

# Metropolia ma swoje logo! Rozstrzygnięto konkurs

Prosta i elegancka litera „M”, przedstawiona z kształtem budzącym wiele skojarzeń, między innymi z sercem, ale także z matematycznym znakiem większości. To właśnie logo, które już wkrótce stanie się podstawą identyfikacji wizualnej Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii. W piątek (7 września) został rozstrzygnięty konkurs na projekt logotypu dla Metropolii, natomiast w poniedziałek wybór ten został zatwierdzony przez Zarząd GZM oraz zaprezentowany podczas sesji Zgromadzenia Metropolii. Zwyciężyła propozycja Atelier Szewski Paweł Miszewski.

Pięć zespołów, zakwalifikowanych do drugiego etapu konkursu na opracowanie projektu logotypu dla Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii, miało miesiąc na przygotowanie swoich prac. W piątek (7 września) komisja wyłoniła zwycięzcę tego konkursu, natomiast w poniedziałek wybór ten został zatwierdzony przez Zarząd GZM oraz zaprezentowany podczas sesji Zgromadzenia. Logiem Metropolii stanie się propozycja Atelier Szewski Paweł Miszewski.

– W zwycięskim logo najbardziej doceniam zaproponowane przez autora sposoby w jakie można je rozwinąć i przetworzyć. Ta otwartość tego logotypu wydaje mi się bardzo ważna – ocenia Maciej Siuda ze School of Form w Poznaniu, który przyjął zaproszenie do pracy w komisji konkursowej. Podkreślał, że atutem wskazanego znaku jest to, że może on „żyć”, przybierając różne formy, w zależności od sytuacji i kontekstu, w którym ma zostać wykorzystany.

– Wydaje mi się, że taki styl projektowania jest projektowaniem przyszłości. Tworzony jest pewien concept, proces, który jest pewnym, skończonym, autorskim – w tym przypadku – znakiem graficznym. Ale z drugiej strony wciąż

daje wiele możliwości interpretacyjnych, a także daje autorowi możliwość przeprojektowywania go w różne inne formy. Jest w tym coś bardzo przyszłościowego, jest w tym coś z myślenia procesami, partycypacyjnego, myślenia otwartego, a nie zamkniętego, dającego wyłącznie jedną odpowiedź – dodaje.

Z kolei Kazimierz Karolczak, przewodniczący zarządu Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii podkreślał, że do konkursu zostało zgłoszonych wiele ciekawych propozycji, a wybór zwycięskiej był naprawdę bardzo trudny.

– Mam wrażenie, że wybór logo był chyba trudniejszym zadaniem niż wprowadzenie wspólnych biletów – żartował po zakończeniu prac komisji Kazimierz Karolczak, przewodniczący zarządu GZM.

– Nie jesteśmy organizacją, która skupia się na jednym zadaniu. Mamy wiele kontekstów, w których będziemy używać nasze logo jak np. transport publiczny, smart city, ochrona środowiska. Myślę, że w każdym z tych obszarów chcielibyśmy mieć dedykowaną identyfikację. Nasze logo musi przeobrażać się i zmieniać, aby opisywać te obszary. Zwycięski projekt daje nam takie możliwości – wyjaśniał.

Przypomnijmy: międzynarodowy konkurs na opracowanie logotypu dla Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii został podzielony na dwa etapy. Do pierwszego z nich wpłynęło ponad 140 zgłoszeń, a komisja konkursowa wybrała pięć najlepszych.

W skład komisji konkursowej, poza przedstawicielami GZM, weszli również Przemek Łukasik, właściciel pracowni medusa group, dr hab. Justyna Kucharczyk z Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach, Matylda Sałajewska – kuratorka Katowice Street Art Air oraz Maciej Siuda ze School of Form w Poznaniu.

Drugi etap konkursu polegał już na zaprojektowaniu propozycji znaku graficznego dla GZM. Zakwalifikowani do niego zostali: Zofia Konarska PARA-BUCH, Walk with David, Wojciech Janicki, zespół wespół oraz Atelier Szeski Paweł Miszewski.

Każdy z finalistów otrzyma po 3 tys. zł nagrody, zaś zwycięzca dodatkowe 17 tys. zł oraz propozycję przygotowania księgi znaku dla Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii.