

Adres URL strony <http://www.publikuj.org/60052>

## Wyniki konkursu Design by Śliwka Nałęczowska 2020

ID artykułu: 60052 / 6720

URL: <http://www.publikuj.org/60052>

Lokalizacja: mazowieckie, Warszawa

III odsłona konkursu Design by Śliwka Nałęczowska okazała się wielkim sukcesem. Młodzi artyści zgłosili rekordową liczbę 2874 projektów. Jury wybrało 12 najlepszych plakatów, zainspirowanych hasłem Śliwka Nałęczowska jest kobietą!

Marka Śliwka Nałęczowska zrealizowała III edycję konkursu Design by Śliwka Nałęczowska, skierowanego do młodych twórców. Akcja rokrocznie cieszy się coraz większą popularnością i uznaniem w środowisku artystów, zarówno profesjonalistów, jak i amatorów. W bieżącej odsłonie projektu pasjonaci grafiki i designu zgłosili rekordowe 2874 prac.

Zadaniem uczestników było zaprojektowanie plakatu, zainspirowanego hasłem Śliwka Nałęczowska jest kobietą!. Spośród wszystkich zgłoszeń 2466 projekty spełniały kryteria formalne i zostały poddane ocenie jury. Wyboru laureatów dokonali m.in. ceniony artysta grafik Andrzej Pągowski oraz uznana projektantka graficzna i ilustratorka Beata Śliwińska Barrakuz.

Zwycięzczynią III edycji Design by Śliwka Nałęczowska została Justyna Cychowska, która wygrała 10 tys. złotych i zestaw pralin. Laureaci drugiego i trzeciego miejsca otrzymali nagrody finansowe (odpowiednio 7 tys. i 5 tys. złotych) oraz słodczyce, a autorom prac, które uplasowały się na pozycjach od czwartej do dwunastej przyznano zapasy Śliwki Nałęczowskiej. Najlepsze projekty marka planuje wykorzystać w działaniach promocyjnych.

Członkowie jury zwrócili uwagę na dużą liczbę nadesłanych plakatów i ich różnorodność. Beata Śliwińska Barrakuz zauważyła, że uczestnicy często wpadali na ten sam pomysł lub konwencję w zilustrowaniu tematu. Niemniej interpretacji było bardzo wiele! A wśród nich znaleźliśmy kilkanaście perełek. Wskazuje też pracę, która spodobała jej się najbardziej: zdecydowanie ulubiony jest projekt zwycięski - figura wycinankowa kobiety wpisana w kształt owocu śliwki - fajny, inteligentny projekt, odpowiadający w stu procentach na temat, nieprzesadzony w formie, świetnie funkcjonujący jako plakat w przestrzeni miejskiej, a przy okazji bardzo prosty - taki, który chcielibyśmy powiesić w domu. Andrzej Pągowski przyznaje, że spłynęło wiele zgłoszeń i dodaje, że liczba interpretacji tematu była zaskakująca, a wyobrażenia uczestników była bardzo duża. Podkreśla, iż takie konkursy jak Design by Śliwka Nałęczowska są młodym twórcom bardzo potrzebne. Mają dla nich wielką wartość, gdyż stanowią fajną trampolinę do startu, do wyjścia, do pokazania się w środowisku.

Wsparcie młodych projektantów przyświecało organizacji konkursu. Ideą projektu jest promowanie młodych artystów oraz umożliwienie im rozwoju, poprzez zdobywanie doświadczenia i wzbogacenie portfolio i jednocześnie nadanie aspirującego oblicza tradycyjnej marce pralin. Design by Śliwka Nałęczowska udowadnia, że Śliwka Nałęczowska potrafi doskonale odnaleźć się w świecie grafiki i designu oraz twórczo go inspirować wyjaśnia Bożena Piotrowska, odpowiedzialna za markę.

III edycja Design by Śliwka Naęczowska zyskała szerokie wsparcie medialne i PR. Zrealizowano zasięgową kampanię internetową, promocję w kanałach patronów medialnych i w kanałach własnych marki Śliwka Naęczowska. Akcja została przeprowadzona pod patronatem merytorycznym warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych oraz Stowarzyszenia Twórców Grafiki Użytkowej. Patronat medialny nad konkursem objęły: GRAFMAG, OOH Magazine i polki.pl. Kreacje na potrzeby promocji przygotowała agencja Expansja Advertising, Działania PR prowadziła agencja Kolterman Media Communications.

Aktywacja: 27/05/20 12:46, odsłony: 218