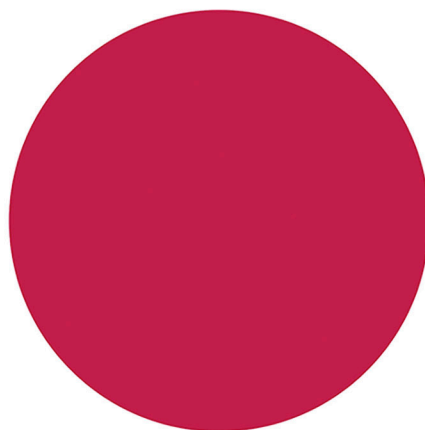
брендбук
міста
Ужгород

Для створення бренду міста Ужгород, важливо було дослідити внутрішню цільову аудиторію, зовнішню туристичну привабливість, сформуваність впізнаваності лаконічної графічної мови символу бренду і сам механізм між цими трьома складовими і розуміння, як він працює. Туризм - це основний чинник, який дає зрозуміти чим цікаве місто. То що ж є найпривабливішим в місті для зовнішнього туриста? Провівши дослідження і порівняння, можна чітко сказати, що пік туристичного «паломництва» в місто припадає на квітень місяць в період розквітання японської вишні. В Ужгород приїжджають звідусіль, щоб помилуватись ніжно-ліловим цвітом та насолодитись неповторними весняними барвами та ароматом, в якому потопляють вулиці міста. Так, звичайно, сакура це японська тематика, і здавалось би, що тут українського? Але на цю тему можна поглянути під іншим, більш аналітичним ракурсом.

Кожний бренд зав'язаний на обіцянці якості, надійності чи емоційності продукту. Саме позитивні емоції найвдаліше характеризують концепцію бренду для Ужгорода. Наймовірно - позитивні емоції пов'язані з цвітінням цих дерев - це якраз той фактор, який породжує туристичний ажіотаж та манить так людей в місто. «Сакура- фест», «сакураVine», «Сакура Ride», «Сакура Run» та ще велика кількість культурно-масових заходів та дійств, які присвячені цвітінню сакури, чітко це підтверджують. Тому побудова концепції бренду міста основана на явищі розквітання. Символ розквітання має багато метафоричних значень. Це - символ життя, пробудження та оновлення. Саме тому стилізована форма квітки сакури стала в основі ідеї графічного знаку бренду Ужгорода.

Таким чином цей образ розквітаючої квітки народжує концепцію бренду та єднає цим образом кожного, хто завітає в чудове місто, ніби промовляючи: «дозволь щоб місто розцвіло в тобі новими незабутніми емоціями радості. Довірся і відкрийся місту і воно відкриється тобі! Розквітне для тебе старовинною архітектурою, вишуканими стравами, щирою усмішкою та незабутніми враженнями». Так народилась концепція бренду для міста: «Ужгород розквітає! Розквітає в тобі - розквітне в кожному!»

Концепція



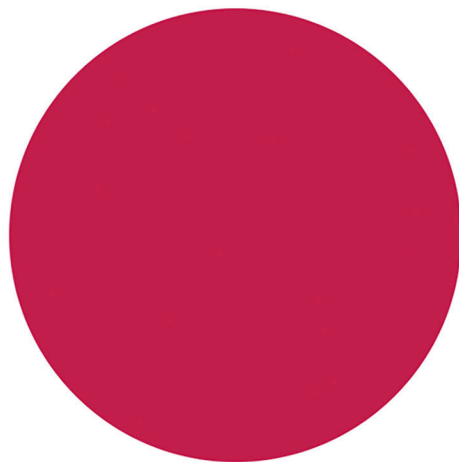
Концепція бренду міста Ужгород дуже лаконічна та, водночас, багатогранна. Вона розкриває весь мультикультурний, історичний та сучасний потенціал міста. Охоплює всі унікальні особливості Ужгорода та формує нове враження, яке дасть можливість сприйняти місто по-новому, з глибоким контраверсійним смислом. Адаптивність, лаконічність та емоційність - ось три кити, на яких стоїть концепція бренду та дає місту новий подих сучасного стилю.

Лінгвістична конструкція бренду побудована на інформативно стверджуючому гаслі в теперішньому часово-просторовому відмінку, яке звучить так: "Ужгород розквітає! Розквітає в тобі - розквітне в кожному". Друга половина слогану має метафорично-сюрреалістичне забарвлення. Власне вона і є серцем концепції бренду, що віддзеркалює суть міста та апелює до не-матеріального - емоцій споживача. "Розквітає в тобі, розквітне в кожному" - тобто місто розквітає не тільки чимсь матеріальним: сакурами, фестивалями, а розквітає тим, що зігриває душу. Наприклад: Ужгород розквітає щирими дитячими листівками на свято Св. Миколая, усмішками привітних містян, закоханими поглядами, жіночою вродою, відкритими та працьовитими людьми, затишком і т.д. Концепція бренду міста має чіткий меседж для цільових аудиторій - внутрішньої та зовнішньої. Власне тому зроблено всеохоплюючий смисловий акцент на розквітанні, тобто процвітанні міста в усіх напрямках людської діяльності: бізнес, інновації, наука, культура, медицина, мистецтво, спорт, дозвілля тощо. Тому бренд мультипродуктивний, такий, що буде чудово працювати в усіх векторах стратегічного розвитку міста.

Бренд Ужгорода стверджує, інформує, дарує відчуття новизни та впевненості. Таким чином сформувався мінімалістичний слоган бренду: «Ужгород розквітає!», який побудований на основі смислового конструктора в межах однієї парадигми:

- Ужгород розквітає сакурами.
- Ужгород розквітає усмішками.
- Ужгород розквітає легендами.
- Ужгород розквітає архітектурою.
- Ужгород розквітає в щирих людях.
- Ужгород розквітає міні-скульптурами.
- Ужгород розквітає фестивалями.
- Ужгород розквітає смачнезними стравами.
- Ужгород розквітає вином.
- Ужгород розквітає багатомовністю.
- Ужгород розквітає традиціями.
- Ужгород розквітає сучасним мистецтвом.
- Ужгород розквітає для тебе.
- Ужгород розквітає для світу.
- УЖГОРОД РОЗКВІТАЄ.

Пошук графічної форми



Пошук графічної форми побудований на основі візуальних асоціацій, які диктує архітектура, особливості форм угорських вулиць, уквітчані форми дерев сакури, атрибути етноприкрас, людські емоції відображені в міміці. Всі ці складові, які ментально та фізично зв'язані з Ужгородом, можна схематично закодувати у візуально-геометричні форми.



Архітектурна панорама по формі півкіл-характерна особливість міста.



Закручені вулиці та провулки Угорського типу вписуються в скруглену конструкцію.



Липова алея - найдовша алея в Європі й третя за довжиною у світі.



Архітектура теж різна. Та в ній, все ж, прочитується одна і та ж форма .

Закарпатська обласна філармонія.



Гердан - етноприкраса з бісеру. «Сиянка» (вид гердану) в Закарпаття потрапила з Угорщини.

В місті багато закоханих пар,
які прогулюються, обійнявшись.

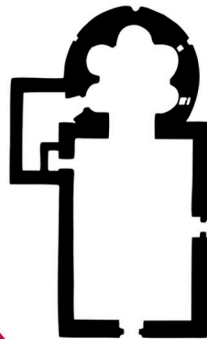
Цвітіння сакури
викликає феєрію
вражень та
позитивних емоцій,
усмішки і радість.

Уквітчані дерева
сакури утворюють
справжні пагорби
рожевого кольору.

Форма квітки япоської
вишні демонструє
єдність графічної мови.



Горянська ротонда.
Розташована на
останньому пагорбі
Карпат на околиці
Ужгорода.



*rotunda
з італ. – кругла будова.

Горянська ротонда
має статус третього
(за давністю) храму - архітектурної
пам'ятки в Україні – після Софії Київської
та Кирилівської церкви столиці.

Склепінчастість стель
інер'єрів - характерна ознака
старовинних будівель
Ужгорода.

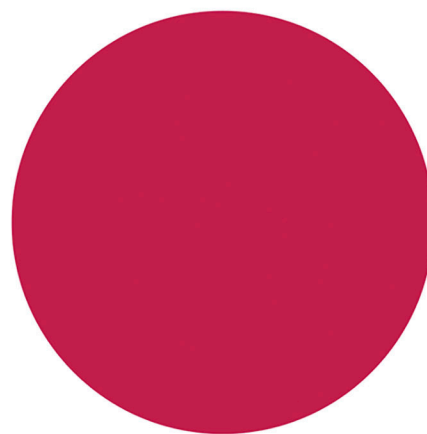
Винний льох «Совине гніздо»
- характерна особливість
міста, в якому проходять ярмарки,
презентації, майстер-класи
та інші культурно-мистецькі
дійства.



Півколо - символ, який об'єднує всі
характерні візуальні прояви Ужгорода



Ідея



Ідея

Ужгород має багату передісторію. Люди селилися тут здавна, оскільки терени між Потиссям і Карпатськими перевалами лежали на магістралі руху людських потоків. Місто виросло на перетині Ужанської долини зі стиком гір. Тут перехрещувалися потоки товарного обміну ще принаймні з бронзової доби. Тож не дивно, що тут виникали спершу тимчасові поселення, згодом, постійні, а відтак і місто. Саме факт перетину фізико-географічних та торговельних особливостей міста став поштовхом для ідеї перетину майбутніх графічних елементів логотипу.

Вершини, схили
гірських хребтів

Ужанська
долина

Річка Уж -
окраса
Ужгорода

На перехресті гір
і Ужанської долини
утворилось місто.



Ужанська
долина



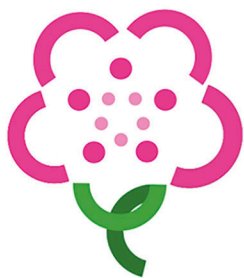
На перетині утворилось місто



гори

Об'єднавши два елементи півкіл
перетином, утворилась нова форма





цвіт сакури
викликає емоції



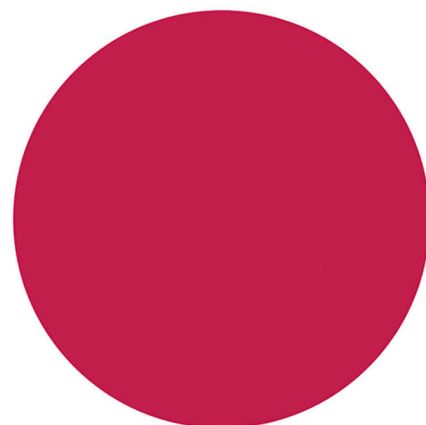
усмішка



радісні емоції
єднують багатьох
людей

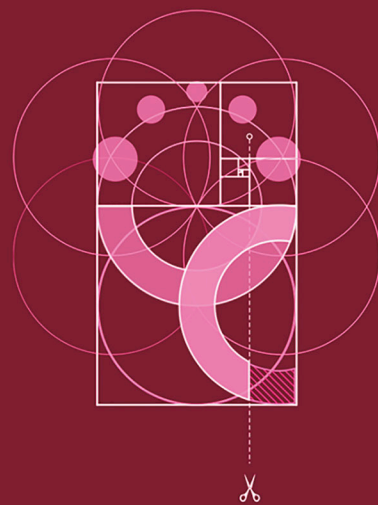
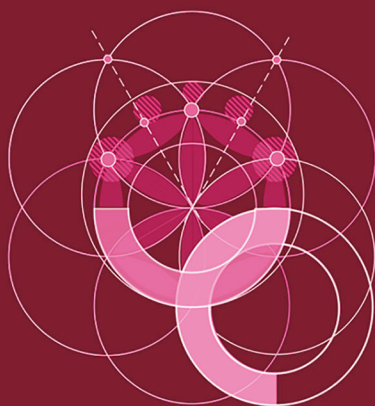
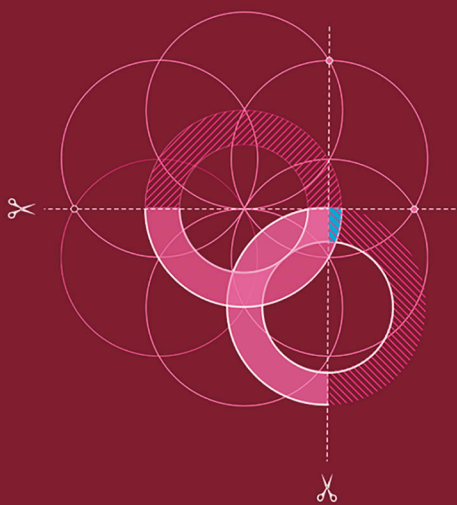
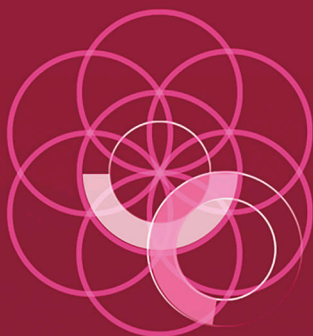


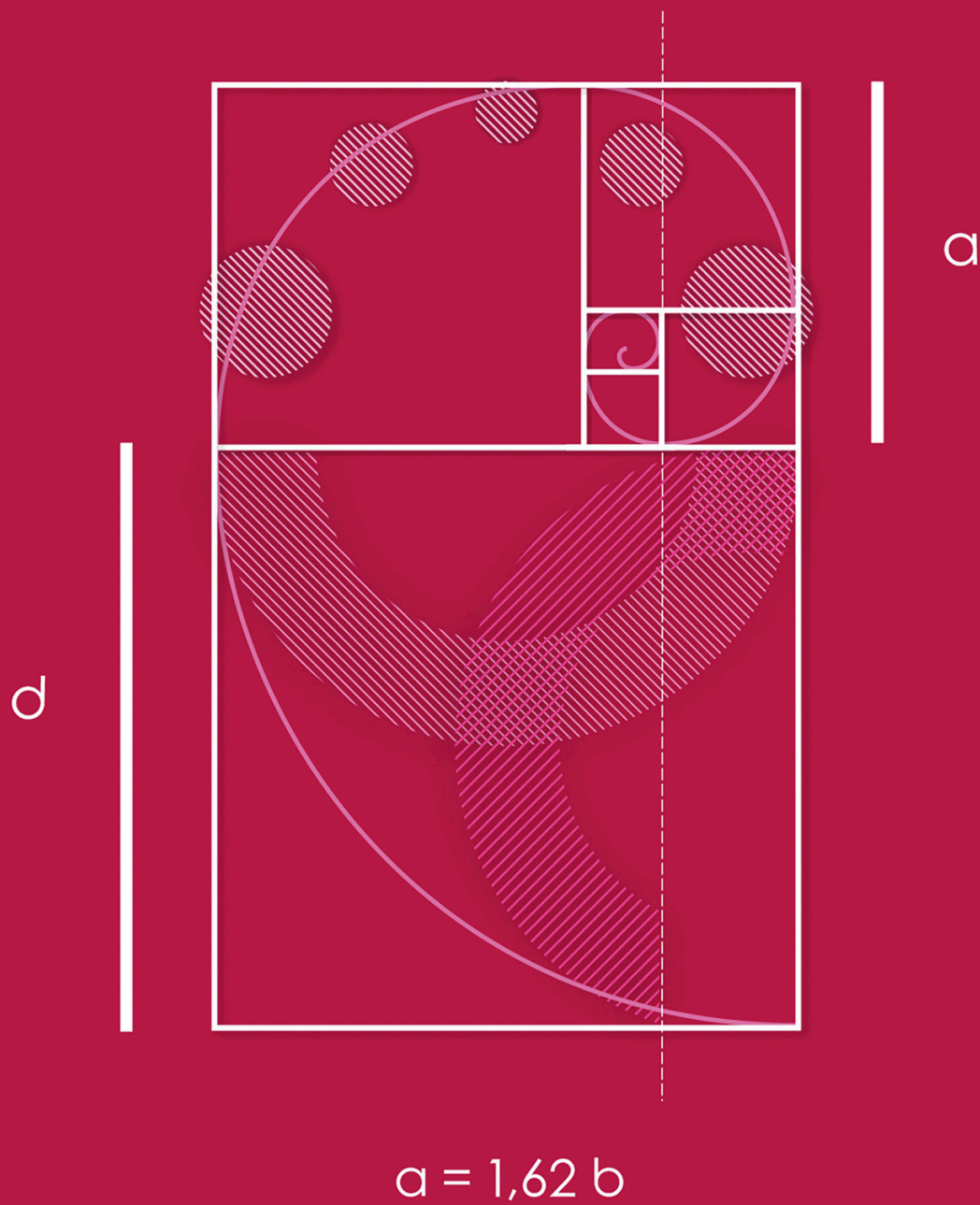
Конструкція



Логотип розроблено на основі графічного елемента сакральної геометрії - «Квітки Життя».

« Квітка Життя - єдине зображення, яке містить в собі всі аспекти творіння, всі математичні формули, кожен закон фізики, кожен гармонію в музиці і кожен біологічно- життєву форму », - пише Друнвало Мельхіседек в книзі «Стародавня таємниця Квітки Життя»





Накреслення конструктивної побудови логотипу здійснювалось на основі формули «золотого перетину».



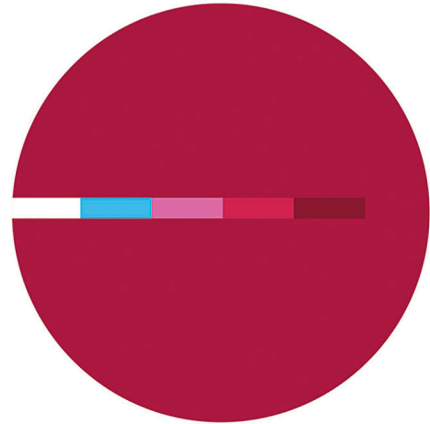
Ужгород розквітає



Туристичний логотип міста

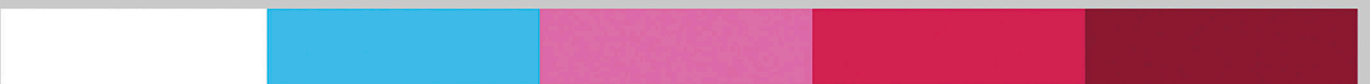
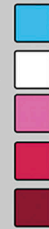
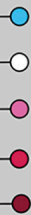
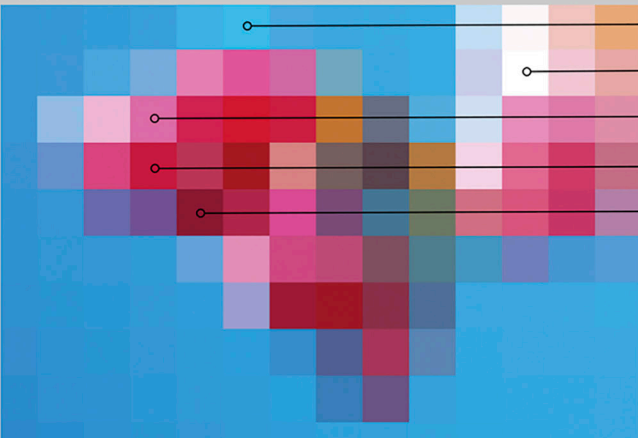
<https://rada-uzhgorod.gov.ua/turistichniy-logotip-mista>

Колір бренду



В кольоровій гаммі, переважно, взято за основу кольори та відтінки цвіту сакури. Цвіт японської вишні споглядається, як правило, на контражурному фоні блакитного неба на контрасті із ним. Оскільки небо мінливе і буває різної насиченості холодних відтінків, до загальної палітри кольорів було вирішено додати нейтральний колір - білий.





Світло-синій відтінок бажано застосовувати в колористиці бренду тільки, як додатковий, тобто акцент. Оскільки він є протилежний до гармонії всієї гамми, або навпаки у відсотковості поєднань він має домінувати.

R:255 G:255 B:255
C:0 M:0 Y:0 K:0

R:0 G:204 B:255
C:66 M:0 Y:1 K:0

R:241 G:112 B:181
C:7 M:70 Y:0 K:0

R:196 G:19 B:72
C:3 M:100 Y:52 K:16

R:146 G:23 B:52
C:9 M:100 Y:58 K:42



ΨΑΙΓΡΟΠΟΝ

POZKBITAE

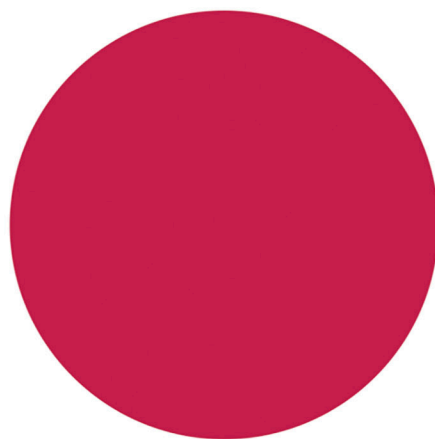


ΨΙΓΓΟΡΟΝ
ΡΟΖΚΒΙΤΑΕ



UZHGOROD
blossoms

Варіативність ЛОГОТИПУ



Логотип має велику варіативність візуальних модифікацій. Його графічні трансформації добре працюють в 2-д і 3-д перспекціях та трафаретному стилі .



2-й вариант
в трафаретном стиле

УНИКОРОМ
розквітає



УНИКОРОМ
розквітає



УНИКОРОМ
розквітає



УНИКОРОМ
розквітає



УНИКОРОМ
розквітає

Логотип на бренд-кольорах працює найкраще в білій заливці, в трафаретному стилі. На інших кольорах з урахуванням контрасту із кольоровим тлом .

Офіційний варіант логотипу 2 - d



Також було розроблено
3-D макет логотипу



УКРАЇНА
РОЗКВІТАЄ

Офіційний варіант логотипу 3 - d

Ужгород

розквітає

Ужгород розквітає:



Велосипедними прогулянками



Неповторною природою



«Нико такого бограча немає, як Унгвар»



Мініскульптурами



Багатомовністю

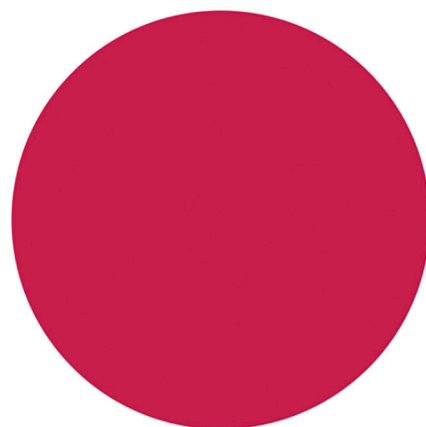


Вином

Ужгород розквітає розмаїттям неповторних особливостей. Тому було розвинуто ідею розквітання і створити стилізоване дерево сакури, уквітчане цими особливостями у візуально-графічній площині. Ужгород розквітає і «бограчем», і «вином», і «мініскульптурами», і «архітектурою», і «усмішками», і ще багато чим цікавим та різним. Насправді, стилізовані елементи різних таких суцвіть можна доповнювати новими залежно від потреб промоуції міста.



Візуальні стандарти ЛОГО



a

Охоронна межа

Охоронна межа - це вільний простір навколо фірмового блоку чи логотипу, в якому не допускається розміщення будь-яких графічних елементів при умові, якщо вони не є фоном.



Фрагмент букви «у» взятий за основу ширини охоронного поля.



Межа, в якій не можна розміщувати текст та інші графічні елементи



Охоронна межа в горизонтальному компонуванні логотипу

Мінімальні розміри



Для поліграфії

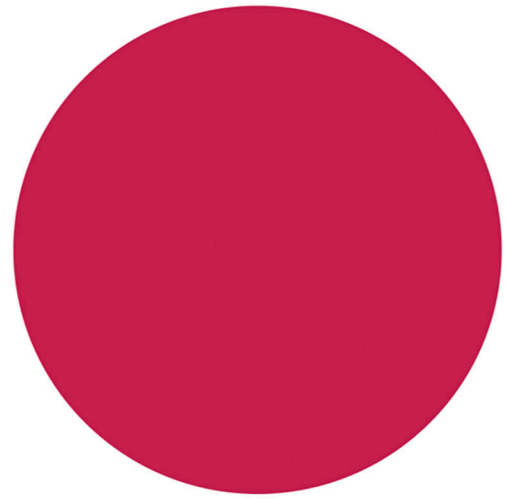
Мінімальні розміри



для web

При зменшенні в 250 пікселів слоган та колірна гамма зберігається та добре ще візуально прочитуються

Адаптивність логотипу



Логотип візуально-комунікативний.
Він чудово адаптується для потреб міста
в зовнішній рекламі та інформаційно-вказівних позначках.

Ужгородська
ПАЛАЧІНТА



УКРОП
розквітає

ф е с т и в а л я м и

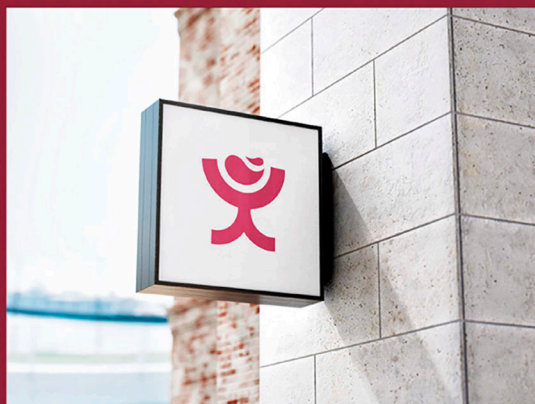
Ungvar Coffee
Festival



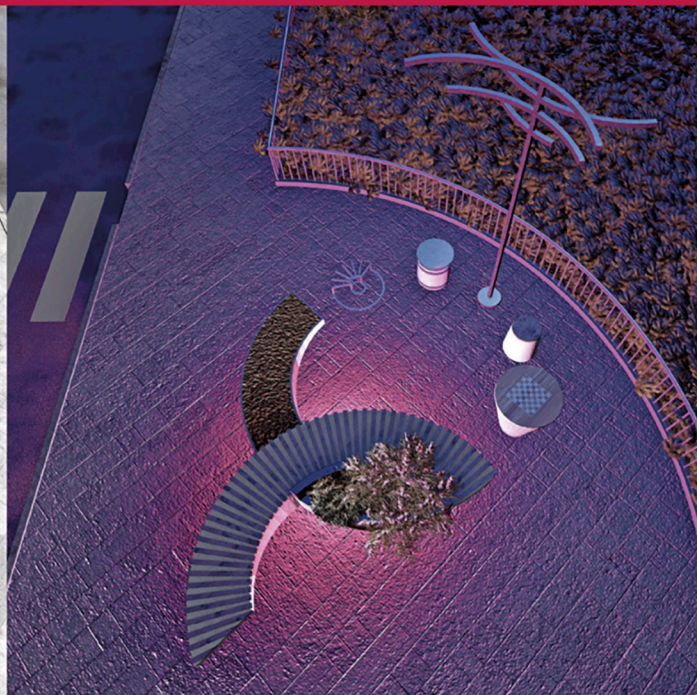
УКРОП
розквітає

ф е с т и в а л я м и





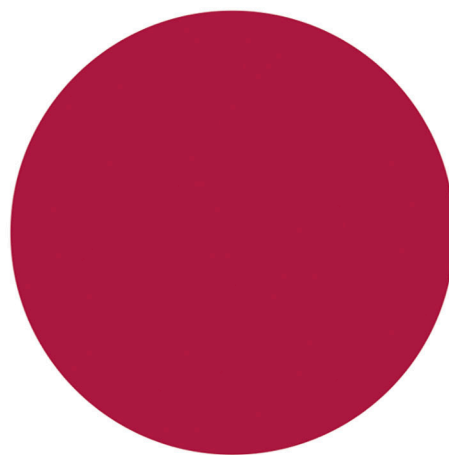
Урбан адаптація





Форма логотипу в об'ємному просторі може стати міською локацією відпочинку. Таким чином демонструючи свою адаптивність для різних потреб міста.

Патерн бренду



Ужгород місто вражень та позитивних емоцій.
Тому графічний патерн побудований із
трьох типажів стилізованої міміки.



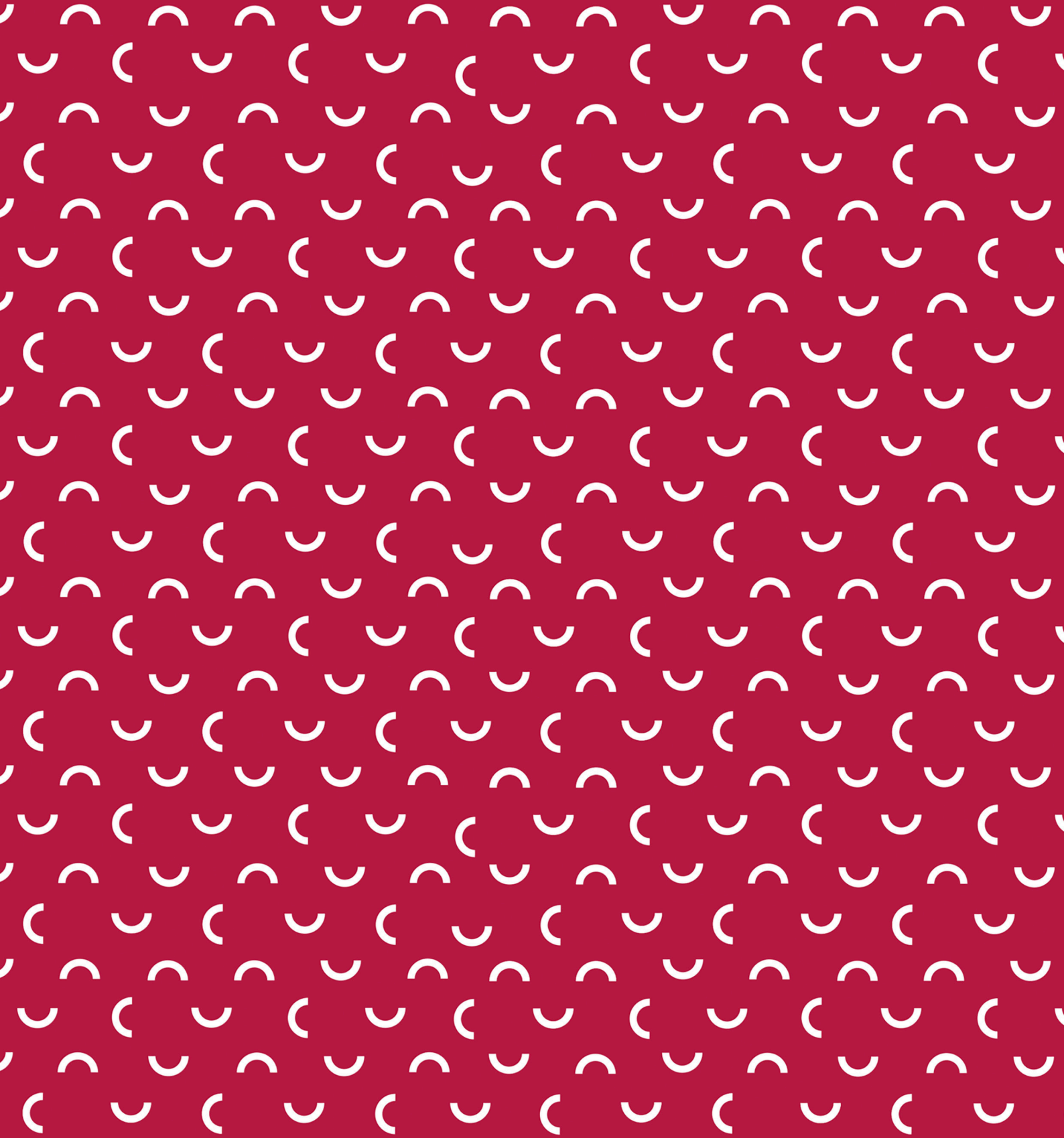
Романтичність



радість



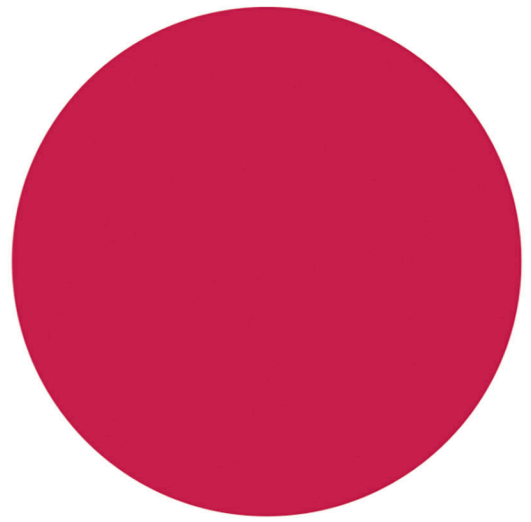
здивування







Композиції бренду



Спеціально для бренду Ужгорода було розроблено графічні композиції із використанням стилізованих особливостей міста. В них можна побачити окрасу міста: річку Уж та Ужгородський замок, вино та цвіт сакури і, звичайно, запашну ужгородську каву. :)





На основі брендового шрифту «Ung-way» створено шрифтові композиції, які можна використовувати в поліграфії та рекламній продукції.



розквітає аромат

р о з к в і т а є
с м а к а м и



р о з к в і т а є
а р о м а т а м и

розквітає аромат

РОЗКВІТАЄ В ТОБІ
РОЗКВІТАЄ В
КОЖНОМУ

רוכז רוסיה רוכז

רוזקבִּיטאָע

רוזקבִּיטאָע
מִינִיִּסקולִּיטוראָמִי





אנש
רס
מס

р о з к в і т а є
с м а к а м и



אנש
רס
מס

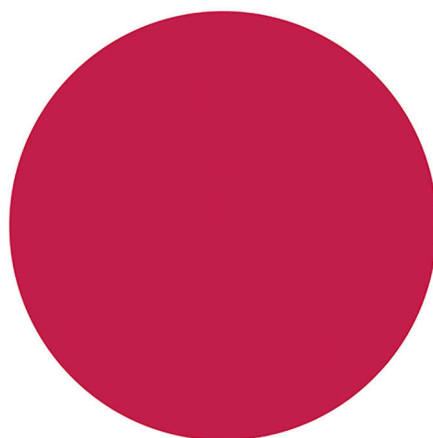
р о з к в і т а є
в р а ж е н н я м и

В англomовному варіанті шрифтових композицій бренд працює в цікавій транскрипційній парадигмі. Слово «GO» акцентує на основних атрибутах ідентичності Ужгорода та спонукає go гі, розповідаючи про місто.

UZHIGOROD



Мова бренду



Існують різні типи міст з певним набором автентики. Є міста - музеї, міста - інновації, міста - курорти, міста - фестивалі, міста харчової гастрономії. Тому потрібно зрозуміти в яку шкалу ідентичності потрапляє саме Ужгород. Адже всі вище перераховані категорії, в тій чи іншій мірі, в місті представлені. Отже, врахувавши всі неординарні принади міста, можна чітко сказати: Ужгород - місто емоцій. Власне основною рисою міста над Ужем є період цвітіння сакури і неповторні емоції, якими розквітає місто. Тому візуальна комунікація в шрифтово-мімічних іконках побудована на основних типажах людських емоцій, які графічно розроблені з букв назви міста брендового шрифта «Ung-way».

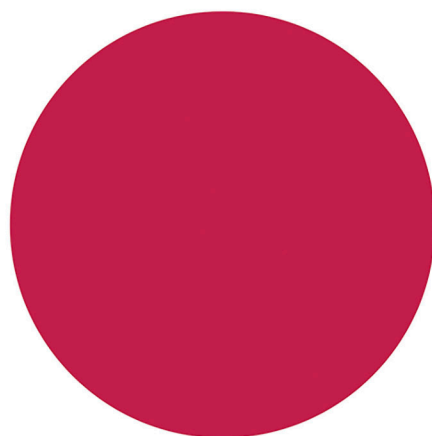
УЖГОРОД

УЖГО
РОД

УЖ
ГО
РОД



Корпоративна айдентика





Ужгородська міська рада

У пізньому середньовіччі Ужгород був приватновласницьким, графським містом. Це нібито менш престижно, ніж бути містом самоврядним чи королівським. Але це якраз і підтверджує його древність. Королі заснували місто на новоосвоєних територіях, а згодом жалували їм різні вольності для швидшого розвитку. Довні ж і цілком розвинуті центри сформувалися вассалом, як і сталося з Ужгородом. Місто зрало було не тільки адміністративним і економічним, а й культурним центром. Зралося б, фольклор народжується на селі. Але останнім часом вважається, що це все-таки міське породження, де інтенсивність людських зв'язків і кількість вільного часу завжди було вищою, ніж на селі. Інша справа, що в сільській місцевості фольклор довше зберігався, але зароджувалося більшість творів, схоже, таки у місті. У перші роки XVIII ст. місто перетворюється на один з вузлів поточної європейської політики. В умовах війни Франції, який близько року перебував в Ужгородському замку, воно було на перехресті інтересів Угорщини, Австрії, Польщі, Туреччини, Росії, Франції, не рахуючи дрібніших гравців.



Управління
економічного
розвитку

Дмитрук
Анастасія Петрівна

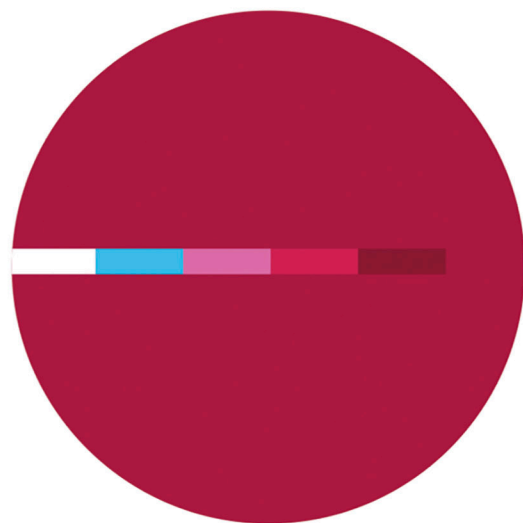
тел. 0991909647
web.





Зовнішнє застосування

постери
сітілайти
банери
флаєри та інша
бренд айдентика











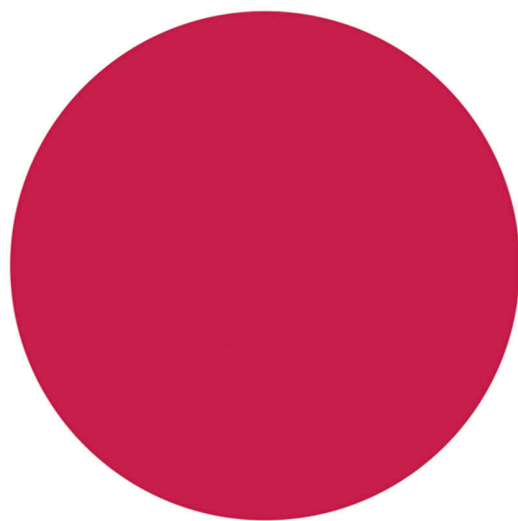








Сувенірна продукція











UZH

GO blossoms
ROD

GO
live free



