

## ЦІКАВІ ФАКТИ ПРО ЛОГОТИПИ ВІДОМИХ БРЕНДІВ

Студ. Матюшенко К.П.

Наук. керівник доц. Яренко А.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Вивчати історію великих логотипів відомих брендів – справа захоплююча, вкрай цікава та не позбавлена гумору. Будь-яка велика компанія час від часу змушена приводити свій логотип у відповідність з часом, філософією бренду, а також власними цілями. По головному візуальному образу можна простежити історію розвитку самої компанії, а також світового маркетингу і дизайну. І іноді це прагнення, наперед буває пов'язане з цікавими або забавними історіями.

У травні 2010 року Wikipedia представила 3D-модель свого знаменитого логотипу у вигляді глобуса-пазла. Після декількох спроб створити реальний сувенірний глобус-пазл, в Wikipedia задумалися над створенням віртуального 3D кулі, повністю покритого письмовими знаками алфавітів світу. Над створенням 3D-моделі логотипу працював 3D-аніматор, арт-директор і графічний дизайнер Philip Metschan, який раніше працював у Industrial Light, Magic і Pixar. Крім того, що глобус зробили тривимірним, поміняли шрифт Hoefler на Linux Libertine і відмовилися від курсиву. Все це було зроблено для того, щоб полегшити роботу добровольців, які займаються адаптацією Вікіпедії і її логотипу на 250 мов світу.

Панда на логотипі головних борців за порятунок планети і вимираючих видів не завжди виглядала округлим і дуже гармонійним звіром. З 1961 по 1986 рік вона була зображена, як грайливо припадає на передні лапи, чи то підгортає під себе їжу, то просто кострубатою. Більш того, на самому початку у символу WWF були очі. У 1986 році панда придбала свій остаточний вигляд, і доробка лого проводилася лише одного разу – в 2000 році Всесвітній Фонд Дикої Природи використав новий шрифт.

Одна з перших голлівудських кінокомпаній, яка має в наші дні істотні фінансові труднощі, ніколи не зраджувала раз і назавжди обраному образу – леву, який гарчить в «рамі» з кіноплівки. Змінювалося лише зображення назви, а також сам головний герой. У логотипі MGM за 95 років встигло порикувати п'ять різних левів, останній гарчить вже 54 роки.

Hewlett Packard допрацьовував і дорихтовував своє лого 8 разів за 72 роки існування, але так і не пішов від того, з чого почав. З 1939 року, з моменту випуску першого продукту компанії, генератора звукових частот, і до кінця 60-х років HP використовував два рівноправних логотипи. Перший, що складається з простих ліній, було легко наносити на металеві корпуси різного устаткування. А другий добре виглядав в друкованих матеріалах. Подальша страда з пошуком кольору та шрифту призвела до того, що в 2009 році HP відрізала хвостики літер у лого зразка 1938 року і пофарбувала гурток в синьо-блакитний градієнт.

Назва швейцарського холдингу Nestle, що виробляє продукти харчування, не перекладається як «гніздо». Це просто прізвище засновника Анрі Нестле, тому в першій версії логотипу ніякого гнізда не було і в розумінні. Тільки потім у компанії подумали, що прізвище засновника більш ніж схоже на англійське слово «nest», яке і перекладається як «гніздо». З тих пір воно і стало символом компанії і втіленням сімейної філософії. З видом гнізда Nestle пов'язана одна цікава історія: раніше на лого була одна мама і троє пташенят. Двоє пташенят там стало після того, як маркетингологи компанії провели дослідження і з'ясували, що найбільш часто у пересічній сім'ї буває дві дитини. А отже, якщо викинути одного пташеня з гнізда, лого буде знаходити відгук у серцях куди більшої кількості матерів.