

Ministerstwo Rozwoju Regionalnego wybrało artflash interactive

21.06.2010

Departament Programów Ponadregionalnych w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego zlecił przygotowanie identyfikacji wizualnej „Strategii rozwoju społeczno-gospodarczego Polski Wschodniej do roku 2020” agencji artflash interactive. Agencja przygotowała w ramach realizacji zarówno logotyp, księgę znaku oraz wzory materiałów reklamowych programu.

Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego Polski Wschodniej do roku 2020 jest programem współfinansowanym przez Fundusze Europejskie i ma na celu podniesienie spójności gospodarczej, społecznej oraz terytorialnej dla obszaru pięciu województw: lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego, świętokrzyskiego oraz warmińsko-mazurskiego. Regiony te określane są jako jedna z najbiedniejszych stref Wspólnoty Europejskiej.

Budowa kompleksowej koncepcji graficznej, która w subtelny sposób odzwierciedlałaby znaczenie rewitalizacji wschodnich regionów Polski oraz korzystny wpływ tego procesu na cały kraj była największym wyzwaniem podczas prac agencji.

Pragnęliśmy oddać dynamiczny charakter przemian regionu Polski Wschodniej zarówno w kolorystyce, jak i koncepcji kształtu logotypu – mówi Tomek Chabowski - creative director artflash interactive. Strategia zakłada podniesienie wartości społeczno-gospodarczych wschodnich województw, co w efekcie przynieść ma pozytywny skutek dla całego kraju, co staraliśmy się wyrazić prostym w formie, symbolicznym kształtem znaku – dodaje Chabowski.

Ministerstwo Rozwoju Regionalnego uzasadniając swój wybór podkreśliło, iż znak graficzny przedstawiający kontury Polski, wzmocniony poprzez wyróżnienie pięciu wschodnich województw, najlepiej oddaje charakter całego programu. Prostotę wyrazu uzupełnia przykuwająca wzrok kolorystyka. Każdy region wyróżniony został innym kolorem, co uwydatnia jego indywidualność. Wszystko to w połączeniu tworzy dynamiczny obraz jedności na tle panoramy całego kraju.

artflash interactive został wybrany w ramach przetargu spośród 25 innych agencji.

artflash interactive od 2004 roku specjalizuje się w budowaniu stron oraz serwisów www, kreacji kampanii internetowych, opracowywaniu strategii online oraz planowaniu działań marketingowych i komunikacyjnych w internecie. Do tej pory z powodzeniem zrealizowała projekty interaktywne m.in. dla takich klientów jak: Animex SA, Chiquita, Eli Lilly, Fujifilm, Gedeon Richter, Kompania Piwowarska SA, Mróz, Okechamp, Remes, Yetico czy Wrigley. Agencja zaangażowana jest w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu w kampanię społeczną „Warto być za!” oraz program edukacyjny „Nie pakuj się do trumny - Zrób cytologię!”.