

## Tisková zpráva

### **MeetFactory s jarem graficky omládne: představuje nový vizuální styl**

*Na sklonku roku 2011 vyhlásila MeetFactory soutěž na nový vizuální styl. Z pěti oslovených studií nakonec nejlépe obstáli mladí grafičtí designéři a typografové Jan Novák, Filip Kraus a Matěj Činčera. Od počátku letošního roku s nimi MeetFactory připravuje novou vizuální podobu celého industriálního prostoru a všech jeho grafických výstupů.*

V první fázi – symbolicky na první jarní den – představuje MeetFactory své nové logo. V dalších měsících budou postupně prezentovány další grafické materiály, se kterými se návštěvníci budou moci setkávat nejen v prostorách MeetFactory, ale také ve veřejném prostoru (prostřednictvím médií, propagačních materiálů apod.) nebo na připravovaných nových webových stránkách instituce.

Vyzvaná soutěž na nový vizuální styl MeetFactory proběhla koncem loňského roku 2011. Porota ve složení Petr Bosák, Robert V. Novák, Robert Jansa a zástupci MeetFactory nakonec vybrala tři studenty typografie grafického designu VŠUP v Praze. „Výzva ke spolupráci na propagování MeetFactory nás nadchla; dění v MeetFactory sledujeme a často ji navštěvujeme. Možnost spojit hudbu, výtvarné umění a divadlo pod jednotný vizuál pro nás byla velmi lákavá. Navíc jsme získali možnost dostat naše práce doslova do ulic,“ říká Honza.

Vizuální styl je postaven na kontrastu pevné industriální typografie a volných ilustrativních prvků. „Tento princip vyjadřuje podstatu MeetFactory, viditelnou i na samotné budově: půvabně surová architektura pod nánosy spontánní tvořivosti, nepořádku, retuší. Společný princip nacházíme i v poslání MeetFactory, která vytváří prostor pro umění a konfrontaci,“ dodává Filip.

Kromě doprovodných letáků a plakátů k výtvarným, hudebním a divadelním akcím se nyní připravuje navigační systém pro lepší orientaci v industriálních prostorech MeetFactory. Grafici se také chopili návrhu na úplně nový font. „Písmo, které jsme navrhli přímo pro MeetFactory, čerpá z charismatu místa. Vychází z industriální estetiky v českém prostředí, drážních i silničních značení. Pracovali jsme i s typickou decentní archaičností.“

Aby se MeetFactory přiblížila nejen svým návštěvníkům a podporovatelům, ale také duchu jednadvacátého století, plánuje společně s grafiky navržení nového webu. Ten bude mnohem jednodušší a taky interaktivní: „Chceme, aby se na jeho vizuální náplni podílela celá široká komunita okolo MeetFactory,“ doplňuje Honza.