



Rolls-Royce Informace pro média

ROLLS-ROYCE UKAZUJE NOVOU VIZUÁLNÍ IDENTITU ZNAČKY

25. srpna 2020, Goodwood, West Sussex

- Rolls-Royce ukazuje novou identitu značky, kterou dále modernizuje
- Nová identita je dalším krokem značky Rolls-Royce na cestě od čistě automobilového výrobce k poskytovateli luxusu – House of Luxury
- Nový vizuální jazyk zaujme mladší klientelu
- Za novou identitou Rolls-Royce, která bude odhalena v září, stojí designová agentura Pentagram

„Vezměte to nejlepší, co existuje, a udělejte to ještě lepším.“ Od té doby, co tato slova vyslovil spoluzakladatel značky, sir Henry Royce, prošel Rolls-Royce evoluční změnou od tvůrce „Nejlepšího automobilu na světě“ až po předního světového poskytovatele prvotřídního luxusu; my tomu říkáme, že jsme „House of Luxury“. Výrobky této společnosti jsou dnes považovány za exemplární příklady dokonalého řemeslného zpracování, vytvořené z nejlepších materiálů a s mistrovskými schopnostmi svých tvůrců, přičemž značka jako taková a její proslulý symbol – soška Spirit of Ecstasy – se staly ikonami toho nejlepšího ve své oblasti. Rolls-Royce je tedy opravdovým synonymem luxusu.

Značka Rolls-Royce prošla v posledních letech větším počtem změn, než pamatuje její věhlasná minulost. Portfolio vozů Rolls-Royce se rozrostlo na pět modelů, přičemž každý z nich má svůj vlastní jedinečný charakter, a téměř každý automobil vyrobený v sídle společnosti v Goodwoodu v hrabství West Sussex vznikl na zakázku v rámci programu Bespoke, který je přizpůsobí požadavkům na životní styl rozmanitých náročných zákazníků. Představení série Black Badge, alter ega značky, splnilo požadavky podskupiny těchto klientů a přineslo odpověď na jejich požadavky po vyhranějším

Rolls-Royce Motor Cars

The Drive, Westhampnett, Chichester, West Sussex PO18 0SH
Telephone +44 (0)1243 384000
www.press.rolls-roycemotorcars.com



provedení automobilů Rolls-Royce. Takovém, které v sobě nese energickou a dominantní osobnost. S takovou volbou není divu, že průměrný věk klientely značky se výrazně snížil – na pouhých 43 let.

Jak se tedy má značka svým vizuálním stylem prezentovat, jak směřovat do moderní budoucnosti současně zůstat věrná svému odkazu?

Torsten Müller-Ötvös, výkonný ředitel Rolls-Royce, k tomu řekl: „Se zvyšující se digitalizací značky nastává ten pravý okamžik, aby vizuální jazyk společnosti odrážel naše postavení coby přední světové luxusní značky. Vydali jsme se na fascinující cestu modernizace identity naší značky s cílem reflektovat změny v našem modelovém portfoliu, ve složení skupiny našich klientů, jejich životním stylu a luxurním světě, v němž žijí.“

Značka Rolls-Royce jmenovala Marianu Willerovou, partnera Pentagramu, multidisciplinárního designového studia, které je v rámci svého oboru vysoce uznávané, aby vytvořila novou identitu značky, jež dokáže přesáhnout zákonitosti fungování značky jakožto výrobce „Nejlepšího automobilu na světě“ a pojmout impozantnost značky a její postavení jakožto skutečného světového poskytovatele luxusu – House of Luxury. Identita byla navržena tak, aby zaujala novou skupinu klientů a vše, co představují, a to jak digitálně, tak fyzicky.

Studio Pentagram se pustilo do důkladného zkoumání značky Rolls-Royce, včetně jejích nových i starých výrobků, jejího designového étosu, designérů, předmětů, které jsou pro ni posvátné, a jedinečného vztahu, který si udržuje se svými zákazníky. Strávili čas ve výrobě a snažili se pochopit podstatu programu Bespoke a jeho důležitost pro vznik současné podoby značky Rolls-Royce.

Marina Willerová uvedla: „Záhy se ukázalo, že značka Rolls-Royce se postupně proměnila z automobilového výrobce v prominentního hráče ve světě luxusu. Pro nás bylo zásadní zajistit, aby nová identita značky v sobě tento posun odrážela. Museli jsme Rolls-Royce představit pokrokovým, svěžím a odpovídajícím způsobem, oslovujícím nové publikum, který však současně ctí věrné klienty značky.“

Willerová byla schopna uchopit změnu vizuální podoby značky ze zcela nové perspektivy. „Nepocházím z automobilového prostředí. Tato výhoda mi poskytla příležitost pohlížet na značku Rolls-Royce jako na

Rolls-Royce Motor Cars

The Drive, Westhampnett, Chichester, West Sussex PO18 0SH
Telephone +44 (0)1243 384000
www.press.rolls-roycemotorcars.com



výrobce luxusních produktů. Mým cílem bylo posílit luxurnost značky Rolls-Royce a zároveň jí nabídnout možnosti, jak vizuálně oslovit mladší a stále rozmanitější zákazníky," dodala.

Spirit of Ecstasy

Soška Spirit of Ecstasy je okamžitě rozpoznatelnou, moderní ikonou britského luxusu. Od roku 1911 zdobí před automobilů Rolls-Royce a dodnes zůstává jedním ze světově nejznámějších symbolů, ztělesňujících krásu, luxus, styl a dokonalost.

Soška Spirit of Ecstasy nyní v rámci identity značky nabude většího významu. Zatímco soška, která v tiché ladinosti vede každý automobil, zůstává nezměněna, používání této tajemné figurky se vyvinulo do podoby ilustrace – takové, která se neztratí v dnešním virtuálním světě.

Původní figurku navrhl a zhmotnil britský umělec Charles Sykes. Na počest této historické události byl Chris Mitchell, přední ilustrátor ikon značky a její identity, studiem Pentagram pověřen, aby navrhl destilovanou podobu ikonické sošky. Chris, který se úzce držel směru studia Pentagram a vycházel z tiché síly a vůdčí povahy sošky, věnoval velkou pozornost jejím proporcím, které skrývají sílu a energii, díky níž ji nelze považovat křehkou či pokornou. Je-li vyobrazena ve dvourozměrné podobě, její směr se změnil zleva doprava, směle čelící budoucnosti a odrážející značku samotnou.

Marina Willerová řekla: „Použití Spirit of Ecstasy je symbolem posunu vyznění značky z automobilového kontextu směrem k lifestyleovému. Tato soška představuje ve světě luxusu prestižní kvalitu. Jejím použitím jako středobodu vizuálního jazyka může být soška Spirit of Ecstasy interpretována jako múza celé značky, a nejen automobilů jako takových.“

Barvy

Při výběru palety barev pro novou identitu značky se designérský tým Pentagramu zpočátku zaměřil na produkty společnosti. Texturně syté hnědé odstíny dřeva a grafitově zbarvená technická vlákna doplňovaly pestrou škálu kůží Rolls-Royce. Ačkoli věrné svému řemeslnému původu, hnědé a břidlicové odstíny svazovaly identitu značky s minulostí. Cílem bylo najít expresivnější, luxurnější paletu barev, takovou, která se bude líbit pokrokově smýšlejícím ženským i mužským klientům.

Studio Pentagram zaujaly fialové barvy, zejména ty s hlubokým a impozantním odstínem. V přírodě se vzácně vyskytující fialová barva s kořeny v mytologii, umění, zbožnosti a královské majestátnosti vždy

Rolls-Royce Motor Cars

The Drive, Westhampnett, Chichester, West Sussex PO18 0SH
Telephone +44 (0)1243 384000
www.press.rolls-roycemotorcars.com



představovala bohatství a moc. Barva s názvem Purple Spirit, odkazující na sošku Spirit of Ecstasy, bude razit cestu budoucímu pojetí luxusu tím, že se stane unikátní barvou značky Rolls-Royce.

Tuto barvu doplní metalická barva Rose Gold. Tento elegantní a moderní odstín bude vyhrazen pro dlouhodobě trvanlivé předměty. Kromě těchto hlavních barevných tónů bude použita také pestřejší paleta výrazných barev.

Sami Coultas, designér oddělení Bespoke Colour and Trim, řekl: „Barva Purple Spirit má hluboký a silný tón. Je to barva modernosti, která evokuje konotace temné a majestátní noci. Má energii vyvolávající emoce s myšlenkami na sílu a touhu – tón, který je vhodný pro fascinující velikost. Tuto barvu doplní kontrastní odstín Rose Gold, který dodá tištěným materiálům značky eleganci a půvab.“

Černé pojetí, které je typické pro automobily z kolekce Rolls-Royce Black Badge, nyní naruší množství barev, reflektující specifikaci každého vozu při jeho představení, což ilustruje odvážnou povahu jejich jedinečné charakteru.

Logotyp/znak

Logotyp značky je nadčasovým výrazem skutečného luxusu. Logo představující počáteční písmena zakladatelů značky, pánů Rollse a Royce, je po celém světě známé jako symbol technické dokonalosti a maximálního lidského úsilí. Není proto žádným překvapením, že tento slavný signifiant zůstává v nezměněné podobě.

Svoji původní podobu si zachoval také monogram, který ale zároveň nahrazuje znak v rámečku. Současně byl nápis „Rolls-Royce Motor Cars“ nad vchodovými dveřmi značky shledán pro postavení značky jakožto poskytovatele luxusu příliš korporativní a nereprezentativní.

Zástupci studia Pentagram v archivech značky z 30. let minulého století objevili speciální typografii a jako základ nového nápisu použili styl art deco, odpovídající moderní značce Rolls-Royce. Spojení „Motor Cars“ je kratší, přičemž důraz byl kladen na spojení Rolls-Royce, jelikož toto jméno má nyní výrazně širší vliv také mimo automobilový průmysl. Nápis je tak vzhledově mnohem uhlazenější a ztělesňuje tichou sílu současných automobilů značky Rolls-Royce.

Rolls-Royce Motor Cars

The Drive, Westhampnett, Chichester, West Sussex PO18 0SH
Telephone +44 (0)1243 384000
www.press.rolls-roycemotorcars.com



Písmo

Při hledání toho správného písma, které ztělesňuje luxus, aniž by bylo zjevně ozdobné, prozkoumal designový tým Pentagramu mnoho typů. Věřili, že písmo musí také zobrazovat souvislost s bohatou historií. Zvolené písmo Riviera Nights pochází ze stejné rodiny jako písmo Gil Sans Alt, které značka používala dříve. Nicméně některá písmena má dodatečně upravena a jemně zkosená.

Spirit of Ecstasy Expression

Bylo vytvořeno zcela nové vizuální provedení Spirit of Ecstasy, které dostalo název Spirit of Ecstasy Expression. Ono „Expression“, jež tvoří těsně vedle sebe poskládané jemné linky, svým éterickým, avšak technickým nádechem přináší do nové identity značky auru dokonalosti.

„Expression“ se podobá hedvábné tkanině a přejímá fluidní podobu, a svou povahou je univerzální. Pentagram vyvinul inovativní digitální nástroj využívající kódování, který umožňuje použití těchto linek na jakémkoli povrchu, od projekce přes vyšívání či tisk až po gravírování. Grafiku „Expression“ lze najít jak ve fyzické podobě v provozovnách značky po celém světě, tak v digitální podobě, je jednotícím prvkem portfolia značky. Tenké linky tvořící jeden celek se stanou výrazným a zřetelným prvkem vizuálního jazyka značky a klíčovým představitelem přístupu „House of Luxury“.

MUSE – umělecký program Rolls-Royce

Předchozím úkolem Mariny Willerové v rámci značky Rolls-Royce bylo navrhnout identitu nové vize uměleckého programu Rolls-Royce. Program Muse byl znovu spuštěn v roce 2019 a skládá se ze dvou nových dvouletých iniciativ, Dream Commission a Spirit of Ecstasy Challenge. Willerová a její tým vytvořily osobitou identitu, která zachycuje závazek programu k umění pohyblivých obrázků a zároveň je spojuje se značkou prostřednictvím adaptace linek „Expression“.

Kontakt

David Haidinger, Corporate Communications Manager, BMW Czech Republic

Telefon: +420 739 601 171; e-mail: david.haidinger@bmwgroup.com

BMW PressClub CZ: www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/cz/startpage.htm

Internet: www.bmw.cz; Facebook CZ: <https://www.facebook.com/BMW.Ceska.Republika>

BMW Group

BMW Group je se svými značkami BMW, MINI a Rolls-Royce vedoucím výrobcem prémiových automobilů a motocyklů, stejně tak jako poskytovatelem prémiových finančních produktů a služeb

Rolls-Royce Motor Cars

The Drive, Westhampnett, Chichester, West Sussex PO18 0SH
Telephone +44 (0)1243 384000
www.press.rolls-roycemotorcars.com



mobility. BMW Group je globální společností s 31 výrobními a montážními závody v 15 zemích a celosvětovou prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích.

V roce 2019 společnost BMW Group prodala po celém světě více než 2,5 milionu osobních vozů a více než 175 000 motocyklů. Zisk před zdaněním ve finančním roce 2019 činil 7,118 miliardy Euro, příjmy dosáhly 104,210 miliardy Euro. K 31. prosinci 2019 pracovalo pro BMW Group 133 778 zaměstnanců.

Úspěchy společnosti BMW Group se vždy opíraly o dlouhodobé strategie a odpovědnost. Celý hodnotový a výrobní proces je zaměřen na ekologickou a sociální udržitelnost, k životnímu prostředí odpovědné produkty a jednoznačné zaměření na ochranu zdrojů. To vše je pevnou součástí celkového přístupu.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Rolls-Royce Motor Cars

The Drive, Westhampnett, Chichester, West Sussex PO18 0SH

Telephone +44 (0)1243 384000

www.press.rolls-roycemotorcars.com