**Česká značka lume přichází s novou identitou a konceptem brýlí Light, Medium & Bold!**

**Značka lume představila na Designbloku ‘18 svoji novou identitu, filozofii a typologii sortimentu brýlí Light, Medium & Bold. Všechny tvary obrub se rozšiřují o další variace řezu podobně, jako je tomu u písma v typografii. Úplně poprvé se objevily rimless *light* obroučky následované dnes už certifikovanými ocelovými *medium* až po silné acetátové obruby *bold*. To umožní výběr libovolného tvaru nezávisle na tom, jak silné dioptrické čočky je potřeba do brýlí zasadit.**

*„Každá generace má jiné estetické preference, stejně tak různé druhy zrakových vad vyžadují svá specifická řešení. Proto jsme přišli s variacemi jednotlivých modelů, aby si klienti mohli lépe vybrat podle toho, co se jim líbí a současně to splňovalo konkrétní požadavky na zrakovou korekci,”* říká designér a zakladatel značky Aleš Kachlík. Konkrétní řady obrouček si vždy zachovávají tvarosloví základního modelu, ze kterého vycházejí. *„Všichni se cítíme dobře v něčem jiném, proto chceme nabídnout širokou škálu obrouček v jednotlivých tvarech, aby zákazníky nelimitoval počet dioptrií a mohli si vybrat tvar a styl, který si zamilují. Protože věříme, že když vám brýle skutečně sednou, budete je rádi nosit a nehledat okamžitě nové, tím chceme podpořit i celkovou udržitelnost věcí,”* dodává designér.

A právě s udržitelností v módním a designérském průmyslu souvisí i téma lokální výroby. *„Po třech letech zkušeností s výrobou, vývojem a spoluprací s optiky jsme se rozhodli vybudovat novou výrobnu a přinést ruční výrobu brýlí zpět do České republiky za pomoci nejmodernějších technologií. Snažíme se navázat na tradici, která zde byla,”* říká spoluzakladatel Jakub Liška.

Ruku v ruce s novým konceptem brýlí vznikala i celková vizuální identita značky. Tu vytvořil typograf Vojtěch Říha s fontem Slavia ze své písmolijny Superior Type. Ústředním motivem loga je variabilita prvního písmena názvu - L. Figuruje zde současně jako malé i velké písmeno. Spodní linka akcentuje a uzavírá celý název, zároveň graficky dotváří velké L. Logo bylo navrženo tak, aby bylo aplikovatelné na různě silné obroučky a stále si zachovalo svůj výraz. Písmo vytvořil ve spolupráci s Matyášem Machatem a jedná se o redesign objeveného fontu, který byl používán pod různými názvy v 19. a 20. století. Původní font přizpůsobili současné estetice. Příběh samotného fontu i jeho způsobu aplikace na brýlích koresponduje s kolekcí i s filozofií lume. Stejně jako font, tak obruby vycházejí z původních tradičních tvarů a přizpůsobují se dnešní estetice.

Brýle nejsou pouhým šperkem na obličeji, ale především zdravotní a ochrannou pomůckou. A protože zakladatelé značky vědí, že pro plnohodnotný život je důležité správně korigovat zrakové vady a přinášet lidem do této oblasti komfort a sebevědomí, rozhodli se navázat spolupráci s charitativní organizací RestoringVision. Z každé prodané brýle lume jde část výdělku na podporu lidí ze zemí třetího světa, kteří nemají na pořízení vlastních brýlí prostředky.

\*\*\*

Značka lume vznikla v roce 2015 jako projekt zaměřený na ruční výrobu brýlí na míru. První a druhá kolekce vedla k nominaci na Czech Grand Design v kategorii Objev roku a Designér šperku roku.

[lume-eyewear.com](http://lume-eyewear.com)

[Facebook](http://facebook.com/lumeeyewear/)
[Instagram](http://instagram.com/lume_eyewear/)
[#lumeeyewear](https://www.instagram.com/explore/tags/lumeeyewear/)

**PR a social media**
Tereza Voříšková
terezavoris@gmail.com
gsm: +420 604 221 905