

# Konkurs na logotyp Metropolii. Znamy pięciu najlepszych autorów

Różnorodność, doświadczenie, świeżość i nowoczesność. To najważniejsza kryteria, według których ocenione zostały prace, biorące udział w konkursie na stworzenie projektu logotypu dla Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii. We wtorek (24 lipca) wybrano pięciu autorów, którzy zakwalifikowali się do drugiego etapu. Rozstrzygnięcie konkursu pod koniec sierpnia.

Ponad 140 portfolio z kraju oraz z zagranicy zostało nadesłanych do konkursu na opracowanie projektu logotypu dla Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii. We wtorek (24 lipca) komisja konkursowa wybrała pięć najlepszych zgłoszeń, których autorzy zostali zakwalifikowali do drugiego etapu konkursu.

Finalistami zostali: Zofia Konarska PARA-BUCH, Walk with David, Wojciech Janicki, zespół wespół oraz Atelier Szewski Paweł Miszewski.

Każdy z nich otrzyma po 3 tys. zł nagrody, zaś zwycięzca dodatkowe 17 tys. zł oraz propozycję opracowania księgi znaku dla Metropolii.

– Chciałbym bardzo podziękować wszystkim osobom, które przysłały swoje portfolio i wzięły udział w naszym konkursie oraz pogratulować tym, którzy zakwalifikowali się do drugiego etapu – mówi Kazimierz Karolczak, przewodniczący zarządu GZM.

– Muszę przyznać, że decyzja o wyborze pięciu najlepszych zgłoszeń nie była łatwa. Jednak na początku posiedzenia komisji konkursowej określiliśmy sobie kilka najważniejszych kryteriów, według których chcieliśmy zrecenzować otrzymane prace. Zależało nam na tym, aby grono finalistów było jak najbardziej różnorodne – zaznacza.

– Naszym celem było wyłonienie zróżnicowanej piątki finalistów o odmiennym podejściu do projektowania, dające szansę zarówno firmom mającym doświadczenie w pracy z dużymi inwestorami, jak i bardziej autorskim pracownikom i projektantom – podsumowuje Maciej Siuda ze School of Form w Poznaniu, jeden z członków komisji konkursowej.

– Interesowało nas zderzenie ze sobą dwóch dynamik projektowych: świetnych rzemieślników z długim doświadczeniem zawodowym, jak i projektantów poszukujących nowych, świeżych form wyrazu – dodaje.

– Zwracałam uwagę na kilka kwestii jak doświadczenie, warsztat projektowy, kreatywność i umiejętność tworzenia syntetycznego, przekonywującego obrazu czy też operowanie symbolem i metaforą. Równie ważne w projektowaniu jest zaangażowanie, a także lekkość i trafność propozycji – mówi z kolei dr hab. Justyna Kucharczyk z Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach, która również recenzowała nadesłane zgłoszenia.

– Postawiliśmy na różnorodność doświadczeń, stylów i podejścia. To powinno zaowocować ciekawymi projektami – ocenia.

Teraz przed finalistami największe wyzwanie, czyli opracowanie już projektów dedykowanych dla GZM. Będą mieć na to miesiąc, zaś rozstrzygnięcia konkursu spodziewamy się pod koniec sierpnia.

W regulaminie konkursu znalazły się wskazówki, którymi projektanci powinni się kierować pracując nad logotypem dla GZM. Jedną z nich jest to, aby przedstawiony projekt zrywał z wciąż funkcjonującymi stereotypami i pokazywał potencjał Metropolii. Logo powinno być również świeże, proste, eleganckie i funkcjonalne – tak, by można było je prezentować zarówno podczas imprez lokalnych, jak i na największych światowych wydarzeniach biznesowych.