**Znamy laureatów konkursu Design by Śliwka Nałęczowska 2021!**

**Konkurs Design by Śliwka Nałęczowska twórczo pobudza środowisko artystyczne. Do IV edycji akcji, promującej i odkrywającego talenty z dziedziny szeroko pojętej grafiki i designu, zgłoszono niemal 2400 prac. Jury wyłoniło 12 najlepszych prac inspirowanych hasłem „Śliwka Nałęczowska – sztuka łączenia”.**

Rozstrzygnięto IV odsłonę konkursu Design by Śliwka Nałęczowska, wspierającego młodych, choć niekoniecznie metryką, twórców. Akcja adresowana do pasjonatów grafiki, designu oraz projektowania, cieszy się dużym uznaniem w środowisku artystów, zarówno wśród profesjonalistów, jak i amatorów. W tym roku zgłoszono niemal 2400 interpretacji wskazanego tematu!

Uczestnicy konkursu przygotowywali nadruki na T-shirty, inspirowane hasłem „**Śliwka Nałęczowska – sztuka łączenia**”. Ich autorzy wykazali się dużą dozą kreatywności, pomysłowością i świetnym warsztatem. Korzystali z różnych stylów, technik oraz narzędzi. Zaowocowało to wieloma nieszablonowymi, atrakcyjnymi wizualnie projektami, oddającymi charakter Śliwki Nałęczowskiej i łączącymi w sobie aspekt komercyjny.

Spośród 2315 prac, spełniających regulaminowe wymagania, wyłoniono 12 laureatów. Wyboru dokonało jury złożone ze specjalistów grafiki i designu, w tym m.in. **Mateusz Suda**, ilustrator mody i projektant graficzny, **prof. Ksawery Piwocki**,były rektor warszawskiej ASP oraz eksperci projektowania i designu z ramienia partnerów i patronów akcji.

Design by Śliwka Nałęczowska 2021 wygrała **Anita Tomala-Cygan**, która otrzymała 10 tys. zł i zapas Śliwki Nałęczowskiej. Dla kolejnych laureatów przewidziano nagrody finansowe i produktowe: (odpowiednio 7 tys., 5 tys. i 5 x 500 zł i zestawy pralin, a dla dalszych miejsc – zestawy Śliwki Nałęczowskiej). Wybrane projekty stworzą limitowaną kolekcję T-shirtów, która będzie dostępna w salonach sieci Medicine.

*Tegoroczna odsłona Design by Śliwka Nałęczowska była nastawiona na autentyczną sztukę łączenia. Połączyliśmy siły z siecią Medicine, by mocniej zaakcentować artystyczny, edukacyjny i komercyjny wymiar konkursu. Genialne zestawienie owocu polskiej śliwki i wytrawnej czekolady pobudziło kreatywność uczestników akcji i wyzwoliło w nich twórczą postawę. Wspierając sztukę i artystów, Śliwka Nałęczowska konsekwentnie buduje swój wizerunek mecenasa twórców i sama zyskuje coraz bardziej aspirujące oblicze* *–* podkreśla Bożena Piotrowska, odpowiedzialna za markę.

IV edycja Design by Śliwka Nałęczowska została zrealizowana we współpracy z partnerami: marką odzieżową Medicine, Akademią Sztuk Pięknych w Warszawie i Stowarzyszeniem Twórców Grafiki Użytkowej. Patronami medialnymi konkursem zostali: NOIZZ, Grafmag i K MAG.

Konkurs Design by Śliwka Nałęczowska otrzymał szerokie wsparcie medialne i PR. Zrealizowano zasięgową kampanię internetową, w tym w social mediach, promocję w kanałach patronów medialnych oraz w kanałach własnych marki Śliwka Nałęczowska. Kreacje na potrzeby promocji akcji przygotowała agencja Expansja Advertising, Działania PR prowadzi Kolterman Media Communications.