**Agentura CzechTrade omlazuje svou vizuální identitu. Výraznou proměnou prošly webové stránky i logo agentury**

*Praha, 16. srpna 2023*

**Agentura CzechTrade revitalizuje svoji vizuální identitu. Hlavním cílem grafických změn byla modernizace vizuální prezentace agentury a její výraznější propojení s hodnotami a vizemi Strategie CzechTrade na období 2023-2026. Nový web je postaven na přehlednosti a jednoduchosti, intuitivní navigaci a moderních nástrojích jak pro klienty, tak i pro jeho editaci. Nové logo podporuje vnímání CzechTrade jako pro-klientsky orientovaného zkušeného partnera českých exportérů. K vytvoření nové vizuální identity bylo vybráno studio** [**S&K Public**](https://www.skpublic.cz/)**.**

Impuls k omlazení tradičního loga bylo také loňské 25leté výročí od založení agentury CzechTrade. Logo, které fungovalo více než 25 let, již nesplňovalo hodnoty a vize agentury, která ve své nové strategii vytyčila ambiciózní cíle, a to působit navenek jako moderní a flexibilní agentura zaměřená na obchodní úspěch českých exportérů v zahraničí. S modernizací loga přišla na řadu také revitalizace webu. *„Co se týče loga, tak naším záměrem nebylo vytvořit zcela nové logo bez jakékoliv návaznosti. Logo CzechTrade má v České republice vysoké povědomí, svoji finanční hodnotu a řadu ochranných známek, ale i přesto bylo potřeba jej zmodernizovat a dodat mu svěžest a dynamiku, stejně jako novému webu. S omlazenou vizuální identitou jsme velmi spokojeni a věříme, že bude CzechTrade pozitivně reprezentovat,“* **říká Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade.**

Grafického zpracování loga, stejně jako grafického zpracování nového webu, se ujalo studio [S&K Public](https://www.skpublic.cz/). Požadavek ze strany CzechTrade byl například ponechat barvy modrou a červenou, které jsou pro agenturu typické. „*Celý kreativní proces a následný vývoj vybraného řešení probíhal v úzké spolupráci se zadavatelem. Ten nám poskytoval kontinuální zpětnou vazbu, což nám umožnilo vše dobře napasovat na jeho rutinní potřeby i všechny specifické aplikace. Původní barevnost jsme respektovali, protože je pro CzechTrade charakteristická. Provedli jsme jen její citlivý posun, aby logo i nová identita působila výrazněji a zároveň byla vhodná pro budoucí digitální ekosystémy,“* říká **Adam Havel, Account Director ve společnosti S&K Public**.

Stěžejní bylo také ponechat celý název agentury a nastavit jeho jednotné používání ve všech zemích, kde CzechTrade prostřednictvím svých zahraničních kanceláří působí. *„Důležitým grafickým prvkem je také pro logo typická plachta symbolizující otevřený svět, který jsme ponechali, a prvek plachty aplikujeme i v inovované podobě tiskových materiálů*,“ říká **Hana Toclová, vedoucí oddělení marketingové komunikace CzechTrade.**





Nové logo, barevnost a celá vizuální identita se promítla i do nově spuštěného webu. *„Provedli jsme výraznou redukci funkčních elementů a nepotřebných segmentů webu, a zůstalo jen to opravdu podstatné s novým logem v hlavičce. Pro nás je kvalitní design stránek základem vnější komunikace – strukturované rozložení, jasné oddělení sekcí, dobře čitelná typografie, správně orientovaný a nasměrovaný návštěvník,“* dodává **Hana Toclová.**

Web agentury prošel kompletní proměnou naposledy před 7 lety. Nyní byl impulsem ke změně, kromě modernizace, také přechod na povinné prvky redakčního systému*. „Nový web jsme proto stavěli na úplně jiných principech, kterými jsou jednoduchost, intuitivní navigace a moderní nástroje nejen z klientského, ale také z editačního pohledu, protože si editujeme webové stránky sami,“* uvádí **Hana Toclová** a dodává: *„Od 1. srpna funguje web v novém kabátě, v upraveném redakčním systému a s novým logem. Doufáme, že naši klienti jsou spokojeni s výsledkem a informace, které pro ně na web každodenně aktualizujeme budou jednodušeji dohledatelné.“*

**O agentuře CzechTrade**

CzechTrade je agentura na podporu obchodu a již 26 let je partnerem českých firem na jejich cestě k exportním úspěchům. Jejím cílem je usnadnit českým firmám rozhodování o výběru vhodných teritorií, zkrátit dobu vstupu na daný trh, podpořit aktivity směřující k dalšímu rozvoji firmy v zahraničí, a především eliminovat rizika spojená se vstupem na nové, neznámé trhy. Zahraniční kanceláře agentury CzechTrade poskytují služby v 64 zemích na pěti kontinentech.

[www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz/)

**Kontakt pro média:**

**Simona Vondrová Jitka Nováčková (za CzechTrade)**Account Executive Manažerka vnějších vztahů a tisková mluvčí
tel.: +420 775 986 531 tel.: +420 601 361 821
e-mail: simona.vondrova@insighters.cz e-mail: jitka.novackova@czechtrade.cz