



Promjena imidža Hrvatska lutrija raspisala je natječaj za promjenu vizualnog identiteta, a provodi ga HDD

Odlazi li sretna Bubamara u povijest?

BISERKA RANOGAJEC
 biserka.ranogajec@poslovni.hr

Hrvatsko dizajnersko društvo odlučit će hoće li ostati jedan od najprepoznatljivijih simbola Hrvatske lutrije ili će bubamaru zamijeniti novi simbol

Hrvatska lutrija raspisala je natječaj za dizajn vizualnog identiteta koji traje do 13. rujna, a provodi ga Hrvatsko dizajnersko društvo (HDD).

Na pitanje znači li to da logo Lutrije sa legendarnom Bubamarom odlazi u povijest, Ana Jazić, direktorica Sektora marketinga je odgovorila: "Temeljem istraživanja koje je za HL provela agencija MediaNet saznali smo da je Bubamara postala prepoznatljiva kao naš zaštitni znak onim ispitanicima koji igraju naše igre, dok je opća populacija relativno slabo percipirala Bubamaru kao naš simbol."

"To ne iznenađuje jer ste zasigurno i vi primijetili kako Bubamaru koriste druge tvrtke koje se poprilično intenzivno oglašavaju. Na žalost, mi znak Bubamare nismo zaštitili i njegovo korištenje nismo u mogućnosti zapriječiti", kaže Jazić.

Novi izazovi

Na koncu, hoće li Bubamara opstati ili ne odlučit će oni koji natječaj provode, Hrvatsko dizajnersko društvo, odnosno kakva će biti prispjela natječajna rješenja koja mogu logo promijeniti, zadržati ili pak adaptirati.

Sadašnji vizualni identitet Hrvatske lutrije star je 15-tak godina i od tada nije profesionalno doradivani. On ne uključuje samo krovni logotip, logotip HL i njen zaštitni znak Bubamaru, već i logotipe svih lutrijinih proizvoda.

Jazić objašnjava nadalje kako je u međuvremenu Hrvatska lutrija znatno proširila svoju ponudu novim dinamičnijim igrama i njihovo pojavljivanje nije popraćeno adekvatnom doradom vizualnog identiteta već parcijalnim i na žalost, improviziranim prilagodama. Iz Hrvatske lutrije poručuju



Ana Jazić, direktorica Sektora marketinga HL-a s jednim od sretnih dobitnika

ANTONIO BRONIĆ/PIXSELL

Hrvatska Lutrija
 VIŠE od IGRE

ocjenjivački sud

Stručnjaci u žiriju

Ocjenjivački sud čini sedam članova od čega tri predstavnika HL-a i četiri predstavnika HDD-a. Iz HL-a u njemu su Svjetlana Begić, Ana Jazić i Nikola Rožanković. Predstavnici HDD-a su Davor Bruketa, Ivan Doroghy (izvanredni profesor na Studiju dizajna Arhitektonskog fakulteta), Izvorka Jurić, (dizajnerica Tridvajedan i predavačica na Visokoj školi za tržišne komunikacije Agora) te Denis Kovač, dizajner (Bunch).



ZA PRVU FAZU NATJEČAJA OSIGURANO JE 140.000 KUNA, A UKUPNI IZNOS BIT ĆE ODREĐEN NAKON NATJEČAJA

nadalje i kako su trenutačno pred velikim izazovom, otvaranjem novih kanala prodaje i lansiranjem novih igara namijenjenih tim kanalima, odnosno novim medijima.

Redefiniranje identiteta

Jazić zaključuje da ove aktivnosti traže proširenje informacija i konotacija vezanih uz njihov brend što zahtijeva i njihovu vizualnu interpretaciju. Postojeći vizualni identitet nije aplikativan, odnosno nije ga moguće na kvalitetan način prilagoditi novim medijima.

Dodamo li tome činjenicu da se na hrvatskom tržištu znatno podigla razina kvalitete vizualne komunikacije, svakako je razvidno da i Hrvatska lutrija, ukoliko se želi nametnuti kao vodeći priređivač na izuzetno kompetitivnom tržištu, mora redefinirati svoj vizualni identitet, poručila je Jazić.

uvjeti

Tri faze natječaja

Na natječaju ne mogu sudjelovati članovi Ocjenjivačkog suda, njihovi zamjenici, članovi tehničke komisije i sastavljači natječajnog zadatka kao ni njihovi bliski srodnici i poslovni suradnici iz uže radne grupe. Na Natječaju također ne mogu sudjelovati zaposlenici Hrvatske Lutrije ni njihovi bliski srodnici. Svaki od natjecatelja, autor ili tim, ima pravo sudjelovanja na s najviše tri prijave.

Odluka 1. listopada

Rok za primanje natječajnih radova je 13. rujna i Ocjenjivački sud nakon prvog zasjedanja pozvat će autore koji će im prezentirati idejna rješenja. Ocjenjivački sud završit će s radom do 1. listopada, a rezultati bit će objavljeni i dostavljeni svim natjecateljima elektroničkom poštom najkasnije osam dana od završetka rada Ocjenjivačkog suda, odnosno do 9. listopada. Imena nagrađenih autora bit će objavljena na internetskim stranicama Lutrije i Hrvatskog dizajnerskog društva. Nakon toga slijede razgovori s nagrađenim autorima.

Vrijeme krize otvara i nove mogućnosti. Tako su se i cijene pojedinih usluga prilagodile potražnji na tržištu pa je za Hrvatsku lutriju ovaj projekt o kojem su kažu dugo promišljali, sada postao pristupačniji te se počinje provoditi u djelo.

Na pitanje koliko će u ovim novim okolnostima ukupno stajati novi logo, Jazić kaže kako im je cilj izrada kompletne knjige grafičkih standarda te da je novi logo samo jedan od elemenata koji čine potpuni vizualni identitet. Budući da je prva faza natječajni postupak s nagradnim fondom od 140.000 kuna (za tri najbolja rada), to je i jedini iznos koji u ovoj fazi mogu pouzdano i precizno objaviti.

Naime, po završetku natječaja, slijedi pregovarački postupak s autorima nagrađenih radova kako bi se stigao dogovor o realizaciji cijelog projekta.