

# SREDNJA DALMACIJA

## **Turistička zajednica SDŽ predstavlja novi vizualni identitet**

Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske županije (TZ SDŽ) odabrala je novi vizualni identitet (logo i popratne vizualne elemente) koji će od sada biti sastavni dio svih marketinških i promotivnih aktivnosti. Prvi je ovo put nakon 2007. da je TZ SDŽ krenuo u izmjenu vizualnoga koncepta, a novi kreativni izričaj splitsko – dalmatinskog turizma osmislio je Studio za branding, dizajn i komunikacije – Filburg koji je osvojio prvu nagradu za rad pod nazivom „Lipo li je“. Osnova prvonagrađenog rješenja je logotip koji uz minimalnu tipografsku intervenciju usmjerava pozornost na Srednju Dalmaciju.

Na javno – pozivni natječaj za dizajn vizualnoga identiteta TZ SDŽ prijavilo se ukupno 20 radova od kojih su odabrana 3 najbolja natječajna rješenja, odnosno autori radova pozvani su na doradu rješenja. Ocjenjivački je tim, potom, donio odluku o radu koji najbolje predstavlja identitet i viziju Srednje Dalmacije. Direktorica Turističke zajednice SDŽ Ivana Vladović naglasila je kako novi vizualni koncept daje svjež i kreativan pristup turizmu Srednje Dalmacije.

- Osvremenjivanje vizualnoga identiteta otvara mnoge nove mogućnosti u pozicioniranju Srednje Dalmacije kao konkurentne i privlačne destinacije. Ovim korakom nastojimo unaprijediti prepoznatljivost i atraktivnost Splitsko – dalmatinske županije te dodatno ojačati brend Srednje Dalmacije na globalnoj turističkoj karti. Odabrani koncept je jednostavan i lako ga je povezati s našom destinacijom, u radu uvijek težimo pratiti suvremenost, pritom vodeći računa da zadržimo autentičnost i identitet - izjavila je Vladović.

Prvonagrađeni rad odlikuje se jednostavnošću i minimalizmom, dok je cijeli koncept vođen jasnom temom. Pobjednici natječaja iskazali su čast što će upravo njihov rad predstavljati turizam Splitsko – dalmatinske županije te su dodatno obrazložili koncept kojim su se vodili pri izradi vizualnog identiteta.

- Dalmacija ima izuzetno snažan identitet i karakterističan životni stil. Pretočiti sve ono što nama znači Dalmacija, sve mirise, zvukove i uspomene u vizualni jezik koji će istovremeno nešto značiti i gostima širom svijeta tražilo je puno promišljanja. Osjećamo privilegiju i odgovornost što je naše viđenje odabrano kao temelj za daljnji rad. Dalmacija je mjesto gdje se susreću kamen i more, strast i opuštenost, drevno i novo, a upravo se u pogledu na pučinu ogledaju ovi parovi. Zato smo kao ključni motiv našeg rješenja odabrali upravo pučinu, motiv koji komunicira dalmatinski stil života na elegantan način. Na pučini se stvari ogledaju, ona je beskonačna, okružuje nas potpuno ali i poziva na otkrivanje tajni skrivenih ispod nje. Smještanjem logotipa u rez pučine stvara se arhetipski znak koji vizualno evocira mnoge

esencijalno dalmatinske priče, od antike — tretman slova implicira istovremeno rimske kapitule, kao i poneko grčko slovo, preko sunca, planina i jedara nad pučinom, do profinjenosti i elegancije. Fotografije vode glavnu riječ u komunikaciji, neposredne, nesavršene, pune života, ljudske, dok je logotip na pučini njihova nadogradnja – pojasnio je Andrej Filetin, kreativni direktor studija Filburg.

U nastavku su naglasili kako im je cilj bio stvoriti ozračje koje će svaku osobu intuitivno potaknuti da pomisli „Lipo li je“. Novi vizualni koncept primjenjivat će se na svim platformama TZ SDŽ, novoj [mrežnoj stranici](#) koja je objavljena krajem studenoga 2023. te na svim društvenim mrežama.