

Презентували туристичний логотип Острога

Галина МАКСИМЧУК

Знагоди відкриття туристичного сезону презентували туристичний логотип Острога.

Представлення логотипу відбулося в п'ятницю, 10 травня, у Рівному. Участь у заході взяли заступники голови РОДА Віталій Ундір (перший) і Олександр Корнійчук, начальниця управління культури і туризму РОДА Ярослава Гаврилова, керівниця Туристично-інформаційного центру Острога Анастасія Драчук, завідувачка відділу туризму Острозької міськради Олеся Гошук і заступник директора з наукової роботи Державного історико-культурного заповідника Острога Андрій Брижук. Також були присутніми дизайнери нового логотипу Віктор Черенков та Аліна Забаріна.

– Надзвичайно приємно, що в Острозі зібралася така потужна, енергійна, молода команда, яка починає креативити, щоб сьогодні в Рівному ми могли говорити про Острог як туристичний центр усієї області й Західної України, – відгукнувся у вступному слові Віталій Ундір.

Олександр Корнійчук нагадав, що голова РОДА Олександр Муляренко на старті своєї каденції визначив туризм як пріоритетний напрям роботи. Тому Острог працює над тим, щоб відкрити Рівненщину та

Україну світові.

Перш, ніж розповісти про ребрендинг, острожани представили досягнення й плани туристичного Острога. Анастасія Драчук, зокрема, розповіла, що 2018 року краєзнавчий музей відвідало 45 тисяч туристів, Музей історії Острозької академії – 15 тис. осіб. Також прига-

й історичну цінність Острога, об'єднуючи людей. Ми щиро сподіваємося, що створення туристичного логотипа Острога допоможе йому стати більш помітним на мапі України, – зазначає дизайнерка Аліна Забаріна.

Основою логотипу стало зображення Татарської вежі. Завдяки мінімалізму



дали Культурний барбакан, анонсували туристичні «прем'єри» міста, представили нову поліграфічну продукцію для гостей. Андрій Брижук схарактеризував музей Острога, наголосив, що в цих закладах є чимало змін – наприклад, єдиний квиток, безкоштовний вхід для певних категорій відвідувачів, аудіогід та ін.

Самі ж розробники логотипу зазначають, що він має створити позитивний образ міста, служити налагодженню візуальної комунікації та емоційного зв'язку між гостями й Острогом.

– Основна мета нашої розробки – передати культурну

логотипу, – вважають розробники, – його легко запам'ятовувати й асоціювати, а ще не складно наносити на сувенірну продукцію різного розміру. Крім логотипа, до туристичного сезону представили нове гасло: «Місто, що об'єднує». Передбачають, що гасло буде рухомим і змінюватиметься відповідно до контексту подій, як от: «Освіта, що об'єднує», «Культура, що об'єднує» та ін.

З елементами нового ребрендингу вже підготували сувенірну продукцію, тож невдовзі всі охочу зможуть придбати оригінальні «острозькі» речі.