### Tisková zpráva

## Jedna z nejstarších značek v Česku mění vizuální identitu. OSTROJ představil nové logo, barvy i písmo

Opava, 28. listopadu 2024 – **Opavská strojírenská firma OSTROJ mění po více než 20 letech svou vizuální identitu. Značka s historií sahající až do roku 1948 tím reaguje na vývoj ve výrobním sektoru i na transformaci svého portfolia.**

OSTROJ vznikl na konci 40. let jako centrum pro vývoj a výrobu technologií pro podpovrchovou těžbu uhlí. V průběhu své existence se ale podílel i na stavbě Strahovského tunelu, dodával díly pro ESA, CERN či vodní dílo Gabčíkovo. Nyní se zaměřuje na nové produktové řady, jako je mobilní ocelové bednění pro betonáž tunelů nebo dodávky linek pro průmyslovou automatizaci.

*„Logo společnosti je registrováno jako ochranná známka od roku 1949. Jde tedy o jednu z nejstarších registrovaných značek v Česku, které se stále používají,“* říká **Petr Fojtík, marketingový specialista OSTROJe.** *„Šipky v logu odkazují k těžbě, ale symbolizují také inovace a posun kupředu, což jsou hodnoty, na kterých stojí OSTROJ dodnes. Designéři tak měli za úkol vytvořit identitu, která bude moderní, ale zároveň nebude zavírat dveře za historií.“*

Nový design loga zachovává hlavní charakteristické prvky, ale je přizpůsobený použití v digitálním světě. Nově doplněný samostatný nápis OSTROJ dává značce dynamiku. *„Součástí identity je také vlastní firemní písmo a rozšířená barevná paleta, která využívá zejména světlejší odstíny zelené. To symbolizuje technologický vývoj, udržitelnost a náš pomyslný výstup z dolů na povrch, k výstavbě tunelů, výrobě výkovků pro automotive a realizaci automatizovaných dopravníkových linek,“* doplňuje **Petr Fojtík.**

Na podobě nové identity spolupracoval OSTROJ se zlínskou marketingovou agenturou KHS. *„Při práci na nové identitě jsme se rozhodli zachovat tradiční logo a navázat na jeho původní design. Symbol jsme lehce opticky doladili tak, aby lépe vyhovoval moderním nárokům, a doplnili jsme ho vizuálním stylem, který písmem i tvary přirozeně vychází z loga samotného. Nový vizuální styl podtrhuje růst značky a pomáhá jí lépe vyniknout na trhu, zatímco stále ctí její tradice a kořeny,“* popisuje **Adam Komůrka, kreativní ředitel KHS.**

OSTROJ již nový vizuální styl prezentoval na několika veřejných akcích, včetně nedávného Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně. Dalším krokem je připravovaný web, v průběhu roku 2025 pak společnost začlení novou identitu do svých interních procesů a každodenní komunikace.

#### O společnosti OSTROJ:

OSTROJ a.s. patří k významným strojírenským firmám v České republice. Na trhu působí od roku 1948, ale její historie sahá až do druhé poloviny 19. století. Je ryze českou akciovou společností, její sídlo a výrobní závod se nachází v Opavě. Společnost zaměstnává téměř 800 pracovníků a dosahuje tržeb na úrovni 1,25 miliardy Kč (rok 2023). Do výrobkového portfolia pěti divizí patří široká škála služeb a zařízení, od opracovaných lakovaných svařenců, přes hydraulické válce, hřídele, tiskařské válce, přesné obráběné dílce až po ocelové zápustkové výkovky, galvanické zinkování, dopravníkové systémy i stroje pro podzemní stavitelství a hlubinnou těžbu uhlí.

#### Příloha: Ukázky nového vizuálního stylu, včetně srovnání s historií

#### Kontakt pro média:

Mgr. Petr Fojtík  
marketingový specialista OSTROJ a.s.

[petr.fojtik@ostroj.cz](mailto:petr.fojtik@ostroj.cz)

+420 735 129 288