

Marka Puławy. Z myślą o człowieku - logo

W listopadzie 2009 r. Rada Miasta przyjęła Strategię Marki Miasta Puławy, zgodnie z którą Puławy mają się wyróżniać zapewnieniem mieszkańcom optymalnych warunków życia i rozwoju. Filozofia marki ma się przekładać na działania samorządu, lokalnej społeczności, środowisk, podmiotów i instytucji, które mają lub mogą mieć w przyszłości wpływ na szeroko rozumiany rozwój Puław. Decyzje jeszcze mocniej niż w minionych latach podejmowane będą „z myślą o człowieku”, weryfikowane pod kątem ich wpływu na tworzenie przyjaznej przestrzeni miejskiej i możliwości wszechstronnego rozwoju puławian. Wdrażanie strategii ma przynieść Puławom wymierne korzyści i rozpoznawalność.

Dla wypromowania tej filozofii miasta opracowano nowy spójny system identyfikacji wizualnej. Nak miasta (logotyp) jest transpozycją, graficznym zapisem zasobów i aspiracji Puław – deklaracją, czym miasto jest i jakie chce być w przyszłości, odzwierciedla charakter, osobowość i tożsamość marki Puławy.

Slogan promocyjny to: „Puławy. Z myślą o człowieku” (ang.: „Puławy. Human City”). „Puławy tworzą przestrzeń miejską w pełni odpowiadającą materialnym, psychologicznym i społecznym potrzebom mieszkańców. Pobudzają warunki sprzyjające postawom prospołecznym i powstawaniu bogatych relacji międzyludzkich. Dzielą się innowacyjnymi osiągnięciami w zakresie humanizowania przestrzeni miejskiej z innymi miastami.” Przytoczone słowa prezentują pozycjonowanie Puław, określają tożsamość i wartość marki Puławy.

„Puławy to miasto humanistyczne, egalitarne, wspierające, zrównoważone, innowacyjne, życzliwe, bliskie ludziom, przyjazne, otwarte, emocjonalne i doznaniowe, a także witalne, optymistyczne, włączające się, angażujące, radosne.” Logotyp posiada elementy tekstowo-graficzne, jest zorganizowany na liniach krzywych w kształcie rozciągniętej spirali, która przypomina rysunek odręczny. Również krój użytego w logotypie pisma naśladuje kreskę odręczną – ma cechy indywidualności. Spirala tworząca domyślną grupę ludzi obejmuje literę „P” z nazwy miasta, co symbolizuje przynależność miasta do ludzi.

Podstawowa symbolika znaku rozwija się następująco: pięć połączonych ze sobą postaci, przedstawionych schematycznie, o zróżnicowanych wielkościach i kolorystyce, symbolizuje ludzi jako najistotniejszą wartość miasta. Elementy zostały wywiedzione z kształtu postaci ludzkiej – są opływowe, zaokrąglone, miękkie. Otwarta forma znaku stanowi o jego przyjazności. Tak jak w naturze nie występują w znaku kąty proste, co znamionuje humanizm. Relacje pomiędzy elementami znaku – stykanie, przenikanie – symbolizują bliskość, współpracę, działanie w zespole. Odręczna kreska, charakterystyczna dla podpisu, symbolizuje pojedyncze istnienie, indywidualizm, ale także zgodę, akceptację i autentyczność. Pozycjonowanie postaci powyżej nazwy miasta – jako jej zwieńczenie – dowodzi, że w centrum zainteresowania jest człowiek, deklaruje humanistyczny wymiar miasta. Silne zintegrowanie elementów znaku symbolizuje integrację różnorodnych jednostek i grup społecznych. Kolorystyka zastosowana w znaku także nie jest przypadkowa – dwa kolory zostały wywiedzione wprost z istotnych dla miasta zasobów materialnych: zielony dla ponadprzeciętnej ilości zieleni w mieście, natury; niebieski symbolizuje rzekę Wisłę, istotny walor przyrodniczy i turystyczny; ciepłe barwy – pomarańczowa i czerwona – oznaczają żywotność, ludzki potencjał i aktywność, kolor różowy – dla zaakcentowania wartości przyjaźni i optymizmu.





Logo miasta Puławy opracowane w 2009 r., z hasłem w angielskiej wersji językowej

PODZIEL SIĘ

TWEETNIJ

WYŚLIJ ZNAJOMEMU
