**Plakaty inspirowane Śliwką - znamy laureatów III edycji Design by Śliwka Nałęczowska**

**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”**.

Zwyciężczynią 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 słodycze, 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 zauważa, 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 wyobraźnia 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 jednoczesne 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 Nałęczowska* zyskała szerokie wsparcie medialne i PR. Zrealizowano zasięgową kampanię internetową, promocję w kanałach patronów medialnych i w kanałach własnych marki Śliwka Nałęczowska. 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.