

NA CESTÁCH 11

Speciál



Představitelé firmy vyprovázejí novou značku symbolicky se vztyčeným palcem.

Jezdíte busem? Jedině busem!

Doslova pro revoluční krok se rozhodla akciová společnost ČSAD AUTOBUSY České Budějovice, když svou budoucnost spojila s novou obchodní značkou „busem“. Tedy značkou jednoduchou, srozumitelnou, až neskutečně spojenou s nabízenými dopravními službami.

„Všichni jsme „busem“ jezdili. A „busem“ stále jezdíme. Je to výraz, který všichni znají, a my chceme, aby v podobě ochranné známky podpořil i naše obchodní a marketingové aktivity, ukázal moderní tvář naší firmy,“ říká Vladimír Homola, generální ředitel společnosti, která ale svůj obchodní název nemění. Stále půjde o ČSAD AUTOBUSY České Budějovice. Pouze logo v podobě tradičního okříd-

leného kola, spojeného i po privatizaci s bývalými dopravními podniky ČSAD, nahradí sympatické „busem“. To bude součástí všech propagačních materiálů i merkantilií.

První autobusy s novým označením, jehož ústředním motivem je vztyčený palec coby symbol bezproblémového cestování, už jezdí na dálkové lince mezi Českým Krumlovem, Českými Budějovicemi, Pískem a Prahou a na tra-

se Prachatic - Vimperk - Praha. Další dvě stovky autobusů ho získají postupně do konce roku.

Podle obchodního ředitele Karla Coufala je nové logo, které se objeví i na uniformách řidičů, jazykově neutrální a snadněji pochopitelné pro všechny zákazníky, kteří si ve srovnání s názvem firmy slovo „busem“ snadno zapamatují i vysloví.

Tak šťastnou cestu!

■ Nové logo navazuje svou barevností na logo původní, ovšem jeho provedení je pojaté ve zcela jiném duchu. Vizualně je srozumitelnější, jednodušší a odráží se od současných trendů společnosti i grafického designu. Výraz „busem“ těží z lidové slovesnosti a očekává se od něj snadnější komunikace nejen písemná, ale i ústní.

■ Základem loga je modře vypsáný text „busem“. Součástí prvního písmena je grafická hříčka dlaně s palcem, která se díky rozvoji sociálních sítí stala globálním symbolem pro vyjádření souhlasu, sympatie či oblíbenosti. Kolem počátečního písmena je pak umístěno šest obdobných symbolů, které jsou shodné tvarem, ovšem liší se barevností a velikostí.

■ Autory loga jsou Aleš Dokulil a Lenka Kotlářová z grafického studia GRA-M.

■ Nové logo ze stejné autorské dílny má rovněž cestovní kancelář Saturn.

Busem přiváží kvalitní služby s lépe zapamatovatelnou značkou



Křest nové značky navštívila na parkovišti autobusů před Jihočeským muzeem řada hostů.

Novou obchodní značku „busem“ vyprovodil do světa 12. května slavnostní křest před budovou Jihočeského muzea v Českých Budějovicích. Symbolicky se zde tak potkala historie s moderní tváří společnosti ČSAD AUTOBUSY. Nové logo se vztyčeným palcem, které cestujícím dává najevo, že jsou ve správných rukou, se postupně objeví na všech 200 autobusech společnosti.

„Velmi nám záleží na kvalitě dopravních služeb a spokojenosti cestujících. Věříme, že i díky této změně jejich počet v našich autobusech poroste,“ uvedl generální ředitel Vladimír Homola. V této souvislosti připomněl, že se firma připojila k novému projektu Jihočeského kraje, který od 1. července zavádí integrovanou jednodenní síťovou jízdenku JIKORD+. Bude platit v autobusech, vlacích i MHD po celém kraji. Bonusem bude možnost využití „zelených“ autobusů na Šumavě a mezinárodní linky Telč - Dačice - Slavonice - Raabs an der Thaya. Za 250 korun se ve všedních dnech svezou jeden dospělý a jedno dítě od 6 do 15 let, o víkendech dokonce dva dospělí a tři děti. „Chceme veřejnosti dokázat, že hromad-

ná doprava je konkurenceschopná a tento nový produkt může přispět k jejímu vyššímu využití, zejména při rekreačních cestách. Pro rodiny s dětmi bude víkendové cestování velmi výhodné,“ uvedl ředitel. Jak ale upozorňuje předseda představenstva Peter Schmolzmüller, čistá změna image je důležitá, ale sama o sobě je málo, pokud se nabídka tras a linek pružně nepřizpůsobuje potřebám cestujících a objednatelů. Právě na to je společnost ČSAD AUTOBUSY České Budějovice připravena a těmto potřebám jde systematicky vstříc.



Moderní tvář není jen o logu

Co o změně firemní identity soudí zástupci vlastníka, rakouské společnosti ÖBB Postbus? Na to jsme se zeptali obou nejvyšších představitelů, předsedů představenstva a dozorčí rady.

1. Co od změny obchodní značky očekáváte?
2. Změní jen image firmy nebo časem i služby?

Peter Schmolzmüller,
předseda představenstva

1. Přál bych si, aby cestující s novou značkou vnímali naši společnost jako moderního poskytovatele služeb, který spojuje know-how a pozitivní zkušenosti z minulosti s moderními technologiemi a médií budoucnosti. Příkladem jsou naše moderní autobusy na CNG s příznivějšími náklady, náš nový katalog cestovní kanceláře Gold Saturn nebo naše nová internetová prezentace. A samozřejmě bych si přál mnoho nových cestujících!

2. Čistá změna image je důležitá, ale sama o sobě není dostatečná, pokud chceme jako autobusový dopravce konkurovat automobilu. V budoucnosti se proto naše nabídky tras a linek budou muset velmi rychle a flexibilně přizpůsobovat potřebám cestujících a objednatelů. To zahrnuje krátkodobé zrušení neekonomických jízd, ale také rychlé rozšíření nabídky v případě nových potenciálních cestujících, jako například u průmyslových zón.

Stefan Winkelbauer,
předseda dozorčí rady

1. Především moderní a „komunikovatelnou“ prezentaci na trhu, na jejímž základě budou jak cestující, tak i Jihočeský kraj a jiní objednatelé přeprav lépe vnímat naši firmu.

2. Pozitivní image může dlouhodobě existovat pouze tehdy, když za ní stojí také atraktivní služba. Stejně jako v minulosti nám i v budoucnu půjde o kompetentní řidiče, vyhovující jízdní řády, moderní autobusy a autobusová nádraží. Novinkou je, že si zákazníci nyní mohou spojit tyto služby s lépe zapamatovatelnou značkou.

Lenka Kotlářová a Aleš Dokulil z Grafického studia GRA-M o novém logu říkají:

Okřídlené kolo chybět nebude. Moderní firma musí jít dál

Okřídlené kolo chybět nebude. Moderní firma musí jít dál. Autorem nové obchodní značky „busem“ je českobudějovické Grafické studio GRA-M, konkrétně Lenka Kotlářová a Aleš Dokulil.

Kdy jste novou značku začali vymýšlet?

Zhruba před rokem, na jaře. Někdy v květnu jsme pak po debatě s vedením firmy předložili první grafické návrhy. Samozřejmě jich bylo víc. Klíčové bylo, jak se chce společnost dál prezentovat. Tedy, zda se bude držet původního loga i názvu a současné logo se pouze redesignuje. Nebo se vydá novým směrem.

Co z debat vzešlo?

Obchodní název zůstal stejný, ale změnilo se logo. To je vždy zásadní a pro akcionáře nesnadný krok. Proto jsme pracovali s více návrhy, k nimž se vyjadřovali ne-



Lenka Kotlářová a Aleš Dokulil.

jen členové dozorčí rady a představenstva, ale i široký tým jejich spolupracovníků. Výsledkem debat je právě nová značka „busem“. Nahradí původní grafiku na všech tiskovinách i v reklamě. Nové logo a grafiku má i cestovní kancelář Saturn. Obě loga jsou v obdobném duchu, protože jde o vlastnický propojené subjekty.

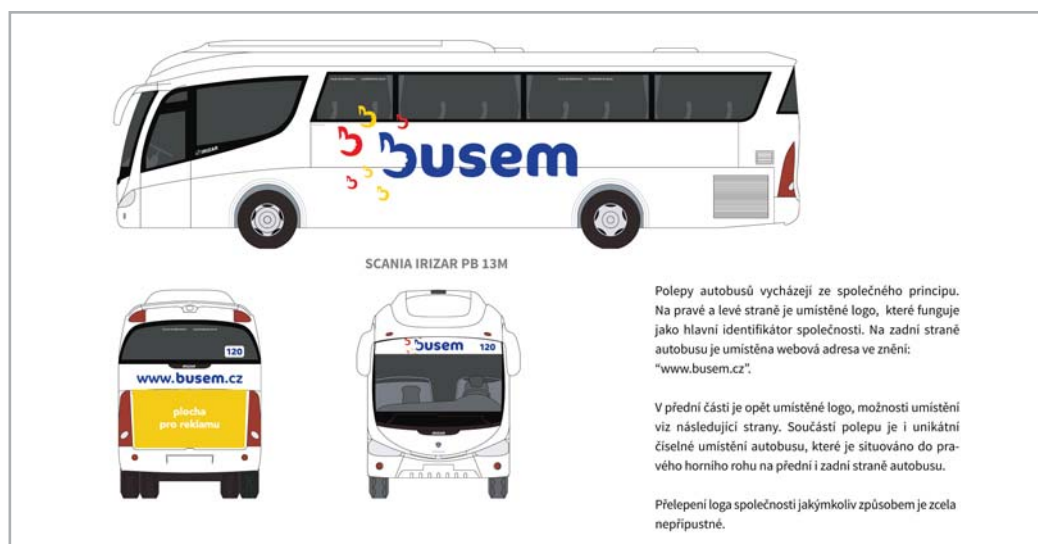
Proč jste zvolili právě tohle řešení?

Má vše, co má dobrá značka mít – je snadno zapamatovatelná, přehledná, zajímavá a rychle klienta, cestujícího s firmou identifikuje. Ale zcela nepochybně nějakou dobu potrvá, než ji veřejnost přijme. A jistě se najdou i konzervativnější jedinci, jimž bude okřídlené kolo a zkratka ČSAD chybět.

Přesto ale věříme, že se výraz „busem“ brzy stane synonymem kvality a spolehlivosti, což je pro dopravce ČSAD AUTOBUSY České Budějovice typické.

Proč myslíte?

Během roční spolupráce jsme poznali řadu zaměstnanců, včetně těch z CK Saturn, a mohli ocenit profesionalitu, s níž věci řeší. Podle nás se zde odvádí skvělá práce. I když je třeba přiznat, že jsme před tím firmu řadili spíše k těm konzervativnějším značkám, které rády těží z historie. Dnes ale musíme říct, že v ČSAD AUTOBUSY České Budějovice pulsuje moderní duch, a firma se dívá velmi dopředu. Hodně úsilí vkládá do inovace a budoucnosti, což vidí každý, kdo jezdí jejich moderními autobusy a využívá jejich rekonstruovaná autobusová nádraží, kde se cestující rozhodně necítí jako na ztracené vartě. Proto věříme, že zaměstnanci budou na novou značku hrdí a za pár let se potvrdí, že tento odvážný krok za to stál.



Ukázka z grafického manuálu

Letošní tvář firmy, vystudovaná učitelka a modelka **Gabriela Bártová - Dvořáková**, říká:

Modeling je zábava.

Strakonická rodačka a modelka Gabriela Bártová - Dvořáková je letošní tváří dopravní firmy ČSAD AUTOBUSY České Budějovice a její cestovní kanceláře Saturn. Vrátila se tak do jihočeské metropole, kde vystudovala Pedagogickou fakultu JU.

Shlížíte z obálky zimního katalogu Saturnu a vyzařuje z vás pohoda. To bylo focení tak zábavné?

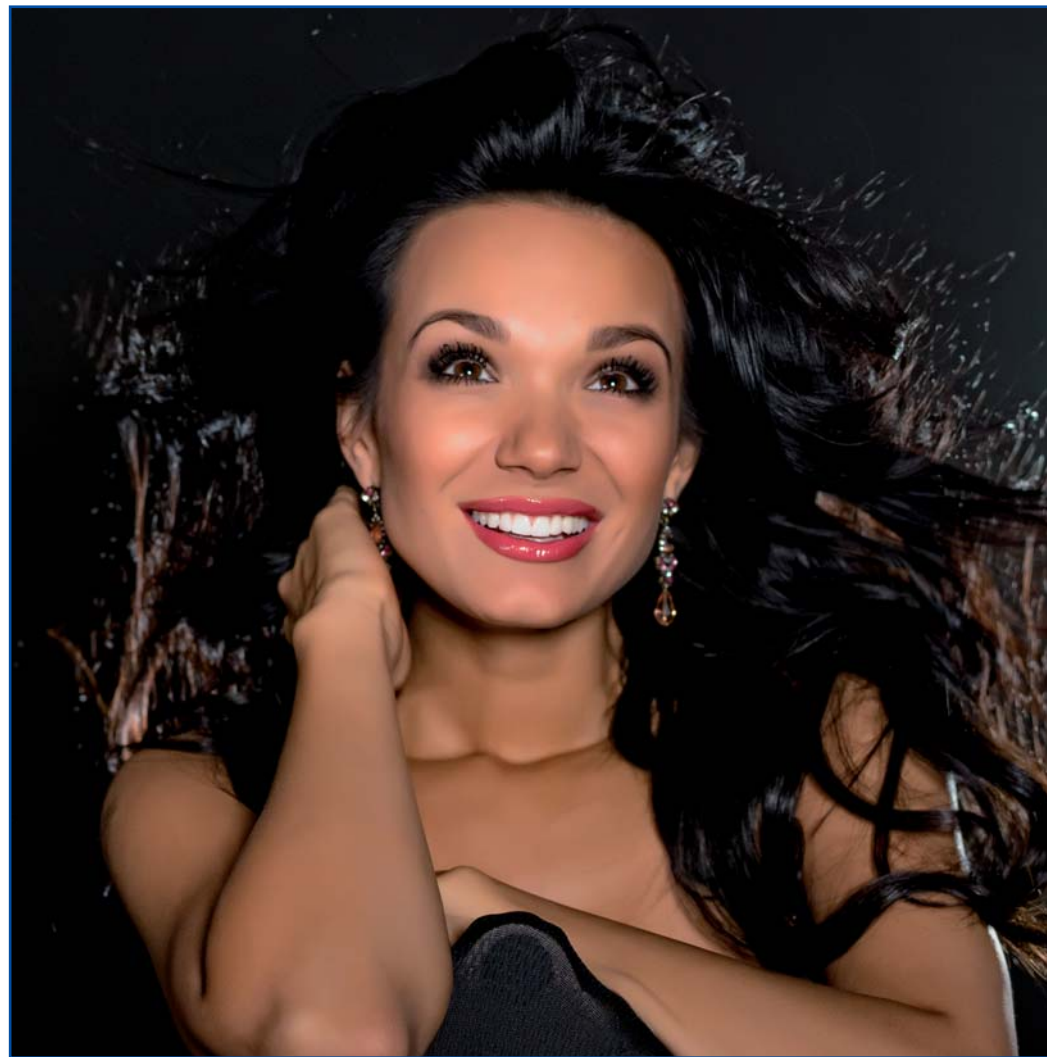
Přesně. Byl tam skvělý tým lidí. Fotograf pan Homola je neuvěřitelný člověk. Dokáže mě dostat do úplné pohody. A je také pravda, že jsem v té době byla těhotná. Tak možná i proto ten šťastný výraz. *(usmívá se)*

Bývá tomu tak vždy?

Ne každé focení je zábavou a radostí. Opravdu za tu tvář, s výrazem naplnění, vděčím Vláďovi Homolovi - a jak jinak, také mji Terezce. *(přidává další úsměv)*

Jak to přišlo, že vystudovaná učitelka se vrhne do modelingu?

Škola byla vždy moji prioritou. Především mě bavila a hlavně naplňovala. Jsem na sebe také pyšná, že jsem ji dokončila. V budoucnu bych se také chtěla pedagogice dál věnovat. Mým snem je mít jednou mateřskou školku. Modeling je zábava. A hlavně to bylo zpestření studia a daly se při něm vydělat i dobré peníze. Teď si zase občas odskočím od Terezky nebo jde Tereška se mnou.



Gabrielu Bártovou - Dvořákovou zdobí široký úsměv.

Co jste měla za aprobaci?

Vystudovala jsem pedagogiku pro první stupeň. Každý mi říkal: prosím tě, to musí být brnkačka. Počítat do stovky umí každý... Ale, tohle nás opravdu neučili. Bylo to naopak dost náročné. Myslím, že předškolní vzdělávání a vzdělávání na prvním stupni je to nejdůležitější v životě člověka.

Mimochodem, učila jste někdy vůbec?

Samozřejmě, učila jsem. Jak v Montessori školce, tak i první třídu v Čestlicích u Prahy. Pak jsem otěhotněla a jsem na mateřské.

V roce 2010 jste vyhrála soutěž Superdívka Aha! Byl to zlom v kariéře?

Ne, to určitě ne. Nechci tomu ani říkat kariéra. Protože to tak necítím. Prostě to je pro mne zábava za slušný výdělek.

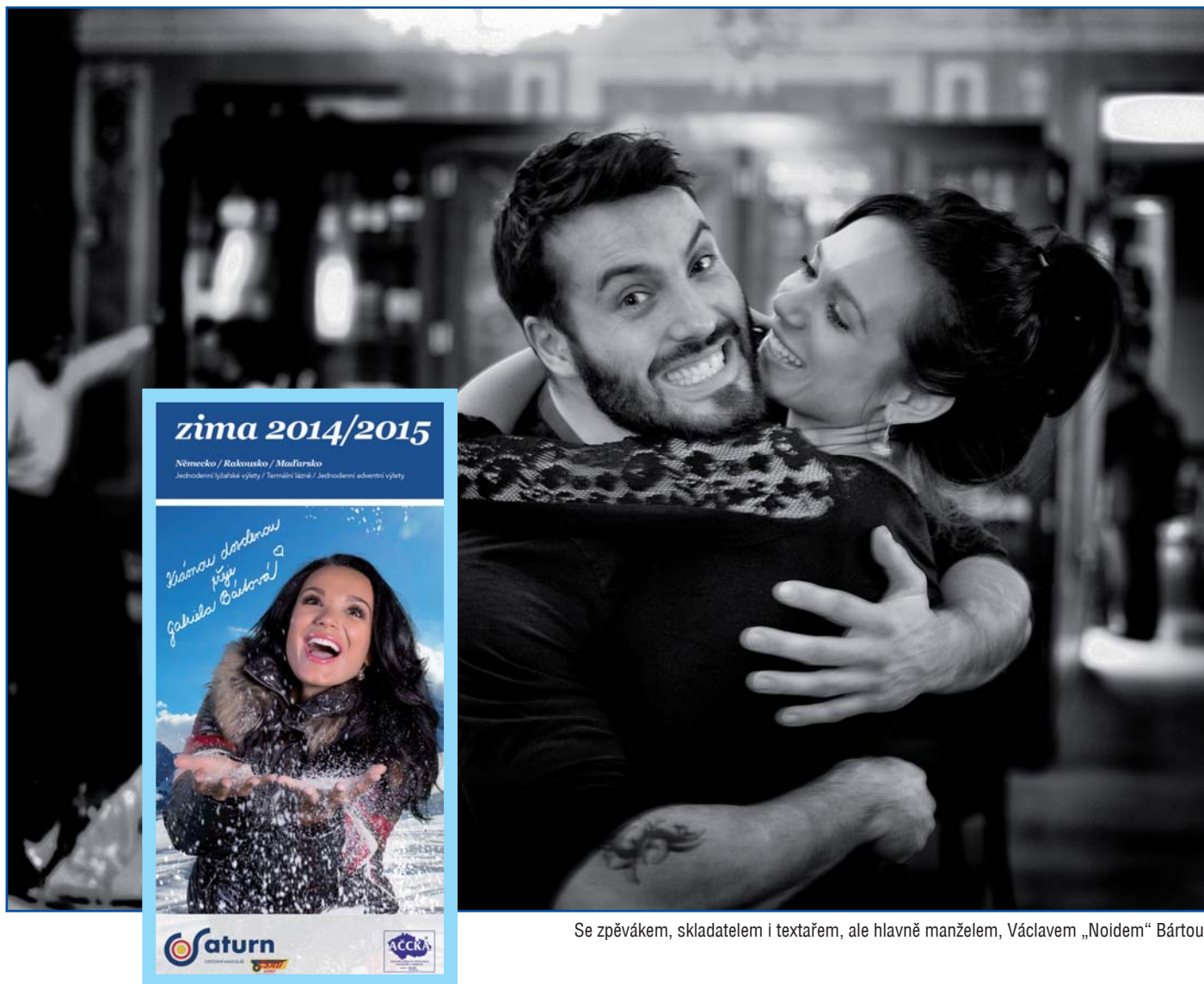
Co v ní pokládáte za důležité?

Hlavně být taková, jaká jsem se narodila. Tedy jak se říká: Nad nikým se nepovyšuj, před nikým se neponižuj.

Jak jste se dostala ke spolupráci se Saturnem a jeho mateřskou firmou ČSAD Autobusy?

Oslovil mě její šéf, a dnes už můj kamarád a fotograf, Vladimír Homola. Jeho nápady mě baví. A ještě k tomu je to skvělý člověk. Má srdce na správném místě. Spolu pracujeme na různých projektech, fotíme kalendáře, a jak už zaznělo, jsem i tvář cestovní kanceláře Saturn a ČSAD AUTOBUSY.

Mým snem je mít mateřskou školku



Se zpěvákem, skladatelem i textařem, ale hlavně manželem, Václavem „Noidem“ Bárto.

Ted' firma zavádí novou obchodní značku Busem. Co jí říkáte?

Busem je bomba! Zní to výborně. Takže jsem pro.

Jezdíte ještě „busem“?

Přiznám se, že busem teď už moc nejedním. Ale jezdila jsem hodně. Ze školy, do školy. Je pravda, že kolikrát je i lepší tím busem jet. Člověk si tam odpočine, odreaguje se.

Co říkáte situaci na českých silnicích? Netrnete, když vozíte svou dceru?

Trnu a bojím se. Nikdy nevíte, co ten „za vámi“ udělá. Ale člověk na to nesmí myslet. To by nemoohl nic.

Ta se narodila loni na podzim. Máte čas na práci, nebo užíváte rodičovské dovolené?

Je-li potřeba, vždycky si čas najdu. I když potvrzuji, že to je složité a náročné, ale dá se to zvládnout. Pořád je to jen jeden precek. Až bude druhý, bude to asi horší. (směje se) Ale pravdou je, že když mám práci, většinou si s sebou musím někoho vzít na hlídání.

Jak se těšíte na léto?

Určitě někam vyrazíme s cestovkou Saturn a jejím katalogem Saturn Gold. Mají to v něm vychytané, tedy i co nabídnout, a je to vždycky bomba. Opravdu. Stačí vyzkoušet. Doporučuji.

Jaká dovolená je pro vás pak ta nej?

Když jsem tam „někde“ se svojí rodinou.

Cykloturisty bude vozit nový autobus

Magelys Pro

Pasažéry hýčká a vzbuzuje chuť cestovat



Především pro zajištění vícedenních cykloturistických zájezdů cestovní kanceláře Saturn bude od července sloužit nový turistický dvanáctimetrový autobus Magelys Pro určený k přepravě 49 pasažérů, za který přijde převš pro 42 jízdních kol. Cestovní kancelář tím nejen zvýší pohodlí svých klientů, pro které v něm bude víc místa, ale vyhoví také legislativě, podle níž autobus s převšem může měřit maximálně 18,75 metrů.

Špičkový autokar, jehož charakteristickým rysem je nadčasový design a výrazné linie s originálními prvky, vzbuzuje na silnicích zaslouženou pozornost. Je vybaven pohodlným interiérem s precizním zpracováním, klimatizací a toaletou. To pasažérům poskytuje vysoký standard cestování zvláště při hromadné mezinárodní dopravě.

Autokar s vysokou přidanou hodnotou doslova vzbuzuje chuť ces-

tovat, neboť pasažéry hýčká maximálním luxusem. Například unikátní konstrukce střechy s širokými prosklenými oblouky poskytuje cestujícím dokonalý panoramatický výhled do okolí a nezapomenutelný zážitek z každého výletu.

K dispozici jsou také nové technologie: síť Wi-Fi, elektrické zásuvky a palubní systém pro zábavu cestujících. Interiérový design je plný inovací včetně nového osvětlení se stoprocentním začleněním LED světel. Radost z něho mají ale i provozovatelé, neboť unikátní pohonná jednotka zajišťuje nižší spotřebu paliva a moderní technologické zařízení zase pomáhá aktivní i pasivní bezpečnosti. Prostě spousta důvodů, proč s cestovní kanceláří Saturn vyrazit na zahraniční cykloturistický zájezd.

V Českém Krumlově na nové adrese U Luny



Vchod do pobočky už zdobí nové logo.

Od června najdete česko-krumlovskou pobočku cestovní kanceláře Saturn v budově v ulici U Luny 137. Tedy na Špičáku, nedaleko zastávek linkových a městských autobusů. Tam se obchodní kancelář přestěhovala z budovy na autobusovém nádraží, kde byla „schovaná“ v prvním patře. Na novém místě se víc přiblíží veřejnosti a bude blíž zákazníkům. Jako první je tedy už označena novým logem. „Sice ho začneme používat až za pár měsíců, ale dávat sem to dožívající, by znamenalo ho za pár měsíců přelepovat. A tomu jsme se chtěli vyhnout,“ říká ředitelka cestovky Helena Bečková.

Na letní dovolenou se Saturnem

Přes pět set zájezdů k moři, na kola, do wellness, prostě za odpočinkem

Na 520 zájezdů v tradičním letním katalogu cestovní kanceláře Saturn a další desítky tipů v novém katalogu GOLD Saturn dávají prostor, jak prožít příjemnou letní dovolenou. Ať už na pláži u moře, v termálních lázních, při poznávání měst, přírodních a historických zajímavostí, v sedle jízdního kola nebo v nadstandardních čtyř a pětihvězdičkových hotelích 17 evropských destinací v případě, že „běžná“ nabídka nestačí.

„Vloni jsme se postarali o volný čas zhruba 12 tisíc klientů a věříme, že podobný počet si k nám cestu najde i letos,“ říká Helena Bečková, ředitelka cestovní kanceláře Saturn, patřící dopravní společnosti ČSAD AUTOBUSY České Budějovice.

Velmi populární jsou pobytové zájezdy k moři do Chorvatska, poznávací zájezdy po Evropě, prodloužené víkendy v maďarských termálních lázních a cykloturistika ve Slovinsku, kombinující jízdu na kole s návštěvou lázní a hor. Právě tyto novinky byly jako prv-



ní vyprodané. Mezi hlavní lákadla dovolené opravdu bez starostí patří vedle zajímavých lokalit a cenové dostupnosti především kvalitní služeb, do nichž patří třeba

bezpečná doprava moderními autobusy a zkušení delegáti v místech pobytu.

Přesvědčte se o tom osobně na čtyřech prodejních místech

v Českých Budějovicích (Karla IV. 416/14), Českém Krumlově (U Luny 137), Písku (Heydukova 97) a Prachaticích (autobusové nádraží, Nebahovská 956).

Také Saturn mění logo. Současné dožívá, brzy nastoupí nové

Na přelomu srpna a září začne cestovní kancelář Saturn užívat nové logo, které autorský tandem Lenka Kotlárová a Aleš Dokulil z Grafického studia GRA-M vymýšlel současně se značkou Busem. „Chtěli jsme, aby na první pohled vzbuzovalo pozitivní emoce a vyzařovalo energii stejně jako slunce, na které jsme z dovolených u moře zvyklí. I proto jsme použili tyto výrazné odstíny,“ popisují svou práci. Nové jsou i rozměry. Jedna podobnost tu ale zůstala - soustředné kruhy a kruž-

nice. Kdo tedy vidí v novém logu CK Saturn symbol moře, léta a slunce, odrážejícího se na rozvlněné hladině anebo planetu Saturn, pro kterou je typický právě onen prsteneček, přesně vystihne zámysl obou autorů.



Saturn
cestovní kancelář

Vizuální podobnost obou log Busem a Saturnu pak připomíná i stejně zvolený font písmen a částečně i barevnost, především modré. „I zde se skrze logo snažíme veřejnosti sdělit, že Saturn jde s dobou a rozhodně není kost-

livcem na trhu,“ říká Aleš Dokulil. A vyslovuje přání, aby se nová grafika veřejnosti líbila a spokojené klienty provázela na mnoha šťastných cestách.



infolinka: 800 50 50 40
VOLEJTE ZDARMA

Prodejní místa CK Saturn:

PÍSEK,
tel.: 386 100 168

ČESKÉ BUDĚJOVICE,
tel.: 386 100 135, 386 100 134

PRACHATICE,
tel.: 386 100 187

ČESKÝ KRUMLOV,
tel.: 386 100 147

POBYTOVÉ ZÁJEZDY termín: 12.6.–21.6. Chorvatsko

MAKARSKA, hotel Rivijera **
8 990 Kč

PODGORA, hotel Podgorka ***
8 990 Kč

PODGORA, hotel Aurora ***
9 500 Kč

PODGORA, pavilony Lovor
depandance hotelu Podgorka ***
7 490 Kč

AKČNÍ CENY s dopravou a polopenzí

nabízíme velký výběr hotelů ve Španělsku, Itálii a Chorvatsku

Poznávací jednodenní

JEZERO CHIEMSEE A ZÁMEK HERRENCHEMSEE	20.6.	1 070 Kč
JEZERA SOLNÉ KOMORY	27.6.	740 Kč
VYHLÍDKA „PĚT PRSTŮ“ A VELKÁ LEDOVÁ JESKYNĚ	15.8.	1 820 Kč

Výlety pro rodiče s dětmi

LEGOLAND	27.6.–28.6.	1 510 Kč
----------	-------------	----------

Cykloturistika - vícedenní zájezdy

SLOVINSKO – JULSKÉ ALPY A MOŘE	22.6.–28.6.	9 990 Kč
JIŽNÍ TYROLSKO	3.7.–6.7.	6 490 Kč
NA KOLE KRAJINOU LUDVÍKA II.	16.7.–19.7.	6 790 Kč
LIDO DI JESOLO A BENÁTSKÁ NÍŽINA	22.8.–6.9.	10 390 Kč

Cykloturistika - jednodenní výlety

KOLEM UNTERSBERGU	6.6.	820 Kč
OKOLO BAVORSKÉHO MOŘE - CHIEMSEE	4.7.	830 Kč
DUNAJSKÁ STEZKA - ÚDOLÍM WACHAU	11.7.	690 Kč

Poznávací vícedenní

ALPSKÁ POHODA V BERCHTESGADENU	13.6.–14.6.	2 650 Kč
--------------------------------	-------------	----------