

Jsou značky, které člověk pozná na první pohled, aniž by o tom musel dlouze přemýšlet. A zároveň také přesně ví, co na něj po projití dveřmi čeká. Žluto-modrá je totiž prodejna nábytku, žluto-modro-červená prodejna potravin s kvalitními německými čokoládami. Příklady ale můžeme najít i v oblasti neziskové – všichni víme, že když nevíme v cizím městě, je dobře se poohlédnout po „zeleném íčku“.

Proč by se podobným nosičem všeobecně srozumitelné informace nemohlo stát i označení knihovny?

Workshop se zaměří na slasti a strasti jednotného loga a vizuálního stylu, s krátkou odbočkou k zavedené nizozemské praxi.