

Harmonia, siła, prostota – nowe logo PMPG #PolskieMedia jest nowoczesne i pełne znaczeń

Nowoczesne, zgodne z najnowszymi trendami w projektowaniu graficznym, a jednocześnie nawiązujące do historii spółki i symbolicznie wpisujące się w jej strategię jest nowe logo PMPG Polskie Media. Spółka zaprezentowała dziś nową identyfikację wizualną. Pod nowym logo funkcjonuje zarówno główna spółka PMPG Polskie Media S.A., jak i Grupa #PolskieMedia.

Nowe logo PMPG Polskie Media jest wpisane w prostokąt, znak graficzny przypomina tarczę z dwoma okręgami – białym i czerwonym, okalającymi czerwony środek. Okrąg nawiązuje do symboliki *enso* (jap. okrąg), który w buddyzmie zen symbolizuje oświecenie, siłę i zachowanie równowagi. Skoncentrowane kręgi w zen symbolizują najwyższy stopień oświecenia, harmonię wszystkich sił duchowych. W symbolice europejskiej koło i okrąg również pojawiają się traktowane jako symbole doskonałości i nieskończoności.

„Nowe logo PMPG doskonale odzwierciedla obecny stan i strategię Grupy PMPG Polskie Media. Mamy uporządkowaną, czytelną strukturę, jasno określone cele i jako firma osiągnęliśmy dojrzałość, która umożliwi dalszy rozwój. Jesteśmy spółką nowoczesną, otwartą na najnowsze trendy, także w wymiarze symboli i grafiki. Sięgamy po inspiracje do kultury, która zbudowała bodaj najbogatszy język znaczeń, a która, zachowując szacunek dla tradycji, stanowi dziś jedno z centrów nowoczesnego świata” – mówi Michał Maciej Lisiecki, prezes i twórca PMPG.

Sama nazwa spółki w nowym logotypie jest wpisana w kwadrat przylegający do znaku graficznego, dzięki czemu jest bardziej czytelna. Odświeżeniu uległ także kolor logo, zastąpiony klasyczną czerwienią, co powoduje, że kolorystyka PMPG Polskie Media nawiązuje do polskich barw narodowych. Dzięki temu logo nabrało też wyrazistości, jest czyste i uporządkowane.

W projekcie widać wyraźną inspirację dotychczasowym logotypem PMPG i wcześniejszym - Platformy Mediowej Point Group, spółki poprzedniczki PMPG Polskie Media. Ostatnio PMPG najczęściej używało piktogramu w postaci kwadratu z zaokrąglonymi rogami ze skrótem nazwy spółki oraz białym i czerwonym paskiem, które symbolizowały polskie pochodzenie i kapitał spółki.

Autorką nowego logotypu PMPG Polskie Media jest Dominika Szczechowicz, dyrektor artystyczna Grupy PMPG, nadzorująca spójność komunikacji wizualnej PMPG, spółek i projektów Grupy. Odświeżenie logo PMPG #PolskieMedia zbiega się w czasie z dwudziestolecie firmy, która swoją działalność zaczynała w 1997 r. jako studencki start-up, wydawca magazynu studenckiego „?dlaczego”. Właściwe 20-lecie spółki przypada w 2018 r.