

Autobusy w nowej szacie?

Agencja, która poprawia wizerunek Pruszkowa, zaprojektowała nowy design ZTM

Nowy wygląd biletów, kart miejskich, piktogramów, rozkładów jazdy, a nawet autobusów. Specjaliści od kreowania wizerunku zaproponowali zmiany w szacie graficznej ZTM.

Studio Brandingowe Bakalie, które ma poprawić m.in. wizerunek kojarzonego z gangsterami Pruszkowa, przygotowało dla Zarządu Transportu Miejskiego dwa projekty zmian szaty graficznej komunikacji miejskiej. Obydwa zakładają inny wygląd biletów, kart miejskich, piktogramów, schematów linii komunikacyjnej czy przystankowych rozkładów jazdy.

Pierwszy, bardziej zachowawczy, utrzymany jest w tradycyjnej kolorystyce (czerwień, żółć i biel).

- Projekt ukazuje, jak po dokonaniu lekkiego rebrandingu można markę ZTM uczynić bardziej przyjazną użytkownikom. Ma się kojarzyć z takimi wartościami jak: dynamizm, rzetelność, bezpieczeństwo, komfort i nowoczesność - Elżbieta Skrzypek ze Studio Bakalie, które przygotowało koncepcję. - Dzięki zintegrowaniu wszystkich elementów komunikacja wizualna ZTM stanie się przejrzysta i spójna, a zmiany w układzie graficznym poprawią czytelność i podniosą wartość użytkową tablic, map i znaków - dodaje.

Według designerów nowe wzory biletów ułatwiają odczytanie informacji, a strzałki kierunkowe na biletach ułatwią ich kasowanie.

Drugą koncepcją jest bardziej odważna. Dominują w niej kolory: magenta, cyan

i żółty. Projektanci stworzyli ZTM nowe logo, które byłoby głównym elementem kampanii wizerunkowej przedsiębiorstwa. Schematy połączeń i rozkłady jazdy pozostaną czytelne. Jakże są szanse na wprowadzenie któregoś z propozycji w życie?

- Takich projektów dostajemy więcej i nie komentujemy ich publicznie - mówi Michał Powalka, rzecznik ZTM. - Myślimy o zmianie szaty graficznej naszych druków, ale dopiero przy zmianianiu taryfy, a to już zależy od Rady Warszawy.

Powalka dodaje, że słabością projektów jest to, że zakładają również przemalowanie autobusów. - Przy dwóch tysiącach pojazdów to ogromny koszt - mówi. - Na to w tej chwili nie możemy sobie pozwolić, bo jest wiele ważniejszych potrzeb. SZVP

PROPOZYCJE NOWEGO WIZERUNKU ZTM



NOWY WYGLĄD ZTM



Nowa identyfikacja wizualna ZTM Warszawa jest bardziej kolorowa i przejrzysta

W ramach działalności na rzecz propagowania kultury wizualnej i branding'u „Bakalie” Studio Brandingowe przygotowało dwie propozycje nowej identyfikacji wizualnej dla Zarządu Transportu Miejskiego Warszawa. Prezentację zawierającą propozycje projektów przekazano w ramach prezentu świątecznego. Realizacja w zamyśle jej twórców ma zwrócić uwagę organizacji na zjawisko branding'u i zaprezentować pracownikom ZTM kierunki rozwoju, w których może udać się ich firma.

Pierwszy projekt ukazuje, jak po dokonaniu lekkiego redesignu elementów obecnej identyfikacji można z marki ZTM uczynić brand bardziej przyciągający. Dzięki zespoleniu

kąt, co ułatwia ich identyfikację. Rozkład jazdy i schematy linii pozwalają podróżnym dzięki czytelnym układom graficznym na swobodne i trafne wybieranie dalszego kierunku jazdy. Twórcy zaprojektowali system tak, aby pasażer identyfikował się z ZTM i był dumny, że korzysta z komunikacji miejskiej, do czego zachęcać ma także hasło: „Zmień Transport na Miejski”.

Drugi projekt ukazuje, jak daleko w stronę skutecznego i odważnego branding'u może udać się marka ZTM. Jest to modernistyczne przedstawienie kompozycji elementów graficznych oraz typograficznych w sposób czytelny i przejrzysty. W projekcie

kładnie w formie zbliżenia miejsce bazowe, z którego rozpoczynamy podróż, oraz w formie całościowej sposoby dotarcia do miejsca docelowego. Zaprojektowano wzory biletów i karty miejskiej, ich wygląd i wiadomości na nich zawarte są bardziej zrozumiałe, podobnie jest w przypadku schematów linii i rozkładu jazdy. Całość identyfikacji sygnalowana jest prowokacyjnym i żartobliwym hasłem: „Zajmę Twoje Miejsce”. Według najnowszych ustaleń nie została jeszcze podjęta decyzja co do wprowadzenia do użytku jednego z dwóch zaprezentowanych systemów. Projekty będą poddawane dogłębnej analizie przez pracowników działu marketingu