



NOVA CELOSTNA PODOBA ZA MESTO CELJE IN NOV KATALOG MESTA

IZHODIŠČA ZA OBLIKOVALSKO DISPOZICIJO

Uvajanje celostne grafične zasnove je običajno znamenje velikih sprememb. In v primeru mesta Celje so razlogi za zasnovo arhitekture blagovne znamke in njeno celostno grafično podobo številni:

- grafično uzakonjenje obstoječe blagovne znamke;
- dvig psihološke vrednosti blagovne znamke;
- želja po konkurenčni razlikovalnosti z mesti v Sloveniji in tujini;
- izraz nove proaktivne in ofenzivnejše poslovne politike trženja turistične ponudbe.

POSLANSTVO

Mesto Celje je prijazno do svojih prebivalcev, saj jim nudi kakovostno bivanje in prijetno ter primerno okolico za ustvarjanje doma. Njegova velikost dopušča več možnosti za rekreacijo, izobraževanje, kulturo, poskrbi pa tudi, da se posameznik ne izgubi v množici mesta. Mesto Celje je prav tako prijazno do obiskovalcev – turistov, ki v Celju čutijo domačnost in ravno pravišnje mero kulture in prefinjenosti mesta. Ohranja bogato zgodovino grofov celjskih za prihodnje rodove in gradi turistično ponudbo na tej podlagi. Z idealno geografsko velikosti dopušča ogromno možnosti za hitri razvoj gospodarstva in kulture ter za višanje osebnostnega razvoja posameznika.

VIZIJA

Mesto Celje želi postati prepoznavno kot kulturno razvito srednjeevropsko mesto, turistično, intelektualno in tehnološko središče celjske regije.

Mesto Celje želi do leta 2013 postati priljubljena urbana destinacija za kratki oddih aktivnih obiskovalcev na področju kulturnega, športnega, izobraževalnega ali poslovnega turizma. Je idealna izhodišča točka za odkrivanje ostalih podeželskih »biserov« v okolju in središčna

točka, kamor se obiskovalci vračajo za prenočitev. Mesto Celje je za svoje prebivalce in za potencialne nove prebivalce mesto, kjer se posameznik želi živeti in si ustvariti družino.

DODANA VREDNOST OZ. DOLGOROČNA KONKURENČNA PREDNOST

Mesto prijaznih ljudi, ki se razprostira na razmeroma majhnem prostoru, ki je obvladljiv in hkrati ponuja neskončno možnosti za aktivnosti, doživetja, prireditve in dogajanja. Mesto ima veliko zgodovinsko vrednost, ki je hkrati konkurenčna prednost pred ostalimi, mlajšimi mesti.

POTEK RAZISKAVE

Blagovno znamko mesto Celje smo oblikovali glede na izvedeno namizno raziskavo (tj. pregled konkurenčnih mest in njihovih logotipov ter sloganov) ter vprašalnik, ki so ga rešili Celjani različnih starostnih razredov. Sama raziskava in analiza vprašalnikov je trajala dober mesec dni.

Glede na rezultate vprašalnikov smo ugotovili, da so asociacije na mesto Celje naslednje:

- zgodovina in tradicija;
- mogočnost in moč;
- majhnost, dostopnost, obvladljivost;
- prijaznost, očarljivost;
- primerno mesto za vzgojo otrok in družinsko življenje;
- šport;
- bližina neokrnjene narave (Celjska koča, Šmartinsko jezero, Mestni park, Savinjsko nabrežje).

Zato smo izbrali naslednji simboli mesta Celje:

KVADRAT, ki je prastar simbol popolnosti, harmonije, absolutne lepote in pravilnosti. Pripada mu velik del simbolike četvernosti in se pogosto povezuje s številom štiri, s stranmi neba, s štirimi elementi itd.

Zakaj kvadrat? Celje lahko na simbolni ravni pojmuje kot kvadrat, saj:

- je osnova Celjskemu gradu kamen v obliki kvadrata (Celjski grad kot največja znamenitost mesta Celje, osnova za uspešen razvoj);
- kvadrat kot element v mozaiku (mozaik mesta Celje se sestavlja od prazgodovine, saj se mesto širi, razvija, napreduje).

Osnovni vizualni identifikator mesta Celje smo v skladu z želenimi evokacijami in podatki na podlagi ankete zasnovali simbolno, tako da uporabniki sami vzpostavijo pomen oziroma konotacijo z osnovnim poslanstvom in vizijo mesta Celje.

Zasnovali smo logotip na osnovi kvadrata, ki temelji na zgodovini in kulturni dediščini.

V logotip smo vključili tudi element »Since 1451«, ki že samo po sebi poudarja historično vrednost Celja. Zakaj letnica 1451? Dne 11. aprila 1451 namreč celjski grof Friderik II. Podelil Celju status mesta z vsemi mestnimi pravicami. Mestna občina Celje zato vsako leto svoj občinski praznik obeležuje 11. aprila.

SIMBOL Z LOGOTIPOM NA OSNOVI KVADRATA IN MEČA

Kvadrat asociira na popolnost, varnost, povezanost mesta Celje. Vsebinsko raven mesta smo premaknili na simbolno in zato bolj abstraktno. Vsebino BZ mesto Celje smo želeli prikazati v prijazni, mehki obliki, zato smo kvadrat zmeščali. V logotip smo vključili več kamenčkov, kot osnovo za mozaik, ki tvori puščico v idejnem smislu »go to«. Torej, logotip že sam po sebi nagovarja k obisku mesta Celje. Skupaj s sloganom smo logotip oblikovali v obliki meča, kot ponos in eden izmed simbolov celjskih grofov.

IZBOR BARV

ORANŽNO najpogosteje povezujemo s plamenom ali z vulkanom, asociira veselje, zrelost in rast, njene objektivne asociacije pa so sonce, ogenj in sadje. Oranžna barva lahko po fizični ali psihični izčrpanosti vlije novo moč. Simbolizira vitalnost in dejavnost. Njena toplina dviguje razpoloženje: to je barva zadovoljstva, veselja, družabnosti. Poudarja varnost, udobnost in čustveno toplino.

Pozitivne asociacije: prijaznost, veselje, sončnost, domačnost, motivacija, spodbuda, radost, živahnost, zabava, pozitiven odnos do življenja, razposajenost

Asociacije na mesto: prijazno mesto do prebivalcev in turistov; dogajanje na kulturnem področju

POZICIJSKI SLOGAN

Pozicijski slogan »**Kot doma**« na najbolj strnjen način izraža vrednote in filozofijo ter poslanstvo in vizijo mesta Celje. Odlično se prevaja v angleški jezik »**Feels like home.**« in nemški jezik »**Wie zuhause.**«.

Mesto Celje je namreč majhno, prijazno, domače mesto, kjer se vsak počuti kot doma.