

PŘEDSTAVENÍ NOVÉ VIZUÁLNÍ IDENTITY AC SPARTA PRAHA

OBDOBÍ — 11. – 16. ÚNORA 2021
CELKOVÝ POČET VÝSTUPŮ — 68

REALIZÁTOR ANALÝZY:
HI-LIGHTS, S. R. O.
FRANCOUZSKÁ 284/94
101 00 PRAHA 10
WWW.HI-LIGHTS.CZ
OFFICE@HI-LIGHTS.CZ

HI⇒LIGHTS



1. SHRUTÍ MEDIALIZACE

- ┆ Nové logo a vizuální identita fotbalového klubu AC Sparta Praha byly představeny ve čtvrtek 11. února a hned toho dne bylo zaznamenáno 28 mediálních výstupů (z nich 21 vyznívalo příznivě). Média přitom vycházela z **tiskových materiálů Sparty**, případně ze **zprávy České tiskové kanceláře**. Hojně tak v médiích byli citováni představitelé klubu (František Čupr, Ondřej Kasík, Kamil Veselý) a kreativci, kteří na novince pracovali (Tadeáš Drahorád, Alan Záruba).
- ┆ Články opakovaně vyzdvihovaly, že Sparta **nejde při změně cestou revoluce, nýbrž evoluce**. „Není to revoluce, jako když před pár lety změnil logo Juventus. Souzníme s tradičními hodnotami;“ citovaly např. [SeznamZpravy.cz](#) mluvčího Ondřeje Kasíka s tím, že nové logo ctí a zachovává řadu tradičních prvků.
- ┆ Média rovněž upozornila, že logo bude používáno až od příští sezóny, a fanoušci tak budou mít **dostatek času si na něj zvyknout**. „Na webu [navzdysparta.cz](#) se mohou fanoušci se všemi přednostmi nového grafického kabátu postupně seznámit,“ napsala na webu [Česká televize](#).
- ┆ Rezovala rovněž informace, že na logu zůstávají tři hvězdy za 36 mistrovských titulů. Na hráčích klubu záleží, zda přibude i čtvrtá hvězda.
- ┆ **Autor vítězného návrhu Tadeáš Drahorád** z agentury Go4Gold poskytl **rozhovor** serveru [isport.cz](#) (publikován byl rovněž v deníku Sport). „Proces tvorby trval více než rok. Začali jsme rešeršit a chtěli jsme zůstat úmyslně konzervativní a zapracovat do loga všechny aspekty, které se Spartou souvisí po celou dobu její 128 let trvající historie. Variant bylo na začátku samozřejmě víc, každopádně poměrně rychle jsme si s klubem vycizelovali základní symbol a pak se práce velkou část času točila kolem něj,“ řekl mimo jiné.
- ┆ Server [iSport.cz](#) v souvislosti se změnou loga Sparty přinesl přehled změn log jiných sportovních klubů. V jiném článku pak [tentýž server](#) prozkoumal, **jak se v minulosti měnilo logo samotné Sparty**.
- ┆ **Tonalitně zabarvené ohlasy** na nové logo začaly v médiích rezonovat od pátku 12. února. Vojtěch Žižka v názorové rubrice [denik.cz](#) například zpochybnil, že nové logo je aktuálně něco, co by Sparta měla řešit. Samotné logo ovšem pochválil.
- ┆ Rezovala ovšem zejména kritická slova, která na svém Instagramu publikoval bývalý hráč Sparty **Tomáš Řepka**. „Nic tak ošklivého jsem dlouho neviděl a vysvětluje to, co se teda ve Spartě ve skutečnosti řeší. Místo výkonu na hřišti tam někdo kreslí loga do bloku,“ napsal a jeho slova převzalo hned několik médií. Reagoval na ně i mluvčí Sparty Ondřej Kasík.
- ┆ V deníku Sport byli citováni někteří jiní **bývalí i současní hráči Sparty**, kteří logo na rozdíl od Tomáše Řepky **pochválili**. „Napoprvé jsem si říkal: Proč? Ale když znám důvody a vidím, kam se to vyvíjí, myslím, že jde o dobrou věc. Lidem se dřív nebo později bude líbit,“ řekl Václav Kadlec. „Líbí se mi, i když si na ně budu zvykat. Na rudém dresu bude krásné,“ prohlásil Adam Hložek.
- ┆ Mimo jiné v Pražském deníku byli citováni **někteří roztrpčení fanoušci**. „Je jasné, že ta prvotní reakce bude bouřlivá. Já bych byl jen rád, kdyby si fanoušci dali čas a pokusili se pochopit náš záměr,“ uvedl marketingový ředitel Sparty Kamil Veselý s tím, že prvotní nevole se čekala.
- ┆ **Marketingoví profesionálové** jsou ovšem s novinkou **veskrze spokojeni**. „Nový vizuální styl přináší velmi pěknou vlastní typografii. Skvělá je paleta monochromatických logotypů a naznačené vizuály. Dobrá práce,“ citovaly [lidovky.cz](#) Tomáše Janču. Pochvalu Spartě udělila i čtveřice expertů oslovených serverem [iSport.cz](#).



2. ANALYTIKA



Představení nového loga, respektive nové vizuální identity fotbalového klubu AC Sparta Praha se ve sledovaném období mezi čtvrtkem 11. února a úterým 16. února věnovalo **celkem 68 zaznamenaných mediálních výstupů**.

V rámci těchto výstupů **převažovaly články s pozitivním sentimentem**. Takových zpráv byly zaznamenány čtyři desítky. To znamená, že se na celkové medializaci podílely zhruba ze tří pětín (59 %).

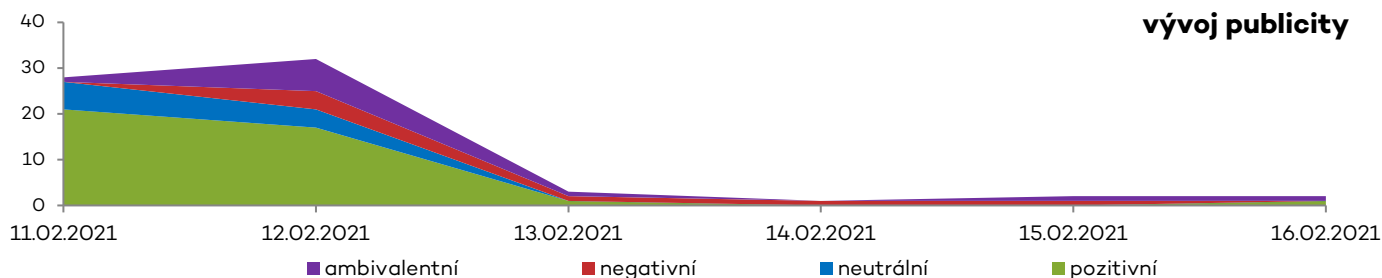
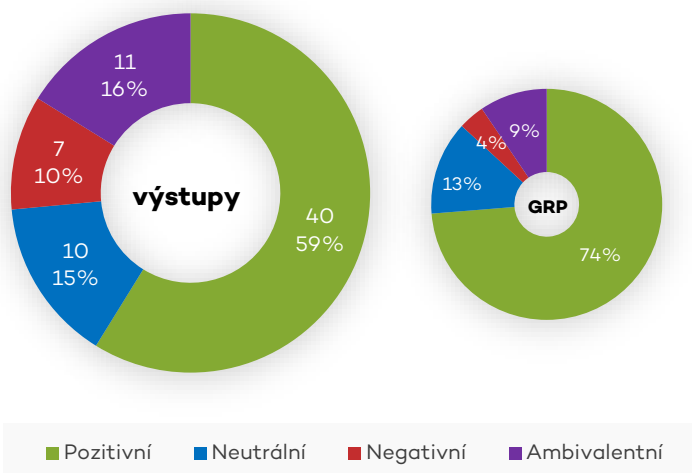
V neutrální rovině se neslo deset výstupů. Za neutrální články byly označeny takové texty, jež zpravidla pouze krátce předaly základní zpravodajskou informaci, aniž by citovaly názory různých zainteresovaných osobností (ať už pochvalné nebo kritické).

Kritický sentiment neslo celkem 18 článků (tedy zhruba čtvrtina). Četnější byly v rámci těchto článků výstupy ambivalentní – to jsou takové texty, jejichž vyznění není zcela jasné, neboť zpravidla kombinují pochvalné i kritické argumenty a různí příjemci je tak mohou vnímat různě. Za čistě negativní bylo označeno sedm zpráv. V negativních výstupech zpravidla výrazně převládal kritický sentiment nad případnými pochvalnými protiargumenty, případně médium zprávu kriticky rámovalo (například jasně negativním titulkem apod.).

Napravo přiložený graf rovněž udává **přepočít na GRP**. Graf je nutné brát jen jako přibližné vyhodnocení tonalitního složení celkové medializace z hlediska síly jednotlivých médií. Vychází totiž pouze z celkových dat o čtenosti / návštěvnosti / sledovanosti médií, nikoli z dat o konkrétních výstupech (nebere tedy v potaz např. polohu na stránce, umístění na webu, čas vysílání atd.). Z grafu je patrný **vyšší podíl pozitivně laděné části medializace** a naopak nižší podíl kritické části medializace oproti statistice prostého počtu. Znamená to, že pozitivně laděné výstupy byly v průměru častěji publikovány více čtenými a relevantnějšími médii, kdežto kriticky vyznívající výstupy vycházely spíše v méně důležitých médiích.

Níže přiložený graf pak informuje o vývoji medializace v jednotlivých dnech. Vůbec nejvíce článků bylo zaznamenáno v pátek 12. února, nejvíce pozitivně laděných výstupů ale vyšlo hned ve čtvrtek 11. února, tedy přímo v den představení nové vizuální identity.

počet a podíl výstupů, GRP



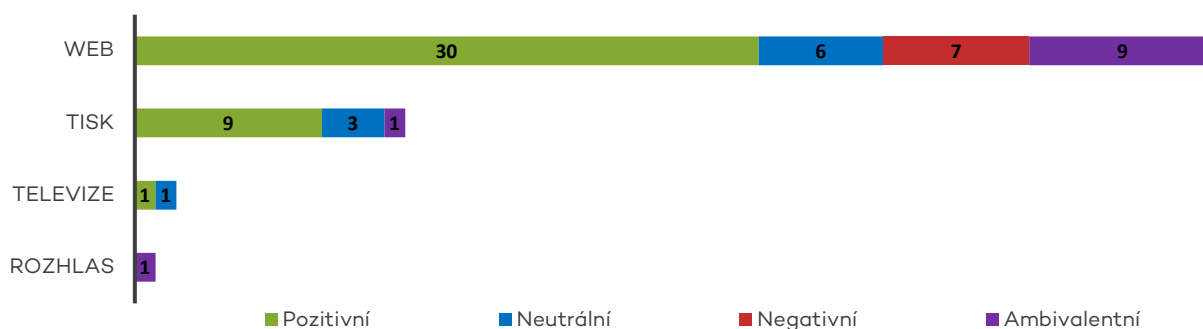


Nejvíce výstupů bylo publikováno **internetovými médii**. Zaznamenáno na nich bylo 52 relevantních výstupů, z toho tři desítky jich nesly pozitivní sentiment (tj. asi 58 %). Internetové servery byly jediným mediatypem, který publikoval i čistě negativní články. Zaznamenáno jich bylo sedm. Kromě toho bylo na webu publikováno taktéž devět výstupů ambivalentních a šest neutrálních.

V **tištěných médiích** bylo zaznamenáno celkem 13 výstupů. Pozitivní ladění jich mělo devět, což udělalo z tisku nejpříznivěji naladěný mediatyp (zhruba 70 % všech publikovaných článků v tisku bylo pozitivních). Jen jeden výstup z tištěných médií spadl ke kritické části medializace – a vyzníval ambivalentně.

Aktivita **vysílacích médií** byl relativně nižší. Ve vysílání televizních stanic byly zaznamenány dvě reportáže, v rozhlasu pak jen jedna. Nutno ovšem upozornit, že mediální databáze sleduje jen některé zpravodajské a publicistické pořady a nikoli celé kontinuální vysílání – a lze proto předpokládat, že reálně alespoň v některých rozhlasových stanicích zmínka o nové vizuální identitě padla.

mediatypy

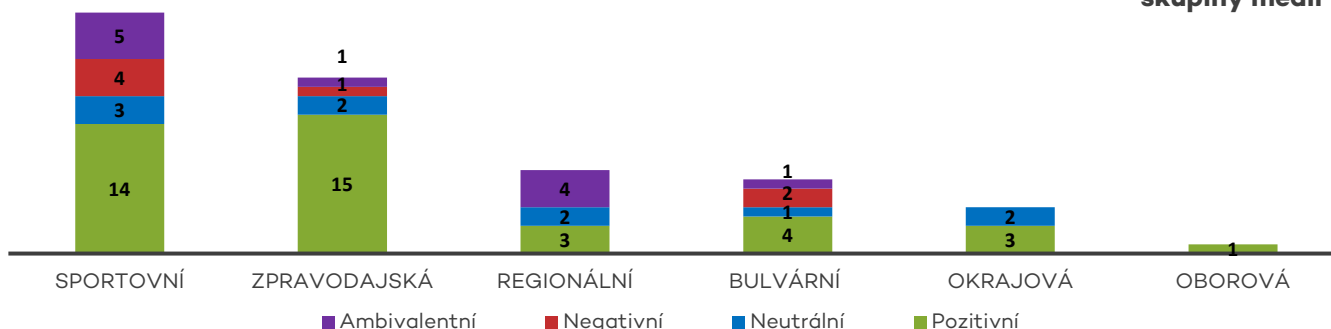


Jednotlivá média byla pro potřeby této analýzy rozdělena do šesti skupin. Největší aktivita byla zaznamenána v médiích označených jako **sportovní** (tedy taková, jejichž předmětem zájmu je především sport). Tato média publikovala 26 výstupů, přičemž 14 jich neslo pozitivní sentiment. Nejméně aktivní a zároveň nejpříznivěji naladěným médiem byl server isport.cz.

Druhou nejdůležitější skupinou byla seriózní **zpravodajská média** (19 článků), kam spadají typicky celostátní zpravodajské tištěné deníky a také zpravodajské portály, případně televizní stanice jako Česká televize nebo TV Nova. Tato skupina se vyznačuje vysokým podílem pozitivní publicity, což lze kvitovat, neboť právě média, které do ní spadají, mají nejvyšší dosah.

V **regionálních médiích** (regionální Deníky, Metro atp.) bylo zaznamenáno celkem devět výstupů, v **médiích bulvárních** (mj. deníky Aha! a Blesk, ale také servery extra.cz nebo expres.cz) pak osm zpráv. Stranou byla vyčleněna nerelevantní okrajová média s pěti výstupy. V oborových médiích věnujících se marketingu, médiím a grafice byl zaznamenán jediný výstup.

skupiny médií



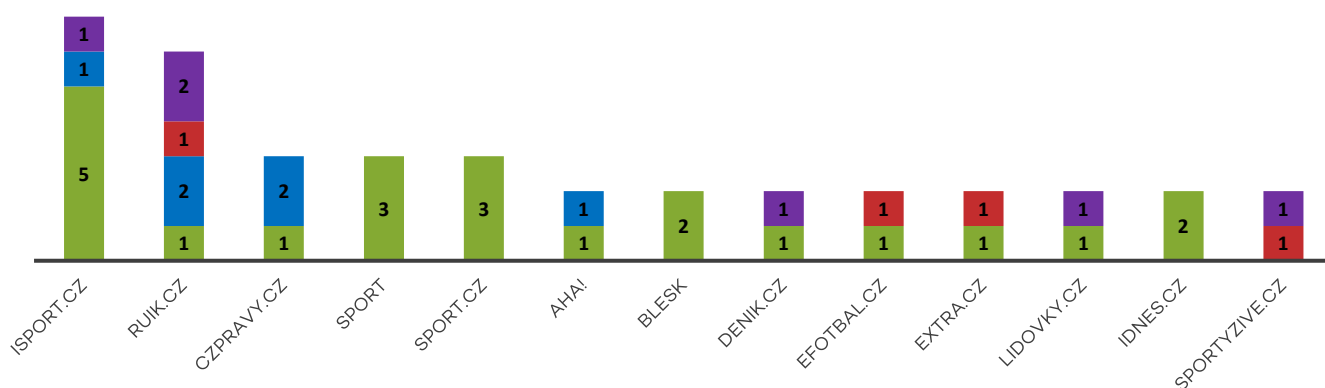


Vůbec největší množství výstupů publikoval sportovně zaměřený server **iSport.cz** (sedm článků, z toho pět vyznívalo příznivě a jen jeden ambivalentně). Rovněž na sportovní tematiku zaměřený server **ruik.cz** byl druhým nejaktivnějším médiem, když publikoval šest výstupů. Více se věnoval kritickým ohlasům na nové logo Sparty, z čehož vyplývají tři výstupy řazené ke kritické části publicity.

Další média pak následují s odstupem, přinesly po třech výstupech. Jedná se o příznivě nakloněný **deník Sport** (a rovněž o server **sport.cz**). Tři výstupy byly zaznamenány rovněž na agregátoru **czpravy.cz** (ten ovšem pouze odkazuje na texty jiných médií a nepřináší vlastní obsah).

Níže přiložený graf zobrazuje dále média, která přinesla k tématu nové vizuální identity AC Sparta Praha alespoň dva články. Ostatní média k tématu publikovala jen jeden (nebo žádný) výstup.

TOP média





3. OSOBNOSTI



Tato kapitola nabízí souhrn osobností, jež se v zaznamenaných mediálních výstupech k tématu nového loga a vizuální identity AC Sparta Praha vyjadřovaly. Zaznamenaná tonalita v tabulce je vztažena k celému výstupu, v němž zmínka osobnosti padla, a neodráží tak přímo tonalitu jejího výroku.

Nejvíce zmínek se v publikovaných relevantních výstupech dočkal generální ředitel AC Sparta Praha **František Čupr** (jeho jméno zaznělo ve 26 zprávách). Jeho citace byly v podstatě vždy pozitivně laděné, představoval nové logo a vysvětloval motivaci klubu ke změně.

Druhým nejmedializovanějším mužem v rámci tématu byl mluvčí AC Sparta Praha **Ondřej Kasík** (celkem 25 výstupů). Ten kromě prvotních citací z představení nové identity byl citován i v reakci na kritická slova bývalého hráče Sparty Tomáše Řepky. Z toho vyplývá vyšší počet zmínek v rámci kriticky laděných výstupů, neboť mediální rámování některých článků bylo kritické i přes Kasíkovu reakci.

Třetí osobností, která si připsala nejvíce zmínek, byl art director studia Go4Gold **Tadeáš Drahorád**, které za novou vizuální identitou Sparty stojí. Jeho jméno zaznívalo především v pozitivně laděných článcích, sám Drahorád poskytl rozhovor deníku Sport.

Publicita zainteresovaných osobností

Jméno	Funkce	Poz.	Neu.	Neg.	Amb.	Celkem
František Čupr	generální ředitel AC Sparta Praha	20	0	2	4	26
Ondřej Kasík	mluvčí AC Sparta Praha	16	0	5	4	25
Tadeáš Drahorád	art director Go4Gold	11	1	0	1	13
Tomáš Řepka	bývalý kapitán AC Sparta Praha	0	0	7	3	10
Alan Záruba	kreativní ředitel TV Nova	10	0	0	0	10
Kamil Veselý	marketingový ředitel AC Sparta Praha	8	0	0	2	10
Horst Siegl	bývalý hráč AC Sparta Praha	2	0	0	5	7
Tomáš Křivda	ředitel komerčního úseku AC Sparta Praha	5	0	0	1	6
Václav Kadlec	bývalý hráč AC Sparta Praha	2	0	0	3	5
Adam Hložek	hráč AC Sparta Praha	3	0	0	1	4
Bořek Dočkal	kapitán AC Sparta Praha	2	0	0	2	4
Jaromír Blažek	bývalý hráč AC Sparta Praha	2	0	1	1	4
Martin Frýdek	bývalý hráč AC Sparta Praha	2	0	1	1	4
Petr Kouba	bývalý hráč AC Sparta Praha	2	0	1	1	4
Libor Sionko	bývalý hráč AC Sparta Praha	2	0	1	1	4

Zdrojem kritické publicity byl zejména bývalý hráč Sparty **Tomáš Řepka**, který se na adresu nového loga vyjádřil výrazně kriticky. Dále pak v médiích byli v negativním tónu citováni zejména různí fanoušci klubu, kteří se k novému logu vyjádřili v internetových diskuzích. Míra negativity v tomto ohledu nicméně rozhodně nepřesáhla očekávatelnou mez.

Citace jiných známějších osobností se jinak nesly v pozitivním duchu. Citováni byli další lidé z vedení Sparty (Kamil Veselý, Tomáš Křivda), kreativci (Alan Záruba), současní hráči (Bořek Dočkal, Adam Hložek) bývalí hráči (mj. Horst Siegl, Václav Kadlec, Jaromír Blažek nebo Martin Frýdek) nebo marketingoví experti (Tomáš Janča, David Hanousek, Vít Rýznar, Pavel Čada nebo Pavel Cahlík).



4. TOP VÝSTUPY – PLNÉ ZNĚNÍ



OBSAH

Bílé „S“ na černém podkladu. Fotbalová Sparta mění logo i vizuální identitu.....	9
11.2.2021 sport.iDNES.cz str. O První liga <i>min</i>	
Jak Sparta změnila logo: Jitřenka, Sokolovo, i odkaz na ČKD	10
11.2.2021 isport.cz str. O Ročník 2020/21	
Sparta pozměnila logo a má novou vizuální identitu. Nejdeme revoluční cestou Juventus, věří klub	11
11.2.2021 ceskatelevize.cz str. O <i>Ondřej Nováček</i>	
Sparta zase středem pozornosti. Nové logo má připomenout tradici i ambice.....	12
11.2.2021 denik.cz str. O FORTUNA:LIGA <i>Michael Bereň, Jiří Fejgl</i>	
Ted' ještě čtvrtou hvězdu! Sparta mění logo a celou vizuální identitu	12
11.2.2021 sport.cz str. O	
Změny znaků nejen ve fotbale: Sparta, Juventus, Pardubice bez koně.....	14
11.2.2021 isport.cz str. O Fotbal	
Expertí o novém logu Sparty: Změna byla nutná, velký důraz na fanoušky.....	17
12.2.2021 isport.cz str. O Ročník 2020/21	
Nedělal to Stramaccioni? Nové logo Sparty čelí kritice fanoušků, legendám se líbí	20
12.2.2021 lidovky.cz str. O Fotbal <i>Vojtěch Tůma</i>	
Nic tak ošklivého jsem dlouho neviděl, říká Řepka. Nové logo Sparty vzbuzuje vášně	22
12.2.2021 cnn.iprima.cz str. O	
Novinka za milion. Sparta má nové logo, fanoušci se bouří.....	24
12.2.2021 Pražský deník str. 15 SPORT / Praha a servis <i>VOJTĚCH ŽIŽKA</i>	
Rozporuplné reakce na logo Sparty: experti chválí, fanoušci mluví o pohřbu.....	25
12.2.2021 denik.cz str. O FORTUNA:LIGA <i>Oliver Gold</i>	
Sparta se nepřebarvuje do černé, říká autor loga.....	26
12.2.2021 Sport str. 16 Fotbal <i>MARTIN VAIT</i>	
SPARTA V novém kabátě.....	27
12.2.2021 Sport str. 16 Fotbal <i>JAN VACEK</i>	

**Spartánský facelift. Zvyknete si?.....28**

12.2.2021 Mladá fronta DNES str. 14 Sport
David Čermák

Vizuálem nenasytíš.....29

12.2.2021 prazsky.denik.cz str. O Aréna názorů
Vojtěch Žižka



Bílé „S“ na černém podkladu. Fotbalová Sparta mění logo i vizuální identitu

11.2.2021 sport.iDNES.cz str. 0 První liga
min

Velké bílé písmeno S na černém podkladu. Pod ním modro-žluto-červená trikolóra. Nad eskem tři zlaté hvězdy. Ve čtvrték odhalené **logo fotbalové Sparty** je vrcholem nové **vizuální identity** klubu. Nahradí současný poznávací **znak**, který s malými úpravami sloužil od roku 1993.

Pro své fanoušky **Sparta** připravila mimořádný přímý přenos ze stadionu na Letné, během kterého odvysílala novou **vizuální identitu**. Tu bude klub používat od příští sezony.

„Není to jen **logo**. Ale jedním z klíčových **znaků** je, že máme vlastní písmo s nezaměnitelnou typografií,“ poznamenal spartánský mluvčí **Ondřej Kasík**. **Sparta** se nezbouřila proti tradicím a historii, neudělala revoluci. Spíš jen došlo k dílčím úpravám. „**Sparta** je konzervativní klub, je tady konzervativní prostředí a má i konzervativní fanoušky. Nechtěli jsme dělat revoluci, nechtěli jsme vzít všechny hodnoty, symboly a udělat novou éru. To rozhodně ne,“ zdůraznil **Kasík**.

Hlavní motivem bylo, aby právě i symboly prošly modernizací. Unikátní typ písma „Železná“ má zase **vizuální identitu** klubu sjednotit. „Občas se totiž nedalo vyčíst, že se jedná právě o náš klub,“ poznamenal **Kasík**.

Logo a písmo bude poznávacím **znakem Sparty** nejen na dresech, ale například i na suvenýrech či na sociálních sítích. „Směr, který jsme zvolili, představuje přirozený vývoj a posouvá nás **graficky** z minulosti do současnosti. Věříme, že výsledek je fanouškům blízký,“ podotkl generální ředitel **František Čupr**. „Při tvorbě **loga** bylo záměrem zachovat klíčové prvky, které **Spartu** definují víc než sto let, a vytvořit jasnou a výraznou značku,“ prohlásil **Tadeáš Drahorád** z agentury **Go4Gold**, která **vizuální** koncept vytvořila.

Černý podklad **loga** vychází z historických dresů. Než v roce 1906 doktor Petřík přivezl z Londýna rudé dresy od Arsenalu, spartané nastupovali v černých trikách s bílým S. V minulosti místo S ve **znaku** měla **Sparta** hvězdu. Šlo o jítřenku, symbol naděje, kterou měla **Sparta** ve **znaku** už před válkou. Nebyla nijak spojená s komunismem a jeho symboly. Zůstala i trikolóra, modrá, žlutá a červená jsou barvy fanoušků. Zachovány jsou také tři hvězdy, které ukazují na to, že klub získal víc než třicet mistrovských titulů. Za každých deset jedna hvězda.

Sparta je momentálně na čísle 36, naposled ligu vyhrála v roce 2014. „Když jsme **logo** prezentovali hráčům, řekli jsme jim, že počet hvězd ovlivní právě jen oni,“ poznamenal **Kasík**. **Sparta** dává fanouškům čas, aby novinku vstřebali. Proto začne novou **identitu** používat až od léta. Nejde cestou například Juventus, který **logo** změnil výrazně a ze dne na den. „To jsme nechtěli. Víme, že **grafické** efekty působí na člověka jinak po minutě, po dnu, po týdnu, po měsíci. Nechtěli jsme všechno hned měnit, nechtěli jsme být vůči fanouškům ofenzivní,“ zdůraznil **Kasík**.

Všechny své kroky k nové **vizuální identitě** klub vysvětluje na webu navzdysparta.cz

Vedle Juventus, v poslední době měnily **logo** například Atlético Madrid, Monaco, West Ham United či Manchester City.

URL| https://www.idnes.cz/fotbal/prvni-liga...alni-identita.A210211_125323_fotbal_min



Jak Sparta měnila loga: Jitřenka, Sokolovo, i odkaz na ČKD

11.2.2021 isport.cz str. 0 Ročník 2020/21

Nové **logo**, kterým se **Sparta** zaštití už od příští sezony, ve čtvrtek večer spatřilo světlo světa. V bohaté klubové historii se jedná v pořadí už o jedenáctou variantou. Připomeňte si, jak se hlavní symbol slavného klubu v čase měnil.

Vůbec první **logo** v klubové historii, používalo bylo do roku 1948. Zajímavé je, že v době jeho vzniku se ještě vůbec nepočítalo s modro-žluto-červenou trikolorou. Hlavním prvkem byla jitřenka, pěticípá hvězda červené barvy, která svojí na dvou svých paprscích. Představovala symbol naděje a lepších zítřků, tento symbol **Spartu** provázel úvodních 55 let její historie. Pěticípá hvězda coby stěžejní motiv samozřejmě nemůže chybět, z **loga** ale mizí původní název, tedy Athletic Club. Nahrazuje ho vůbec poprvé **Sparta**, základní princip **loga** ovšem zůstává zachován. Jeho součástí je premiérově i ČKD.

Třetí verze a opět změna názvu. Od roku 1949 scénu nastupuje ZSJ Bratrství **Sparta**. Hvězda zůstává, její podkres je však lehce modifikován. Po Bratrství nastává období **Sparta** ČKD Sokolovo, jsme v roce 1951. Opět se tak v logu zračí jméno hlavního sponzora. Ten se následně objevil i v jedné z pozdějších modifikací. Hvězda v tomhle provedení připomíná spíš stromový list. První verze, která se dochovala v barevném provedení. Na forhont přichází klubová trikolora. Červená hvězda, modrý prstenec a žlutý nápis. A opět modifikace klubového jména. Tentokrát **Spartak** Praha Sokolovo. Píše se rok 1953.

Jsme v šedesátých letech a definitivně se ustaluje pro fanoušky rozhodně nejbližší označení **Sparta** Praha. Má to ale drobnou vadu. Pěticípou hvězdu opět doplňuje název hlavního sponzora, tedy ČKD. **AC Sparta** Praha. Označení, které si klub nese dodnes. V tomhle případě je poprvé zračen i na logu. Ostatní zůstává beze změny. Červená hvězda, žlutý nápis na modrém prstenci. Podle mnoha fanoušků je právě tohle **logo** tím vůbec nejhezčím, jaké Pražané ve své bohaté historii měli.

Poslední **logo**, na kterém najdeme odkaz na hlavního sponzora. Barevnou kombinací zcela vybočuje, snad s výjimkou zachování hvězdy. Krátce po Sametové revoluci ČKD z **loga** definitivně mizí. Varianta, kterou mají se **Spartou** spojenou poslední generace. Klub k zásadní změně přistoupil v roce 1993, pěticípou hvězdu nahradilo velké „S“. Je vyvedeno v černé barvě na červeném podkladu. Poprvé v historii pak do **znaku** přibyla i trikolora. Revoluční změnu fanoušci rychle přijali a s novou vizáží **loga** se ztotožnili.

Do čtvrtka aktuální varianta, která je od té předchozí jen lehce modifikovaná. Červený podklad nahradil rudý, jinak vše při starém. S tou výjimkou, že nad **logem** přibyla tři zlaté hvězdy. Jedna za každých deset titulů, které klub získal. Aktuálně jich má ve vitríně 36.

URL| <https://isport.blesk.cz/clanek/391255/...a-loga-jitrenka-sokolovo-i-odkaz-na-ckd>



Sparta pozměnila logo a má novou vizuální identitu. Nejdeme revoluční cestou Juventus, věří klub

11.2.2021 ceskatelevize.cz str. 0

Ondřej Nováček

Změny ve **fotbalové Spartě** pokračují. Po angažování trenéra Pavla Vrby přichází pražský velkoklub s kompletně předělaným **vizuálem**. Moderní redesign včetně **loga**, které dostává novou tvář po dlouhých 27 letech, chce fanouškům **Sparta** přibližovat postupně. Naplno se změny projeví až před startem nadcházející sezony. "Nechceme jít ofenzivní cestou," zní z klubu.

Nové logo AC Sparta Praha

Čeká to dříve či později všechny firmy, jejichž portfolio se během let rozprostře na vícero front a jednotná grafika se tím více či méně úplně rozdrolí. "Všechna **loga** používala jiný typ písma, logotyp, jiná byla inzerce i self-promo, nedalo se z toho vyčíst, že se jedna o **Spartu**," vysvětluje mluvčí **Ondřej Kasík**. I to byl jeden z důvodů, proč **Sparta** sahá k největší **vizuální** změně za necelých třicet let.

Ačkoli původní myšlenka na sjednocení všech aktivit pražského velkoklubu je stará zhruba pět let, k realizaci, která trvala rok a půl, dochází až nyní. Stává se tak v časech, kdy si na Letné prochází i herní proměnou - přišel nový trenér v podobě Pavla Vrby. Na sžívání se s novou **vizuální identitou** budou mít ale fanoušci prostor v řádech měsíců. "**Sparta** je konzervativní klub, určité křídlo fanoušků je konzervativní," říká **Kasík**, proč Pražané nehodlají nový design tlačit ofenzivní formou, jako se to stalo třeba v případě nového hávu Juventus Turín.

Nový vizuál Sparty

"Nechtěli jsme dělat revoluci, vzít všechny hodnoty klubu, jeho symboly a říct, že je tady nová éra, která na nic nenavazuje," dodává ředitel komunikace **Sparty**. Na webu navzdysparta.cz se mohou fanoušci, jichž má být po celé zemi více než milion, se všemi přednostmi nového **grafického** kabátu postupně seznámit. "Dáváme čas, aby se nad změnou zamysleli, aby jí vstřebali. Máme jasnou představu, jak se měnily nejlepší kluby na světě. My k tomu přistoupili separátně, svébytně," přibližuje **Kasík**.

Pravdou je, že **Sparta** přepnutí **vizuální identity** potřebovala. Dosavadní působila vyčichlým, devadesátkovým dojmem, chyběla zmíněná jednota. Reagovat chtěl klub i na všeobecnou digitalizaci a sociální sítě. I proto se na koncepci domluvil mimo jiné s respektovaným art direktorem **Alanem Zárubou**, který v minulosti stál za **grafickým** obalem stanic České televize a v současnosti působí na komerční TV Nova. "Je to evoluce s respektem k tradici. Je to ambiciózní a odvážná změna. Tomu tvůrčímu týmu se podařilo zjednotit, zčitelnit někdy až pitoresknost různých **vizuálních** stylů. To není kritika, ale byla to prostě nutno. Tenhle nový **vizuál** umožňuje všechny tyto aspekty sjednotit do jasné čitelné **identity**, která je podpořena silou kontrastu," vysvětluje Záruba. **Sparta** začne novou **identitu**, v níž hraje prim tradiční velké S, hvězdy symbolizující 36 titulů i klasická trikolóra, využívat s přípravou na novou sezonu.

Nová vizuální identita Sparty

"Proto černá barva, což je barva prvního spartánského dresu roku 1893, které měly velké bílé S na hrudi. Rudá barva dresů samozřejmě zůstává," ubezpečuje **Kasík**. Změna se podle něj setkala s pozitivními ohlasy jak mezi současnými, tak i bývalými hráči, jimž byl už záměr klubu přednostně prezentován. "Nechceme dělat změnu ze dne na den. Jednou z klíčových věcí je vlastní písmo. Máme vlastní typografii, je to nezaměnitelné písmo, které bude používané na webu, v **grafických** manuálech, jako pozvánka na zápasy, je to písmo jmen hráčů na dresech," vysvětluje **Kasík**.

URL| <https://sport.ceskatelevize.cz/clanek/...tusu-veri-klub/6025421348bff33081953733>



Sparta zase středem pozornosti. Nové logo má připomenout tradici i ambice

11.2.2021 denik.cz str. 0 FORTUNA:LIGA

Michael Bereň, Jiří Fejgl

Posila? Plány na nový stadion? Či snad změna majitele? Fanoušci **fotbalové Sparty** dumali, co jejich milovaný klub skrývá za tajemství. Ve čtvrtek večer představili Pražané novou **vizuální identitu**. **Logo**, které nahradilo **znak** z roku 1993, je jednodušší, černému pozadí dominuje velké bílé S, nechybí klasická modro-žluto-červená trikolora. Spartané jsou po angažování trenéra Pavla Vrby zase středem pozornosti. Jaké budou reakce na nové **logo**?

"Klub z Letné prochází převratným obdobím. V minulém týdnu kouč Vrba nahradil odvolaného Václava Kotala, nyní český sportovní gigant představil nové **logo**. „Pracovali jsme na něm rok a půl,“ řekl ředitel **František Čupr**. Představenou **vizuální identitu**, jejíž součástí je kromě modernizovaného klubového **loga** také speciální typografie s názvem „Železná“ a sjednocená grafika všech spartánských projektů, bude **Sparta** používat až od ročníku 2021/2022. „Ulevilo se mi, že nepřišel únik,“ přiznal **Kamil Veselý**, ředitel marketingové komunikace. Na veřejnost skutečně nové spartánské **logo** proniklo až po 18. hodině, kdy byl přímo z letenského stadionu připraven pro fanoušky přímý přenos. **Sparta** informovala o novince předem, aby se stihla adaptovat mezi lidi a hlavně nemohla při přípravě nových dresů, suvenýrů a dalších materiálů změnu dál držet v tajnosti.

„Některá navržená **loga** byla odvážnější, tohle je takové evoluční,“ popsal v živém vysílání **Čupr**. „Podle mě je fajn. Vidím tam krátkou paralelu s našimi hráči na hřišti. Chceme, aby hráli moderní rychlý **fotbal**, aby hráli důrazně, aby tam byl stále odkaz, co dokázali generace předtím. A aby v něm byla vidět hrdost i ambice,“ popsal. Spartánský šéf prohlásil, že mu vůbec nevádí, když se mezi fanoušky rozjedou vášnivé diskuze.

Byli jsme. Jsme. A navždy budeme. **Sparta**. *NavzdySparta *acsparta?? Všechny podrobnosti na ??
<https://t.co/ufXFZYKuQx!> pic.twitter.com/SMqU2LPtfH
— **AC Sparta** Praha (@ACSparta_CZ) February 11, 2021

„U **vizuálního** stylu pro nás bylo důležité, aby působil sebevědomě a výrazně. Proto jsme vsadili na výraznou typografii a kombinaci dvou spartánských barev – černé a rudé,“ píše se na klubovém webu. Spartánské vedení spolupracovalo na projektu s odborníky v oboru **grafické** tvorby – například s **Alanem Zárubou**, kreativním ředitelem TV Nova. **Vizuální** koncept pro klub po vítězství ve výběrovém řízení vytvořila agentura **Go4Gold**, která v minulosti spolupracovala například s hokejovou **Spartou** či Českým svazem ledního hokeje. „Při tvorbě **loga** bylo záměrem zachovat klíčové prvky, které **Spartu** definují přes sto let, a vytvořit jasnou a výraznou značku navazující na jedinečnou historii klubu aplikovanou do 21. století,“ uvedl **Tadeáš Drahorád**, Art director **Go4Gold**.

Drahorádův tým právě za nový **znak** pro Český hokej, již nosí reprezentanti na prsou, před dvěma lety sklídl kritiku. Lev prý připomíná **znak** švédské automobilky Scania. Tvář ze sportovních institucí nedávno změnila (a vyvolala řadu kontroverzních reakcí) také třeba hokejové Pardubice či svaz badmintonu. Co řeknou spartané? Mnozí by si přáli, aby se hlavně rozšířil počet hvězd, který značí více než třicet ligových titulů – celkem jich má **Sparta** na kontě 36, poslední však získala v roce 2014. V aktuální sezoně ztrácí mužstvo pod vedením trenéra Vrby na druhém místě deset bodů na odvěkého rivala Slavii. „Je to jednoznačně krok správným směrem,“ komentoval novou vizuální **identitu Tomáš Rosický**, sportovní ředitel a klubová ikona.

URL| <https://www.denik.cz/fotbal-prvni-liga...fotbal-nove-logo-vizualni-identita.html>



Ted' ještě čtvrtou hvězdu! Sparta mění logo a celou vizuální identitu

11.2.2021 sport.cz str. 0

Rok a půl příprav končí, **fotbalová Sparta** představuje novou **vizuální identitu** klubu. Účinná bude od začátku nové sezony, úpravou projde i aktuální **logo**, které s kosmetickými úpravami funguje od roku 1993. Erb se nezmění tak zásadně, jako třeba v případě Juventus Turín. „Nejsme ofenzivní, máme snahu s fanoušky mluvit a změny jim vysvětlovat. Mluvili jsme s bývalými i současnými hráči, odezva je pozitivní,“ avizuje ředitel komunikace **Ondřej Kasík**. **Sparta** bude mít i vlastní písmo Železná.

Dopoledne uvedení v kabině prvního mužstva, v poledne předpremiéra pro média, večer přímý přenos pro fanoušky. **Sparta** pojala projekt nové **vizuální identity** klubu se vším všudy.

Podstatná je především změna **loga**, jež má být novým erbem pro 21. století.

„Při prezentaci pro hráče jsme jim připomněli, že na logu zůstávají tři hvězdy za 36 mistrovských titulů. Jen oni už ovlivní, zda přibude i čtvrtá hvězda, což by vůbec nevadilo,“ prozrazuje **Ondřej Kasík**, ředitel komunikace **Sparty**.

Jaké byla reakce **Bořka Dočkala** a spol.? „Byli zamyšlení, zpozorněli. Cítil jsem, že je to pro ně impuls,“ usmívá se mluvčí. **Sparta** je konzervativní klub

Největší změnou je černá uvnitř **loga**. Zdůrazňuje barvu prvního spartánského dresu s velkým bílým S na hrudi.

„**Sparta** je konzervativní klub. Máme konzervativní fanoušky, alespoň jisté křídlo. Nechtěli jsme dělat revoluci, ale evoluci, vycházet z kořenů,“ zdůrazňuje **Kasík**.

Vedle inovace je důvodem sjednocení **vizuální** prezentace všech aktivit klubu.

„Směr, který jsme po dlouhých diskusích zvolili, představuje přirozený vývoj a posouvá nás **graficky** z minulosti do současnosti. Snažíme se respektovat moderní trendy, přesto se podle nás nejedná o překotnou revoluci. I proto věříme, že výsledek bude fanouškům blízký. Přestože víme, že naši příznivci budou o tomto kroku hodně diskutovat. Což nám ale vůbec nevádí,“ říká generální ředitel **František Čupr**.

Požadavky se výrazně změnil

„Marketingové potřeby klubu, očekávání ze strany fanoušků i požadavky na využití klubové **identity** ze strany obchodních partnerů **Sparty** se za dobu, po kterou v klubu s přestávkou působím, výrazně změnil,“ doplňuje ředitel komerčního úseku a člen představenstva **Tomáš Křivda**. Ten byl součástí týmu, který se potenciální **grafickou** proměnou zabýval ještě před dočasným odchodem z klubu v roce 2017. Poté, co se na podzim 2020 do **Sparty** vrátil, doplnil projektový tým.

„Pro vytvoření nové **identity** jsme oslovili špičky v oboru. Spolupracovali jsme například s **Alanem Zárubou**, **grafickým** designérem, který se jako odborný konzultant podílel na výtvarné supervizi celého projektu. Nebyli jsme pod časovým tlakem, bylo potřeba každý krok důkladně diskutovat. Po celou dobu jsme si uvědomovali, jak důležitý projekt máme v rukách,“ vysvětluje marketingový ředitel **Kamil Veselý**.

Vizuální koncept pro klub po vítězství ve výběrovém řízení vytvořila agentura **Go4Gold**, která v minulosti spolupracovala například s hokejovou **Spartou** či Českým svazem ledního hokeje. „Při tvorbě **loga** bylo záměrem zachovat klíčové prvky, které **Spartu** definují přes sto let, a vytvořit jasnou a výraznou značku navazující na jedinečnou historii klubu aplikovanou do 21. století,“ zdůrazňuje **Tadeáš Drahorád**, Art director **Go4Gold**.

URL| <https://www.sport.cz/fotbal/ceska-1-li...eni-logo-a-celou-vizualni-identitu.html>



Změny znaků nejen ve fotbale: Sparta, Juventus, Pardubice bez koně

11.2.2021 isport.cz str. 0 Fotbal

Změna **znaku fotbalové Sparty** vzbudila oprávněnou pozornost. Klub z Letné se tak zařadil do seznamu známých sportovních značek, které se rozhodly upravit svoji **identitu**. Projděte si přehled nejvýraznějších změn klubových log nejen ve **fotbale**!

Nový název s sebou přinesl nové klubové barvy i **logo**. Marila padla v zapomnění. Středočeši začali vystupovat pod názvem 1. FK Příbram. Žlutou a červenou nahradila zelená ve spojení s černou barvou. „Nedávno nám vypršela smlouva s Marilou a nová nabídka nebyla finančně tak zajímavá, aby klub nesl jméno této firmy. Sice budeme dále spolupracovat, ale už ne v takovém rozsahu. Nerozešli jsme se však ve zlém, naopak jsme vděční třeba za pomoc s Pohárem UEFA,“ okomentoval změny tehdejší marketingový ředitel Petr Větrovský.

V Mladé Boleslavi došlo k velkým změnám image jak u hokejistů, tak **fotbalistů**. Zlog obou celků zmizel český lev. **Fotbalisté** vsadili na modrobílou pruhy v oválném tvaru, hokejisté zase na jednoduchého, avšak tvrdšího a jasnějšího lva, než jaký byl součástí komplikovaného starého **loga**. „Nové **logo** považujeme za jakýsi symbol bojovnosti a snahy pohnout se z místa a vykročit směrem, jakým si všichni přejeme,“ uvedl v srpnu 2012 generální manažer Jan Tůma.

Podobně jako v Mladé Boleslavi, také v Jihlavě měnili **logo** hokejisté i **fotbalisté**. Zde je však obměna mnohem čerstvější. V případě hokejistů kní došlo ve spojení s návratem do nejvyšší soutěže před sezonou 2017/2018. Kúpravě tradičního **loga** přibýlo rovněž představení zbrusu nového **znaku** písmenem „D“, ze kterého vykukuje ježek. O rok později změnili image i **fotbalisté**, a to výrazně. „Po vzoru mnoha zahraničních klubů jsme v logu chtěli pracovat s dominantním jednoduchým označením FCV a zvýšit důraz na modrou klubovou barvu, která je také barvou Kraje Vysočina. Důležitou inspiraci pro jeho **grafické** řešení pak přinesl pohled na historická **loga Spartaku** Jihlava, když ozubené kolo evokuje strojírenské zázemí „otců zakladatelů“, dominantní „V“ pak připomíná jihlavskou věž Brány Matky Boží, která v minulosti na znacích **Spartaku** figurovala,“ popsal nové **logo** ředitel klubu Jan Staněk.

Na konci roku 2020 se krázní změně image odhodlali ve slovenském Trenčíně. Tamní **fotbalový** klub změnil **logo** stím, že dosavadní nesplňovalo nejen historickou hodnotu, ale neneslo ani odkaz tradice. Nedostatky byly spatřovány i u barevné kombinace. Novému logu dominuje písmeno „T“. To má symbolizovat historii **fotbalu** v Trenčíně. „Hledali jsme symbol reprezentující celý trenčínský **fotbal** napříč historií trvající 116 let,“ řekl při odhalení generální manažer AS Trenčín Róbert Rybníček.

Znak londýnského celku, vněmž působí vsoučasné době čeští reprezentanti Tomáš Souček s Vladimírem Coufalem, prošel v minulosti řadou úprav. Tou poslední vlétě 2016. Kromě změny tvaru **loga**, které momentálně připomíná erb, byl přesunut nápis West Ham United do horní části, ale také došlo k odstranění Boleynského hradu. Vlogu zůstávají pouze dvě překřížená kladiva a nově přibyl nápis London (Londýn).

Možná jedna z vůbec nejprogresivnějších a nejradikálnějších změn, co se týče zjednodušení klubového **loga**. „Stará dáma“ nahradila tradiční oválný **znak** sčerno-bílými svislými pruhy, korunkou a býkem **logem**, které má znázorňovat písmeno „J“. Hned od jeho odhalení jako by se ale svět rozdělil na dvě poloviny. „Jsem do něj zamilovaný. Líbilo se mi od začátku a doufám, že stejný pocit budou mít i ostatní,“ přál si po odhalení legendární český záložník, vítěz Zlatého míče a viceprezident Juventusu Pavel Nedvěd. Ne všichni však byli nadšení stejně jako on. Části fanoušků se ale novinka nezalíbila a podrobili ji pořádné kritice. Někteří dokonce tvrdili, že takové **logo** není hodno klubu s historií, jakou má Juventus. Více o reakcích po odhalení nového **loga** Juventusu ZDE>>>

Po éře erbu se žlutou lodí, modro-bílými pruhy a orlicí v pozadí, nad níž vyčnívaly tři hvězdy a nápisem „Superbia In Proelio“ (hrdost v bitvě) ve spodní části **loga**, se „Citizens“ vrátili v roce 2016 k tradičnějšímu kruhovému **znaku**. Ten si vybrali v online hlasování samotní fanoušci. „Jsem potěšen tím, že klub konzultoval s fanoušky tak důležitou věc, jakou je klubový symbol. Pro nás je to to nejdůležitější. Je působivé, že se projevíly naše poznámky a že klub chtěl znát naše názory. Zpětná vazba bude vidět v podobě nového **znaku**. Osobně jsem rád, že se vrací kulatý design, jak tomu bylo u našich předchozích dvou **znaků**,“ okomentoval změnu Kevin Parker, generální tajemník organizace členů Manchester City FC Supporters Club.



V roce 2012 změnil majitel Cardiffu City Vincent Tan poněkud kontroverzním způsobem klubové barvy. Zmodré přešel na červenou a své role si prohodili také pták a velšský drak, který se nově stal dominantní součástí **loga**. O tři roky později se ale vedení klubu rozhodlo vrátit zpět k tradiční modré variantě, přičemž drak byl umístěn do spodní části emblému. Majitel Tan k změně svolil i na základě jednomyslného hlasování fanoušků, kteří byli jasně pro modrou variantu klubu a tedy návratu k historii.

Pardubice a kůň. Tohle spojení platilo prakticky od založení v roce 1923 s výjimkou doposud jediné sezony – 1949/1950. Od ročníku 2020/2021 kůň chybí znovu, Dynamo se nově prezentuje prostřednictvím písmena „D“. Hokejové Pardubice tak prožívají hodně turbulentní rok. Po změně majitele dochází i k změně **identity**. „Hodně jsme zvažovali, co uděláme dál. V jeden moment jsme to celé chtěli posunout, odložit. Ale nakonec jsme si řekli, že **logo** změním ještě teď. Když všechno nové, tak úplně všechno,“ pronesl předseda představenstva Ondřej Heřman. Více o odhalení **loga** čtěte ZDE>>>

Nový spolumajitel, zvučné posily a také jiná **identita**. Hokejová Slavia odhalila začátkem srpna nové **logo**, které bude nosit na svých dresech. To se výrazně podobá tomu, snímž slavili Pražané titul v roce 2003. „Inspirací bylo **logo** z nedávné minulosti, se kterým sešívání dosáhli na první extraligové úspěchy, ovšem s cílem ještě více se přiblížit tradiční slávistické značce,“ uvedla Slavia na svém webu po odhalení novinky. Se změnou **identity** navíc prozatím končí éra sešívání dresů. Slavia bude oblékat čistě bílé a červené. V nadcházející sezoně bude pražský klub rovněž používat speciální **logo**, kterým si připomene 120. výročí od založení. Více o novém logu Slavie ZDE>>>

Karlovy Vary začátkem května 2020 vytyčily nečekanou změnu - zmodernizovaly své **logo** i klubové barvy. Ze zelenobílé vzešla černobílá, dlouholeté **logo** Energie pak nahradilo velké "E" na černém, respektive bílém pozadí. Hlavním iniciátorem přeměny, se kterou klub vstoupí už do příští sezony, byl majitel Karel Holoubek. Klub změnil **logo** po dlouhých 18 letech. Více čtěte ZDE>>>

A hokejové Pardubice podruhé. Před sezonou 2015/2016 došlo nejen k přejmenování tamního klubu, ale i k úpravě **loga**. Zakomponován do něj byl nově název Dynamo, zatímco zmizelo jméno generálního partnera ČSOB Pojišťovny, které ve **znaku** bylo od roku 2011. „Změna názvu klubu spojená s novým **logem** je pro nás historickou událostí, jsme přesvědčeni, že jsme učinili správný krok, který naši fanoušci velmi přivítají,“ uvedl tehdy majoritní akcionář klubu Roman Šmidberský.

„Právě začínající sezona je symbolická. Je to 111 let od založení klubu, tak jsme naplánovali společně s akcionáři tuto zajímavou změnu,“ uvedl tehdejší předseda představenstva hokejové **Sparty** Petr Bříza k změně **loga**. **Sparta** se od té doby prezentuje kopií historicky prvního **loga** oddílu, který vznikl v prosinci 1903.

Do jubilejní 50. sezony vstoupili zlíňští hokejisté s novým **logem**. Po patnácti letech se do něj vrátil beran. „Chtěli jsme přinést něco, jak bychom se vrátili k tradicím a kořenům,“ vysvětloval tehdejší generální manažer Zlína Martin Hosták. Od té doby je **logo** totožné, změnil se pouze generální partner klubu umístěný nad beranem.

Změna, která vzbudila velkou vlnu emocí. Namísto státního **znaku**, který zdobil české reprezentační dresy čtvrt století, se na trikotech národního týmu od roku 2018 objevuje lev spukem vtlamě (u áčka se zlatou korunkou). Český hokej u příležitosti 110 let své existence kompletně změnil design, poprvé v historii vytvořil i svůj vlastní unikátní **znak**. „Uzrál čas přetvořit **identitu** hokejové federace do moderního hávu,“ řekl prezident Tomáš Král.

Téměř čtvrt století byla ústředním motivem floridského **loga** šelma ve skoku sroztaženými drápy. V červnu 2016 ale tehdejší tým Jaromíra Jágra odhalil svou novou image. Tu znázorňuje poněkud „klidnější“ verze pantera v červenomodro-zlatém provedení. „Myslím, že **logo** zosobňuje hrdou odvahu, tvar štítu na dresu zase pocit ochrany. Chtěli jsme něco, co začne novou tradici vítězství a bude zároveň demonstrovat odvahu a obětavou oddanost týmu po úspěchu,“ prohlásil majitel Floridy Panthers Vincent Viola.

Hned dvě výrazné změny klubového brandingů udělalo v posledních 15 letech Buffalo. Černou a červenou barvou ohraničenou bílou hlavu bizona nahradila v roce 2006 oranžovožlutá, ne tolik detailní verze téhož zvířete. Toto **logo** vydrželo Sabres do roku 2010, kdy se tým, v jehož dresu v minulosti nastupovali čeští hokejisté jako Dominik Hašek, Petr Svoboda či Jaroslav Špaček, vrátil k původnímu kruhovému logu smodrou výplní, ve kterém jsou dvě šavle překřížené šavle a bizon.

Klub byl v roce 2004 založen jako Charlotte Bobcats. V roce 2014 ale došlo k přejmenování na Charlotte Hornets. Frančizista v čele s legendárním Michaelem Jordanem tím chtěla navázat na původní Charlotte Hornets, kteří hráli NBA v Charlotte v letech 1988 - 2002, než se přestěhovali do New Orleans. S přechodem z „rysů“ na „sršně“ došlo i k úpravě brandingů mužstva včetně **loga** a klubových barev. „Pro mě je tento den téměř neskutečný, protože jsem byl držitelem permanentky na Hornets,“ těšila změna prezidenta a generálního ředitele Charlotte Freda Whitfielda.



Odvážný krok spojený se změnou **identity** týmu učinili i v Denveru. Také zde kompletně obměnili klubové barvy a vytvořili nové **logo**. Vyplatilo se, aktualizovaný vzhled se okamžitě stal hitem! Franšíze to přineslo vůbec nejvyšší množství tržeb za posledních 21 let. Celkový prodej v hale vzrostl o 144 procent, prodej dresů o 137 procent a triček o neuvěřitelných 185 procent. „Nová **identita** značky Nuggets je navržena tak, aby odrážela dynamické a kreativní město, které nazýváme domovem, nový vzhled odráží tuto vzrušující éru basketbalu Nuggets," řekl tehdy viceprezident a ředitel marketingu Declan J. Bolger.

URL| <https://isport.blesk.cz/clanek/378769/...bale-sparta-juventus-pardubice-bez-kone>



Experti o novém logu Sparty: Změna byla nutná, velký důraz na fanoušky

12.2.2021 isport.cz str. 0 Ročník 2020/21

Fotbalová Sparta nakročila do nové éry. Ve čtvrtek večer slavnostně představila svou novou **identitu**, ke které se napevno přihlásí od příští sezony. Podle očekávání vzbudilo největší rozruch nově vzniklé **logo**. Redakce iSport.cz oslovila čtyři experty z oblasti designu a marketingu. Co na proměnu letenského klubu říkají?

David Hanousek, kreativní lídr ateliéru Frank

1. Jak na vás působí nové **logo** a **identita Sparty**?

„Jakékoliv nové **logo Sparty** musí být zákonitě lepší, neboť to dosavadní dobré nebylo. A je s podivem, že redesign přišel až nyní. V **grafickém** designu platí, že **logo** je buď špatné, nebo dobré. A nové **logo Sparty** dobré je. Podařilo se ho posunout do jednadvacátého století.“

2. Překvapilo vás něco na logu/**identitě**?

„Překvapilo. Přestože je na nové **identitě** odveden velký kus práce, novému logu chybí odvaha a nápad, což bych od největšího českého **fotbalového** klubu očekával. Záměr byl jasný, **logo** zmodernizovat a zachovat odkaz k tradici. Ale to někdy nestačí. Proměna zůstala někde v poločase.“

3. Jak hodnotíte nové **logo** a **identitu** z pohledu současných trendů?

„Podléhat současným trendům nikam nevede, lepší je trendy vytvářet. Příkladem je famózní nové **logo** Juventusu z roku 2017, které hrdě nastavilo nový směr uvažování. Ale to je úplně jiná liga a revoluce není vždy žádoucí. **Sparta** se vydala cestou evoluce a je zřejmé proč. Srozumitelnější **logo**, velké barevné plochy, výrazná typografie – to vše je současné.“

4. Jak hodnotíte komunikaci rebrandingu směrem k fanouškům a veřejnosti?

„Vedení klubu je v nezáviděníhodné situaci a je dobře, že se na uvedení **identity** připravilo. Je vidět, že jim na fanoušcích záleží! Na našem pláčečku platí: „kdo neremcá, není Čech“. A to v tomto případě bude platit dvojnásob. Změna **loga** byla nutná a je škoda, že se tímto zahájil nesmyslný zápas, který dlouho nebude mít vítěze.“

Vít Rýznar, brand designer studia Reasonar

1. Jak na vás působí nové **logo** a **identita Sparty**?

„V rámci českého **fotbalu** se jedná o výjimečný počin. Sympatický a citlivý redesign, který posouvá **vizuální** komunikaci **Sparty** do současnosti, zároveň ale velmi úzce navazuje na tradici a historii klubu. Velmi pozitivně hodnotím úpravu **loga**: výrazné zjednodušení při zachování jasné návaznosti na **logo** předchozí, razantní zlepšení čitelnosti a použitelnost v jednobarevném provedení. Jak celý symbol, tak i samotné písmeno „S“ také umožňuje sjednocení veškerých spartánských značek pod jednu střechu. Mírně rozpačitý jsem z použitého písma. Ano, je výrazné a funkční, jeho aplikace na **vizuálech** ale až nápadně připomínají **vizuál** jednoho turínského velkoklubu. Emoce budou pochopitelně bouřlivé — **Sparta** je srdcovou záležitostí desetitisíců lidí a změna většinou bolí. Jsem ale přesvědčen, že za pár měsíců to už nikdo řešit nebude. Na kvalitní věci se zvyká velmi rychle.“

2. Překvapilo vás něco na logu/**identitě**?

„Jelikož je redesign ve svém jádru poměrně konzervativní, nenacházím v něm vlastně žádná překvapení. A to je nejspíš dobře — myslím, že marketingový tým velmi vědomě pracoval na tom, aby prvotní „šok“ byl zejména pro fanoušky co nejmenší.“



3. Jak hodnotíte nové **logo** a **identitu** z pohledu současných trendů?

„Zastávám názor, že **vizuální identita** takto tradičního klubu by měla mít pevné jádro, které trendům nepodléhá. Ta spartánská ho má — především jasný a pevný symbol a tradiční klubovou barevnost. Jedině tak je možné dlouhodobě udržet v komunikaci jednotnou a zapamatovatelnou linku, kterou je možné dle aktuálních trendů jen lehce „přitesávat“.“

4. Jak hodnotíte komunikaci rebrandingu směrem k fanouškům a veřejnosti?

„Za mě velmi povedená prezentace se zapojením klíčových aktérů redesignu. Změnu **Sparta** srozumitelně vysvětlila a názorně ukázala. Snad jen na Facebooku a pár místech nové microsite jakoby si klub nebyl změnou stoprocentně jistý a měl potřebu ji omluvně vysvětlit — což je škoda, protože celkově je redesign velmi povedený a **Sparta** má v tomto ohledu skvěle nakročeno.“

Pavel Čada, Art Director a spoluzakladatel kreativního studia Triple Bang

1. Jak na vás působí nové **logo** a **identita Sparty**?

„**Sparta** nové **logo** potřebovala. Ve srovnání s konkurencí ve světě to byla taková trochu dětská kresbička. Nové **logo** a celá **identita** jsou dobrým posunem kupředu. Cítím z toho velmi profesionální přístup a snahu o co nejlepší řešení. To ale na druhou stranu zavřelo dveře něčemu unikátnějšímu. Jak autoři sami říkali. Je to spíš evoluce, než revoluce. Ale dobře pojatá.“

2. Překvapilo vás něco na logu/**identitě**?

„Z mého pohledu to trochu shazuje navržená typografie. Písmo je zde důležitým nosným prvkem a jeho stavba a využití jsou očividně promyšlené. Nicméně mi v něm chybí větší charakter a působí na mě až moc moderně. Se soudy bych však počkal na praxi. Třeba až uvidíme jména a čísla na dresech v akci.“

3. Jak hodnotíte nové **logo** a **identitu** z pohledu současných trendů?

„Trend je věci zjednodušovat a vidíme to i tady. Odkaz k historii v kombinaci s moderním přístupem je něco, co lze v současnosti pozorovat. Nemyslím si však, že to trendům podléhá ve špatném slova smyslu. Oboje rebrandingu velmi prospělo a má své opodstatnění.“

4. Jak hodnotíte komunikaci rebrandingu směrem k fanouškům a veřejnosti?

„Je vidět, že k tomu **Sparta** přistoupila zodpovědně po všech směrech. Nejde o žádnou manýru, ale o propracovaný proces od začátku do úplného konce, který dává jasně najevo, jak jsou pro **Spartu** fanoušci důležití.“

Pavel Cahlík, Senior Brand Manager CNC a autor blogu JsemNaZnacky.cz

1. Jak na vás působí nové **logo** a **identita Sparty**?

„Líbí nebo nelíbí je subjektivní hodnocení a já ho nepoužívám. U sportovních klubů je to ale zcela zásadní a jakákoliv změna vyvolává daleko bouřlivější emoce než u běžných značek. A možná i právě proto si myslím, že změna mohla být klidně ještě výraznější. Negativní emoce by totiž vzbudila tak jako tak. Ale celý realizační tým určitě do rozhodování o radikálnosti změny přibral právě i reakce fanoušků. A výsledek se je tak umírněný kompromis. Co ale kvituji, je odvaha u minimalistických variant, které rozhodně více hledí do budoucnosti a více evokují moderní značku nejen podle posledních trendů. Když teď srovnám **loga** českých **fotbalových** klubů, je nová podoba **loga Sparty** rozhodně dominantní. Díky černému poli pod „S“ bude **vizuálně** ovládat prostor.“

2. Překvapilo vás něco na logu/**identitě**?

„Překvapilo mě, že do tvorby nebyli zřejmě nějakým výraznějším způsobem vtaženi fanoušci. Nebo jsem to nedohledal a komentáře na Facebooku to naznačovaly. Jejich zapojení, v nějaké formě do nějaké z částí rebrandu by mohla pomoci. „Big bang“ je sice efektivní, ale budí daleko více negativních emocí. Vlastně jsem v průběhu představení pořádně neviděl aplikaci na dresu. Až na pár záběrů ke konci. Za mě je stěžejní součástí sportovní značky. Vlastně až dedukcí a z pár



záběrů bylo jasné, že se ikonická rudá neztrácí úplně. Pokud by to tak bylo, byla by to dle mě chyba. Rád bych viděl více vizualizací fan artiklů. I toto by mohlo pomoci s přijetím nové **identity**.“

3. Jak hodnotíte nové **logo a identitu** z pohledu současných trendů?

„Zjednodušení, které se ve spojitosti s novou **identitou** zmiňovalo, je určitě trend. Ale ten krok vlastně není tak výrazný, jak současné trendy udávají. Určitě je to z velké části z respektu k fanouškům.“

4. Jak hodnotíte komunikaci rebrandingu směrem k fanouškům a veřejnosti?

„Komunikace byla zcela jistě ovlivněna pandemií covid-19. Taková změna by si ale i tak zasloužila trochu více - včetně například balíčků pro vybrané fanoušky apod. U velkých značek je zvykem, že vybraným fanouškům, recenzentům, influencerům nebo celebritám nové produkty doručí předem, tak aby v době jejich odhalení byly dostupné jejich kladné reakce, a vyvážily tak očekávané negativní reakce. Dopadová stránka rebrandu je skvělá věc. O chlup lepší by byla možnost si stávající web zobrazit v nové podobě nebo social media pack.“

URL| <https://isport.blesk.cz/clanek/391362/...mena-byla-nutna-velky-duraz-na-fanousky>



Nedělal to Stramaccioni? Nové logo Sparty čelí kritice fanoušků, legendám se líbí

12.2.2021 lidovky.cz str. 0 Fotbal

Vojtěch Tůma

Do příští sezony vstoupí **Sparta** v trochu pozměněném hávu, vydává se modernější cestou. Na čtvrteční tiskové konferenci oznámila změnu **identity** a poprvé od roku 1993 také **loga**. Oficiální stránky klubu a sociální sítě ihned zaplavily spousty reakcí, komentářů i názorů. Řada z nich byla pozitivních, ale nutno poznamenat, že většina fanoušků překvapivou novinku úplně dobře nepřijala.

„**Sparta** je konzervativní klub, je tady konzervativní prostředí a má i konzervativní fanoušky. Nechtěli jsme dělat revoluci, nechtěli jsme vzít všechny hodnoty, symboly a udělat novou éru,“ nechal se slyšet tiskový mluvčí **Ondřej Kasík**.

Žádné převratné změny se opravdu nekonaly. Po černé barvě **loga** Pražané sáhli kvůli barvě historicky prvních klubových dresů, i nadále ale budou nastupovat v rudém. **Sparta** vybírala ze tří konceptů, nakonec se uchytil ten od agentury **Go4Gold**.

Robert Rampa (Twitter) @RampaRobert15

11.února 2021 v 18:13, příspěvek archivován:11.února 2021 v 20:43

Černá místo rudé. To vlastně odpovídá stavu, ne. Mně rudá bude chybět. <https://t.co/ePGRkGBP52>

Klub si určitě zaslouží pochvalu za komunikaci s veřejností. Krátce po odhalení nového **loga** se totiž na oficiálních webových stránkách a sociálních sítích objevil s odpověďmi na nejčastější dotazy fanoušků. Na ty příjemné i nepříjemné.

Změna **identity** nebyla levnou záležitostí, celý projekt vyšel Pražany na jeden milion korun. „Směr, který jsme zvolili, představuje přirozený vývoj a posouvá nás **graficky** z minulosti do současnosti. Věříme, že výsledek je fanouškům blízký,“ dodal generální ředitel **František Čupr**.

Rozdělení na dva tábory

Jak už to tak bývá, některé příznivce **Sparta** potěšila, jiné zase ne. „Jaké výkony, takové **logo**. To se opravdu nepovedlo, ani trochu. Jestli na tom vývojový tým pracoval půl roku, pak se nedivím, že si hra sedá pět let,“ nezapomněli si fanoušci rýpnout do současných výkonů druhého týmu tabulky nejvyšší soutěže.

Jiří Hošek (Twitter) @hosekj

11.února 2021 v 18:18

Fotbalová @ACSparta_CZ mění po 27 letech své **logo** a představila celkový nový **vizuál**. Za mě hodně povedená věc. Jak to vidíte vy?

<https://t.co/wbOCKhXuQP>

„Z krásného, zavedeného **fotbalového loga** na pohřební ústav. To je jak od prvňáka. Spíš by to chtělo modernizovat stadion,“ vadilo dalším. Pražané se dočkali i přirovnání k hokejovým Pardubicím, které sáhli k podobnému kroku v létě minulého roku, či dotazu, zda nový **znak** nenavrhl nenáviděný kouč Stramaccioni.

Dominik Rodinger (Twitter) @Rodinger87

11.února 2021 v 18:45

Říkám doma ...

Já: **Sparta** si změnila **logo**.

Žena: A co? Uprostřed je vrba?

... takže asi tak ?>?.

Btw: já říkám ANO ... moc hezká práce @ACSparta_CZ !!



Podporovatelé změny klubové **identity** si naopak pochvalovali především jednoduchost a návrat k historické tradici. Podle nich je na tom **Sparta z grafického** a marketingového hlediska v porovnání s ostatními sportovními kluby nejlépe v republice. „Je to o zvyku. Někteří budou nespokojení vždy. Cokoliv se změní nebo udělá, je špatně. Stejně jako příchod pana Vrby. A po jednom vyhraném zápase už trenér nevdá,“ štválo jednoho z fanoušků.

Eviduju na změnu **loga a identity Sparty** různé názory a kdybych měl přidat svoje hodnocení, tak za sebe říkám, že se mi fakt líbí. A to jak představení pojal marketingový úsek, tak to smekám. Briefing, microsite, čas na vstřebání. Dobrá práce, ACS! <https://t.co/OZXKHxolN>— David Sobišek (@davidsobisek) February 11, 2021

Za rozhodnutí **Sparty** se postavily některé osobnosti z řad sportovních médií nebo také marketingový expert **Tomáš Janča**. „Čekal jsem ještě dramatičtější změnu hlavního logotypu, tohle je spíš facelift, ale funguje to. Nový **vizuální** styl přináší velmi pěknou vlastní typografii. Skvělá je paleta monochromatických logotypů a naznačené **vizuály**. Dobrá práce,“ napsal na Twitter.

Kladné hodnocení poskytlo i osm spartánských legend, které byly k představení novinek pozvány přímo na Letnou. „Nejvíce mě zaujalo zjednodušení nejen **loga**, ale i dalších věcí, které k tomu patří. To znamená merchandising, trička, mikiny,“ uvedl bývalý brankář **Jaromír Blažek**.

„Za mě je to zajímavá změna. Věřím, že se to chytne. Mně osobně se to opravdu líbí,“ prohlásil **Martin Frýdek** starší a ve stejném stylu pokračovali i **Július Bielik, Petr Kouba, Libor Sionko** a další.

Kdo ví, třeba se názory té nespokojené části spartánské veřejnosti postupem času změní. **Logo** sice tvoří důležitou součást každého klubu, ale podstatné je, co se děje na hřišti. Proto se i nadále upínají zraky především na Pavla Vrby a jeho hochy.

Foto:
Nové **logo AC Sparta** Praha.
AC Sparta Praha

URL| https://www.lidovky.cz/sport/fotbal/ne...anc.A210211_202649_In-sport-fotbal_livt



Nic tak ošklivého jsem dlouho neviděl, říká Řepka. Nové logo Sparty vzbuzuje vášně

12.2.2021 [cnn.iprima.cz](https://www.cnn.iprima.cz) str. 0

Ftv Prima

AC Sparta Praha ve čtvrtek představila novou **vizuální identitu**, kterou bude používat od sezony 2021–2022. Zdroj: [Twitter/ACsparta_CZ](https://twitter.com/ACsparta_CZ)

Zavřít

AC Sparta Praha ve čtvrtek představila novou **vizuální identitu**, kterou bude používat od sezony 2021–2022.

Zdroj: [Twitter/ACsparta_CZ](https://twitter.com/ACsparta_CZ)

Změna **loga**, takzvaný rebranding, vždy vzbudí ve sportovním prostředí velké emoce. Ve čtvrtek se stala středem pozornosti **fotbalová Sparta** Praha, jež změnila **identitu** poprvé od roku 1993. Podle generálního ředitele Letenských **Františka Čupra** se na novém logu s jednodušším pojetím pracovalo rok a půl, což mnohé zarazilo. A například bývalý kapitán **Sparty Tomáš Řepka** snahu marketingového oddělení vyloženě poplival.

reklama

„Nic tak ošklivého jsem dlouho neviděl a vysvětluje to, co se teda ve **Spartě** ve skutečnosti řeší. Místo výkonů na hřišti tam někdo kreslí **loga** do bloku. To je to poslední, o co by se měli starat,“ napsal na svém Instagramu **Tomáš Řepka**, který za klub z Letné hrával v letech 1995–1998 a 2006–2011. „Ale zase se jim daří nas*at fanoušky, tak pokud to měli v plánu, povedlo se,“ dodal a připojil svůj oblíbený hashtag #JaJsemSparta.

Nebyl sám, komu se rebranding ve spartánském podání nelíbil. Ředitel komunikace Pražanů **Ondřej Kasík** k tomu napsal: „Principem komunikace **loga** je ponechat každému jeho názor. My vysvětlujeme, argumentujeme. Myslím, že fans to vnímají.“ A zastavil se i u Řepkova vyjádření. „Kritizovat může každý, i **Tomáš Řepka**. Ale hashtag #JaJsemSparta, který nějakou dobu používá, je úsměvný. Ne, Tome, nikdo sám o sobě není **Sparta**. Nebo Baník, SKS.“

Některé komentáře fanoušků pod příspěvkem **Sparty** na klubovém Facebooku jsou pochvalné, jiné negativní. Část diskutujících zaskočilo černé pozadí.

„Nechápu. Z krásného, zavedeného **fotbalového loga** na pohřební ústav...“

„Jednoduché a pěkné, něco jako u hokejové sestry. Nicméně mohlo to být do ruda.“

„Černá jako pohřební? To se v současné době hodí.“

„**Logo** je hezké, jde s dobou... Lidé si neradi zvykají na změny, ale vždy si zvyknou.“

„Na tomhle pracovali rok a půl? Si snad fakt dělají srandu – černá barva... Chápu, že chtěli udělat odkaz na první dresy, ale v dnešní době to zaprvé vypadá jako pohřební **logo**, za druhé to vystihuje situaci ve **Spartě**. No zvykneme si, co jiného zbývá...“

„Díky **Sparto. Logo** se povedlo. Ještě přidat výkony a trofeje, ať se tam může přidat ta čtvrtá hvězda.“

Nová tvář klubu neunikla ani známému českému satirikovi Tomáši Břínkovi alias TMBK. Podle něj **Sparta** vytvořila **logo** v jednoduchém počítačovém programu Malování.

Příznivci **Sparty** mají dostatek času na adaptaci a třeba i přehodnocení svého názoru. Klub totiž novou **identitu** začne používat až od příští sezony 2021–2022.

Zvykli si i fanoušci Juventusu Turín

Zvykat si museli i fanoušci jiných klubů. Existuje řada případů rebrandingu ze světa tuzemského sportu, o kterých se horlivě diskutovalo. Každá změna něčeho zavedeného si žádá čas na střízlivější pohled.

Každopádně před půl rokem veřejnost spíše hanila, než obdivovala snahu hokejového Dynama Pardubice. Organizace chtěla akcentovat svůj název Dynamo, a tak vytvořila **logo** z písmena „D“.

Před probíhající sezonou na sebe kompletně jiný kabát oblékl i hokejový klub Energie Karlovy Vary, který kromě **znaku** změnil také barvy. Z dominantní zelené přesešel na černou, bílou a šedou. V tomto případě sklízel spíše pozitivní ohlas.

Naopak na velký odpor narazil v roce 2018 Český svaz ledního hokeje, jehož název byl k 110. výročí existence přetransformován na Český hokej. To by fanouškům nevadilo, ovšem už tak spokojeni nebyli s faktem, že reprezentanti na dresech budou místo národního **znaku** nosit nové **logo** se lvem. To navíc podle veřejnosti dost připomínalo symbol jedné společnosti specializující se na výrobu nákladních automobilů a autobusů.

Za hranicemi České republiky pak před několika lety až šokoval **fotbalový** klub Juventus Turín. Komunita „Staré dámy“ musela rozdýchávat něco podobného, jako kdyby z **loga Sparty** zmizelo „S“ nebo u Slavie Praha hvězda. Léta byl pro tradiční tým z Itálie typický oválný **znak** s černo-bílými svislými pruhy, korunkou a býkem, symbolem Turína. V roce



2017 ale **grafici** nabídli velmi minimalistické řešení. Z původní **identity** zbyl jen nápis „Juventus“, který doplnilo pouze černé písmeno „J“.

Po třech letech už ale fanoušci v Turíně na staré **logo** pomalu zapomínají. A tak třeba brzy vezmou nový **znak** na milost i spartanští nespokojenci.

URL| <https://cnn.iprima.cz/nic-tak-oskliveh...a-nove-logo-sparty-vzbuzuje-vasne-19031>



Novinka za milion. Sparta má nové logo, fanoušci se bouří

12.2.2021 Pražský deník str. 15 SPORT / Praha a servis

VOJTĚCH ŽIŽKA

, **fotbalová** liga se včera večer na Letné nehrála, ani nedorazila žádná (opožděná) posila.

Přesto mezi spartánskými fanoušky prudce vzplanuly žhavé emoce, které jinak bývají vyhrazeny snad jen pro pražské derby se Slavií.

Vedení klubu se totiž rozhodlo odtajnit dlouho připravovanou změnu **vizuální identity** v čele se zbrusu novým **logem**.

A vypukl boj, naštěstí jen na sociálních sítích. Jak se dalo očekávat, většina diskutujících příznivců byla novinkou rozlícena, ba přímo znechucena. „Vypadá to jako ze sekáče.“ „Proč jste nenechali hlasovat fanoušky?“ „Jedna velká tragikomedie...“ To je jen pár (slušnějších) příkladů za všechny, desítky reakcí byly o poznání štvavnatější.

ROK A PŮL PRÁCE V UTAJENÍ

„Je jasné, že ta prvotní reakce bude bouřlivá. Já bych byl jen rád, kdyby si fanoušci dali čas a pokusili se pochopit náš záměr,“ prohlásil včera marketingový ředitel **Sparty Kamil Veselý**.

A jaký záměr se tedy skrývá za novým **logem**?

„Chceme, aby naši **fotbalisté** hráli moderní rychlý **fotbal** a přitom měli v hlavách odkaz předchozích generací spartanů, a přesně to jsme chtěli i od našeho **loga**. Aby bylo moderní, výrazné a zároveň odráželo naši hrdost,“ uvedl šéf letenského klubu **František Čupr**.

Současný spartánský **znak** je s drobnými změnami používán od roku 1993. Nové **logo** vytvořila po vítězství ve výběrovém řízení agentura **Go4Gold**, která má za sebou spolupráci i s hokejovou **Spartou** či hokejovým svazem.

Celý proces tvorby moderní **vizuální identity** trval rok a půl a vyšel asi na milion korun včetně výdajů na externí poradce.

„Jsme rádi, že za celé ty měsíce nepřišel žádný únik na veřejnost,“ pochvaloval si Veselý. Podle něj vstoupí klub s novým **logem** na dresech až do nové sezony, do té doby tak má veřejnost čas si na změnu zvyknout.

ROSICKÝ TOUŽÍ PO ČTVRTÉ HVĚZDĚ

Zvykají si ostatně i hráči, a to současní i bývalí. „Já jsem konzervativní a ten původní **znak** se mi líbil. Je to velká změna a chce to chvíli, než si člověk zvykne, ale celkově se mi líbí,“ řekl kapitán **Bořek Dočkal**. „V jednoduchosti je krása, nové **logo** mi připomíná klubovou historii,“ svěřil se někdejší kanonýr **Horst Siegl**.

Součástí **znaku** zůstávají tři hvězdy, symbolizující přes třicet spartánských titulů (přesně 36). Sportovní ředitel **Tomáš Rosický** by rád počet hvězd co nejdříve rozšířil na čtyři. „To je náš cíl,“ pousmál se bývalý záložník.

To má ale **Sparta** ještě co dělat. Tentokrát hlavně na nemarketingovém poli.

Foto popis|

Region| Střední Čechy



Rozporuplné reakce na logo Sparty: experti chválí, fanoušci mluví o pohřbu

12.2.2021 denik.cz str. 0 FORTUNA:LIGA

Oliver Gold

Emoce k **fotbalu** patří. Tentokrát se však na **Spartě** ani nemuselo kopnout do míče, aby fanoušci začali jásat (nebo nadávat). Co se stalo? Nejslavnější český **fotbalový** klub změnil své **logo** a další **vizuální** prvky. Rudou barvu nahrazuje černá.

"Každá novinka obvykle přináší rozporuplné reakce. Nejinak je tomu v případě pražského celku z Letné. Příznivci (i zástupci odborné veřejnosti) se rozdělili na dva tábory. Nový **znak**, v němž hraje dominantní roli velké „S“ bílé barvy, vzbudil u veřejnosti snad nejvíce kontroverzních ohlasů.

„**Logo** pohřební společnosti?“ ptal se jeden z fanoušků na Twitteru. „Při návrhu jsme vycházeli i z toho, že historicky první dresy klubu byly černé,“ vysvětlil ředitel komunikace **Ondřej Kasík**.

Jenže... „Chudák Kvašňák se točí v hrobě jak na grilu,“ nebral si servítky další z klubových nadšenců Jiří Soukup a zmínil slavného hráče spartánské historie. Někteří se do svého klubu pustili bez slitování. „**Fotbalová Sparta** už jde několik let s dobou – skořápka je čím dál hezčí, ale pod ní to masivně hnije. Na sítích září, na hřišti si jí ani nevšimnete,“ zaznělo.

Na druhou stranu od ranních hodin byly sociální sítě také plné obav. A ty se u mnohých nenaplnily. „Já se bál něčeho horšího,“ přiznal Lukáš Vintr. „Jsem rád, že to 'omylem' vypuštěné **logo** není realitou,“ přikývl Petr Princ s narážkou na kolující verzi **loga** s pěticípou hvězdou.

Řešila se i podoba nových dresů, spartánských triček či mikin. „Na oblečení to vypadá hrozně,“ poznamenal Jakub Zeman.

? **Horst Slegl, Václav Kadlec** nebo Karel Poborský! Jak se nová **vizuální identita Sparty** včetně **loga** líbí našim bývalým hráčům? ? *navzdysparta *acsparta Všechny podrobnosti o nové **identitě** najdete na ?? <https://t.co/MyLcdexloM!pic.twitter.com/NwLQmr6dQO>

— **AC Sparta** Praha (@ACSparta_CZ) February 11, 2021

Ale dost už reakcí fanoušků. Poprask vzbudily změny také mezi odborníky. Například marketingový expert **Tomáš Janča** konstatoval: „Čekal jsem ještě dramatičtější změnu hlavního logotypu, tohle je spíš facelift, ale funguje to. Nový **vizuální** styl přináší velmi pěknou vlastní typografii. Skvělá je paleta monochromatických logotypů a naznačené **vizuály**.“

Ozval se rovněž zástupce Ligové **fotbalové** asociace, konkrétně její obchodní ředitel **Daniel Hajný**. „Profesionální práce,“ uvedl.

Vedení pražského klubu následně napsalo, že cestu k novému logu nalezne každý fanoušek, jen to chce více času. „Doufáme, že tento krok pomůže k plnění dalších cílů naší milované **Sparty**,“ uvedl spartánský facebookový profil.

V nových dresech s novým **logem** vstoupí spartané až do následujícího soutěžního ročníku 2021/2022. Aktuální sezonu FORTUNA:LIGA dohraje mužstvo vedené trenérem Pavlem Vrbou ještě se „starou“ identitou. V rozhvooru pro klubový web hodnotili „velkou změnu“ samotní **fotbalisté**.

„Líbí se mi to, i když si musím zvyknout. Na rudém dresu to bude krásné,“ těší se mladý talent **Adam Hložek**, jenž léčí zranění. „Na první pohled se mi to líbí, i když musím přiznat, že jsem trochu konzervativní a líbilo se mi moc i staré **logo**,“ přiznal kapitán **Bořek Dočkal**, že bude nějakou dobu trvat, než se spartané s novým **logem** sžijí.

URL| <https://www.denik.cz/fotbal-prvni-liga...ogo-experti-fanousci-pohreb-reakce.html>



Sparta se nepřebarvuje do černé, říká autor loga

12.2.2021 Sport str.16 Fotbal

MARTIN VAIT

AHA - Konzervativní. To je slovo, se kterým **Sparta** při představování **loga** pracovala nejvíc. Klub ví, že fanoušci nejsou příliš nakloněni radikálním změnám a nový **znak** tomu odpovídá. Přesto se k jednomu zásadnímu kroku Letenští odhodlali: z **loga** vymizela rudá barva a až na trikoloru je celé černobílé. Autor vítězného návrhu **TADEÁŠ DRAHORÁD** z agentury **Go4Gold** si tak po revolučním přebudování **vizuální identity** Českého svazu ledního hokeje vyzkoušel do jisté míry opačný princip.

* Byla vaše původní představa radikálnější než výsledek, a kolik jste měli variant **loga**?

„Proces tvorby trval více než rok. Začali jsme rešerší a chtěli jsme zůstat úmyslně konzervativní a zapracovat do **loga** všechny aspekty, které se **Spartou** souvisí po celou dobu její 128 let trvající historie. Variant bylo na začátku samozřejmě víc, každopádně poměrně rychle jsme si s klubem vycizelovali základní symbol a pak se práce velkou část času točila kolem něj.“

* Tím je písmeno S. Čistě na něm stavěla rebranding také hokejová **Sparta**, inspirovali jste se i její prací?

„Brali jsme v potaz všechny trendy, které provází sportovní design v posledních letech. Esko ale patří ke **Spartě**, na logu ho měla posledních 27 let, takže bylo nasnadě, že tam i zůstane. My jsme ho v podstatě jenom trochu vyčistili, narovnali a posunuli do 21. století. V českém prostředí je to unikátní symbol, takže bylo logické, že se odrážíme právě od něj.“

* Proč jste se na logu rozhodli nezachovat rudou barvu?

„Po celou dobu spartánské historie **Sparta** měla jedenáct různých log a rudá se v nich možná trochu překvapivě nikdy pořádně nevyskytovala. Vždy byla na dresech a tam zůstává. Ani na posledním logu ale mdá nebyla úplně přesně definovaná. Šlo o barvu mezi mdou a červenou, postupem času se měnila, ani interně nebyla definovaná. My jsme tedy zvažovali, jestli do nového **loga** zapojíme rudou barvu, nebo černou, která tam je teď.“

* Co tedy převážilo pro černou?

„Po relativně dlouhé diskuzi a různých zvažováních jsme se rozhodli postavit **logo** na černé barvě, která odkazuje na první spartánské dresy. Rudá samozřejmě na dresu zůstala a tyto dvě barvy by se vždy měly vyskytovat spolu. Rozhodně to neznámá, že se **Sparta** přebarvuje do černé. Naopak, rudá dostala nový svěží vzhled a bude se vyskytovat všude v souvislosti se **Spartou**.“

* Ohledně čeho panovaly největší diskuze?

„Zadání bylo poměrně konkrétní. Víceméně jde o trychtýř, kdy začínáte s více podobnými variantami, a pak je to hodně o detailech. Například jsme řešili tvar eska, jestli ho nechat, nakolik by mělo být dynamické nebo zeštíhlené, jak by mělo vypadat jádro symbolu. Postupem času se názory a diskuze zkonkretizovaly, až je z toho dnešní výsledek.“

řekl o barvě Po celou dobu spartánské historie **Sparta** měla jedenáct různých log a rudá se v nich možná trochu překvapivě nikdy pořádně nevyskytovala.

Foto popis|



SPARTA V novém kabátě

12.2.2021 Sport str.16 Fotbal

JAN VACEK

Letenští odhalili novou **identitu** včetně **loga**

Nastává nová doba. Pro **Spartu**, její fanoušky a celou komunitu zcela nepochybně.

Největší český klub totiž včera odhalil svou pozměněnou **identitu**. V souvislosti s ní bylo veřejnosti představeno zbrusu nové **logo**. To je výsledkem několikaleté práce, čerstvě ušitý kabát letenský klub oblékne od příští sezony. „Věříme, že výsledek bude fanouškům blízký,“ prohlásil generální ředitel **František Čupr**.

PRAHA – Dlouhých sedmadvacet let reprezentovalo **Spartu**. Současné **logo** je spojeno především s úspěchy týmu v devadesátých letech. Od příští sezony se ovšem zařadí do kolonky „historie“. A bude nahrazeno novou verzí. Modernější. Přílehavější současné době a s ní spojeným trendům.

„Pro vytvoření nové **identity** jsme oslovili špičky v oboru. Spolupracovali jsme například s **Alanem Zárubou**, **grafickým** designérem, která se jako konzultant podílel na výtvarné supervizi celého projektu. Po celou dobu jsme si uvědomovali, jak důležitý projekt máme v rukách,“ vysvětlil marketingový ředitel klubu **Kamil Veselý**.

Ačkoli je nově odhalené **logo** pouze vrcholkem celé pyramidy změn, logicky poutá nejvíc pozornosti. Je to symbol, který propojuje fanoušky s klubem. Sjednocuje pod sebou celé spartánské společenství. Jaké tedy je? Dominantní prvek představuje v bílé barvě vyvedené „S“, které vyniká na černém podkladu. Právě ten na první pohled zaujme snad vůbec nejvíc ze všeho. „Vycházeli jsme mimochodem z toho, že historicky první dresy klubu po jeho založení byly černé,“ připomněl ředitel komunikace **Sparty Ondřej Kasík**.

Chybět nemůže tradiční trikolora, byť i ta doznala lehkých úprav. Klubové barvy, tedy modrá, žlutá a červená, zůstaly samozřejmě zachovány. Komplet pak dotváří tři zlaté hvězdičky jako připomínka 36 mistrovských titulů, jenž klub ve své bohaté historii získal.

„Rudá barva patří od roku 1906 k domácím dresům **Sparty**. A tak to i zůstává. **Sparta** se v tomto nemění, zůstává rudým klubem z pohledu domácího dresu. Když jsme to řešili, chtěli jsme v rámci **vizuální identity** přijít se zjednodušením a sjednocením komunikace. To se nám právě podařilo i tím, že jsme rudou barvu vypustili z **loga** a pracujeme v tuto chvíli pouze se základní trikolorou v rámci **loga**,“ přiblížil pozadí vzniku nového symbolu ředitel komerčního úseku a člen představenstva **Tomáš Křivda**.

Čerstvě představené **logo** samozřejmě zaujme důležité místo na venkovním prstenci Generali Česká pojišťovna Areny, stejně tak bude vítat návštěvníky tréninkového centra na Strahově. Celý projekt vyšel na zhruba milion korun.

Další zásadní součástí nové **identity** je vznik jednotného písma. **Sparta** je v tomhle směru unikát, od nové sezony totiž bude při veškeré komunikaci na všech platformách využívat své vlastní.

Rozjetý ročník ještě klub dokončí v současném oblečku. „Chceme oddělit čas, kdy bude dobíhat stávající **identita** a kdy naplno vdechneme život té nové. Pokud by naši konzervativnější fanoušci trpěli sentimentem, fanshop bude plný věcí, které bude možné pořídit se stávajícím **logem**,“ přiblížil **Kasík**.

Jisté je, že tahle revoluční změna vyvolá v řadách letenských diváků vlnu reakcí. Některé budou kladné, jiné opačné. „Víme, že naši příznivci budou o tomto kroku hodně diskutovat. To nám ale vůbec nevádí. Věříme, že výsledek bude fanouškům blízký,“ uzavřel **Čupr**.

Napoprvé jsem si říkal: Proč? Ale když znám důvody a vidím, kam se to vyvíjí, myslím, že jde o dobrou věc. Lidem se dřív nebo později bude líbit. **VÁCLAV KADLEC** bývalý spartánský útočník

Líbí se mi, i když si na ně budu zvykat. Na rudém dresu bude krásné. **ADAM HLOŽEK** útočník **Sparty**

V jednoduchosti je krása. Tohle **logo** vítám, i když v něm bude scházet to ACS. **HORST SIEGL** spartánská legenda

Je to elegantní, jednoduché. Když se povede sjednocení „eska“ a všech jeho provedení, bude to mazec! **JAKUB ŠTÁFEK** herec a fanoušek **Sparty**

Foto popis| HISTORICKÝ VÝVOJ SPARTÁNSKÉHO **LOGA**

Foto popis| Změny **loga** u vybraných světových klubů



Spartánský facelift. Zvyknete si? 12.2.2021 Mladá fronta DNES str. 14 Sport David Čermák

Další novinka ve **fotbalové Spartě**: mění se **logo**

V zimě před třemi lety to byla v Anglii aféra jako hrom.

Fotbalový Leeds United s velkou slávou odhalil fanouškům nové **logo** a věřil, že se jim trefil do vkusu.

Jak moc se sekli, zjistili šéfové záhy. Stačilo pár desítek hodin, aby jim na stole přistála petice s padesáti tisíci podpisy a vzkazem: Tenhle **znak** nikdy nepřijmeme! **Logo** s pěsti bušící do srdce a výrazným nápisem fanoušky dráždilo tak moc, že klub nákladnou změnu image stornoval a vrátil se k původní podobě.

Riskuje teď podobně **Sparta**?

Včera fanoušky celý den připravovala na večerní překvapení, aby jim v šest hodin slavnostně představila novou **vizuální identitu** včetně pozměněného **loga**.

Hromadnou averzi, podobnou té, kterou zažil Leeds, zřejmě nespustí: uprostřed zůstalo velké písmeno S, ve spodní části spartánská trikolora, zato textová část zmizela, pozadí zžernalo a celkově **znak** prošel omlazující kúrou.

„**Sparta** je konzervativní klub, nechtěli jsme dělat revoluci,“ objasnil tiskový mluvčí **Ondřej Kasík**. „Rozhodně jsme nechtěli zahodit všechny dosavadní symboly a říct: je tu nová éra, která na nic nenavazuje.“ Přesto **Sparta** citlivé téma dlouho promýšlela. Pět let se odhodlávala, rok a půl intenzivně pracovala s experty na finální verzi. I když její podobu neprobírala s fanoušky, má slušnou šanci, že u nich čerstvý „facelift“ projde. Předchozí, sedmadvacet let starý **znak** sice evokuje vzpomínky na úspěšná devadesátá léta, ale už potřeboval osvěžit. Jenže nikdy nevíte. Máloco je totiž ve **fotbale** citlivější téma: snad jen kdyby se klub rozhodl sloučit s rivalem nebo rovnou změnit jméno.

S novým **logem** vždy oddíl ztrácí kus sebe. Co si, co k němu léta nerozlučně patřilo a na co si fanoušci zvykli, náhle zůstane jen historickou relikvií. Zápisem v kronice, přečtenou kapitolou, ke které se málokdo bude vracet.

Ať už ke změně **loga** sáhne kterýkoli klub, musí počítat s tím, že se nezavděčí všem. Pamatujete, jak velké haló spustil před čtyřmi lety Juventus? Ten se s výměnou **loga** nepáral a na tradice nekoukal. Z původního **znaku** nezůstalo nic, nahradilo ho písmeno J v uměleckém provedení a fanoušci se bouřili. Jak to většinou bývá, časem si zvykli. Možná jste si ani nevšimli, ale **znak** v posledních letech více či méně pozměnila spousta světových velkoklubů. Kromě Atlétika Madrid nebo Paris Saint-Germain třeba i dřív konzervativní anglické týmy: Liverpool, Manchester City nebo Everton.

Barcelona na poslední chvíli po stížnostech fanoušků couvla, teď se na velkou změnu chystá třeba Inter Milán.

Proč vůbec to všechno?

Protože doba si to žádá.

Ne že by **loga**, která vznikala většinou ještě v minulém století, neměla kouzlo. Dýchá z nich tradice, romantika starých časů, leckdy připomínají erby šlechtických rodů.

Mnohá se rodila v době, kdy počítačová grafika ještě neexistovala, vidíte na nich, že autoři je malovali vlastnoručně na papír, vtiskli do nich lidskost, někdy včetně nedokonalostí. Snad právě proto symbolizují minulost, zatímco kluby hledí do budoucna a hledají kompromis.

Trendem už dávno nejsou **loga** obsahující co nejvíce prvků spojených s historií klubu nebo města – hitem je jednoduchost, čisté tahy, střídmost, ovšem při zachování aspoň části tradičních symbolů.

Což je přesně cesta, kterou se vydala **Sparta**. Nebo přesněji – teprve vydá. Novou image totiž začne využívat až od příští sezony.

Foto popisl

O autorovi | David Čermák, **fotbalový** reportér MF DNES



Vizuálem nenasytíš

12.2.2021 prazsky.denik.cz str. 0 Aréna názorů

Vojtěch Žížka

„Máme nové **logo**! Konečně!“ zaplesali včera k večeru fanoušci **Sparty** jako jeden muž. Temná noc končí, přichází (rudý) úsvit. Vše zlé je zapomenuto, zpusťšené letenské nivy rozkvétají a nastává vlahé jaro plné úsměvů...

"Vážně? Opravdu si marketingoví mágové z Letné myslí, že právě problematika tzv. **vizuálu** je tím, co pálí příznivce **Sparty** nejvíc? Mateřština promine, ale k mistrovskému titulu ani do Ligy mistrů se zkrátka „neprobrandujete“.

Každý **fotbalový** velkoklub stojí na třech základních pilířích. Dva z nich má **Sparta** ve skvělém stavu. Za prvé bohatou historii, jež ovšem současnému vedení spadla do klína jaksi bezprachně, a za druhé výkonný marketing a (bez ironie) skvěle zmáknutou propagaci. Jen třetí pilíř dlouhodobě rezaví, bohužel ten hlavní. Ano, řeč je o sportovní stránce. Sebekrásnější **logo** (a přiznávám, že mně osobně se to nové docela líbí) tady nezmůže nic. Jak praví staré přísloví: **vizuálem** hladové fanoušky nenasytíš...

URL| <https://prazsky.denik.cz/arena-nazoru/...-zizka-vizuaem-nenasytis-20210212.html>

HI>LIGHTS

REALIZÁTOR ANALÝZY:

HI-LIGHTS, S. R. O

FRANCOUZSKÁ 284/94

101 00 PRAHA 10

WWW.HI-LIGHTS.CZ

OFFICE@HI-LIGHTS.CZ