

## Reakcija Hrvatskog dizajnerskog društva u povodu obavijesti Hrvatske obrtničke komore o “preuzimanju korporativnog identiteta” njemačke Obrtničke komore

Zagreb, 17. rujna 2009. — Hrvatsko dizajnersko društvo (HDD) na vijest Hrvatske obrtničke komore o “preuzimanju korporativnog identiteta Obrtničke komore Münchena i Bavorske” reagiralo je otvorenim pismom.

Poštovani,

Hrvatsko dizajnersko društvo smatra svojom dužnošću reagirati na vijest o novom vizualnom identitetu Hrvatske obrtničke komore, odnosno o “potpisanom Ugovoru o preuzimanju korporativnog identiteta Obrtničke komore Münchena i Bavorske” od strane Hrvatske obrtničke komore.

Smatramo pozitivnim što je Hrvatska obrtnička komora uočila potrebu za kvalitetnim vizualnim identitetom, što je ispravno procijenila važnost vizualnog identiteta i korist njegova dosljednog korištenja te na koncu — što je čitavom projektu pridan veliki značaj.

No način na koji je Hrvatska obrtnička komora realizirala projekt vizualnog identiteta (“preuzimanjem” tuđeg) smatramo krajnje neuobičajenim, neprikladnim i na koncu — dalekosežno opasnim, osobito posluži li kao uzor ijednoj drugoj hrvatskoj instituciji.

Praksa “preuzimanja vizualnog identiteta” praktički ne postoji, kao što se uostalom i navodi u priopćenju Hrvatske obrtničke komore gdje je ovaj koncept nazvan “početkom novog pristupa identitetu i jedinstvenim primjerom suradnje”.

Ako bismo željeli slikovito pokazati u čemu je nesporazum, mogli bismo ovaj slučaj usporediti primjerice sa situacijom u kojoj nogometni klub Dinamo “preuzme identitet” Bayerna. Ili — ekstremno karikirano — s hipotetskom situacijom u kojoj vlada Republike Hrvatske uoči da je postojeća državna zastava neprikladna, dok je švicarska zastava lijepo dizajnirana i međunarodno prepoznatljiva. Bi li došlo u obzir otkupiti pravo na korištenje švicarske zastave i potpisati “sporazum u preuzimanju identiteta” — bez obzira na “dokazanu učinkovitost identiteta i prepoznatljivost na sajmovima”?

Naravno da niti jedna od navedenih situacija nije prihvatljiva. Jasno je, naime, što bi se poručilo takvim potezom: preuzimanje identiteta u korporativnom sustavu znači “kupljeni smo”, a u političkom kontekstu “kolonizirani smo” ili naprosto u oba slučaja — “više nemamo svoj identitet, ne postojimo”.

Želimo naglasiti da se pitanje vizualnog identiteta rješava na jedan način: angažiranjem dizajnera vizualnih komunikacija putem javnog ili pozivnog natječaja, poželjno u suradnji sa strukovnim udruženjem. Da bi projekt bio uspješan, prethodno se sastavlja tzv. projektni zadatak koji opisuje karakter institucije/tvrtke, njezinu povijest, strategiju razvoja, viziju, postojeće elemente identiteta, ciljne grupe itd. Profesionalni dizajneri, kojih je u Hrvatskoj mnogo (a HDD ih u redovnom članstvu okuplja gotovo pet stotina) vrlo uspješno rješavaju probleme vizualnog identiteta, od analize zadatka do implementacije grafičkih standarda u razne medije.

Stoga pozivamo Hrvatsku obrtničku komoru, kao i sve druge hrvatske institucije, na suradnju s Hrvatskim dizajnerskim društvom. Na raspolaganju smo za svaki mogući oblik zajedničkog projekta na planu kvalitetnog i sustavnog promišljanja vizualnih komunikacija, u skladu sa zakonskom procedurom.

Ira Payer,  
predsjednica Hrvatskog dizajnerskog društva

# HDD

## hrvatsko dizajnersko društvo

## croatian designers association

Boškovićeva 18  
10 000 Zagreb — HR  
+385 1 4846 874  
hdd@dizajn.hr  
www.dizajn.hr

### Upravni odbor

Ira Payer, predsjednica  
Davor Bruketa, potpredsjednik  
Koraljka Vlačjo, potpredsjednica  
Marko Baus  
Vedran Gulin  
Neven Kovačić  
Ante Tonči Vladislavić

Tajnica HDD-a  
Mirjana Jakušić