



Konkurs dla studentów, absolwentów i wykładowców ASP na modyfikację logo Era

Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - właściciel marki Era zaprasza wszystkich studentów, absolwentów i wykładowców ASP do konkursu, który ma na celu wyłonienie najlepszego projektu na modyfikację logo Era.

Od wprowadzenia marki Era w 1996 roku nasz logotyp ulegał drobnym, kosmetycznym zmianom. W tym czasie pojawiły się nowe marki bezpośredniej konkurencji, a istniejące uległy zamianie na inne lub zostały odświeżone.

Ponadto kategoria, w której funkcjonuje Era systematycznie ewoluje rozszerzając się o kolejne obszary jak internet, telefonia stacjonarna, multimedia i różnego rodzaju aplikacje i rozwiązania dla firm. W tych zmieniających się warunkach rynkowych zależy nam na tym, aby Era była marką świeżą i „na czasie”.

Zmodyfikowane logo Ery powinno być postrzegane jako wizytówka marki żywej, dynamicznej, świeżej, przystępnej i sympatycznej przy jednoczesnym zachowaniu dotychczasowej wiarygodności i zaufania, jakim darzą ją obecni oraz potencjalni klienci.

Zmodyfikowane logo powinno odzwierciedlać Ery jako markę, która jest postrzegana jako:

- świeża (metoda, proponuje nowatorskie rozwiązania)
- otwarta (gotowa na zmiany)
- optymistyczna (myśli o fajnych możliwościach)
- przyjazna (ciepła, bezpośrednia, bliska)
- intuicyjna (łatwa w obsłudze)

a także

- wiarygodna / stabilna
- oferuje wysoką jakość

Modyfikując logo należy pamiętać o elementach obowiązkowych:

- kolorystyka z zachowaniem koloru niebieskiego (może być bez granatu) – chcemy osiągnąć efekt wrażenia lekkości i przyjazności (możliwe jest wprowadzenie innego koloru i/lub odcieni obecnego)
- otwarta forma
- oprócz nazwy logo powinno wykorzystywać element graficzny (symbol, kształt), który mógłby funkcjonować samodzielnie, od nazwy i który powinien nieść łatwe do odkodowania znaczenia
- logo musi dać się animować i być przekładalne na system wizualizacji; także dać się łatwo użyć w internecie, ambientie a zastosowane na potrzeby oznakowania sklepów, powinno gwarantować wyraźną ich wyróżnialność i zauważalność – zarówno sklepów ulicznych jak i sklepów w galeriach handlowych
- pożądanym jest efekt 3D, przestrzenność, możliwość animacji
- bez hasła „Możesz więcej”



Czego należy się wystrzeżać?

- zerwania z ciągłością marki ('nie-era', 'marka-podróba')
- kompletnego, drastycznego porzucenia kodu kolorystycznego marki lub przesadnego zróżnicowania
- zbytniego podobieństwa do bezpośredniej konkurencji (w symbolice lub kodzie kolorystycznym)
- chłodu, nieprzyjazności, ascezy, 'zimnej technologiczności' i powagi
- niszowości, młodości, niepoważności, modności
- pastiszowości, odpustowości
- braku charakterystyczności, specyficzności dla marki (zbyt generycznych, technologicznych ikon i rozwiązań)

Wymagania, jakie powinien spełniać projekt zmodyfikowanego logo:

- na konkurs jeden uczestnik może nadesłać maksymalnie do 3 projektów
- projekt logo należy przedstawić w wersji kolorystycznej i czarno-białej, w formie wydruków przyklejonych na sztywnym podłożu (format A4)
- projekt powinien zawierać interpretację – opis słowny
- do wydruków należy dołączyć projekt zapisany na płycie CD jako plik otwarty nadający się do edycji w programach CorelDRAW, Adobe Photoshop lub Adobe Illustrator a także zapisany w formacie TIF
- projekty należy dostarczyć do 30 kwietnia 2010