

Załącznik nr 1 do Regulaminu Konkursu na wykonanie projektu logotypu dla Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii - Informacja o Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii

Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia jest związkiem metropolitalnym, czyli zrzeszeniem 41 miast i gmin centralnej części województwa śląskiego, który funkcjonuje na zasadach określonych w Ustawie z dnia 9 marca 2017 roku o związku metropolitalnym w województwie śląskim.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20170000730/T/D20170730L.pdf>

W ustawie szczegółowo opisano zadania publiczne, które realizuje Metropolia, wśród nich:

- kształtowanie ładu przestrzennego;
- rozwój społeczno – gospodarczy;
- rozwój publicznego transportu zbiorowego oraz metropolitalnych przewozów pasażerskich;
- promocja związku metropolitalnego i jego obszaru.

Obszar Metropolii (lista miast i gmin członkowskich) określa Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 26 czerwca 2017 roku w sprawie utworzenie w województwie śląskim związku metropolitalnego pod nazwą „Górnośląsko – Zagłębiowska Metropolia”.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20170001290/O/D20171290.pdf>

GZM jest **największą metropolią w Europie Środkowej** (liczba mieszkańców - 2,3 mln) o **olbrzymim potencjale gospodarczym** (Katowicka Specjalna Strefa Ekonomiczna, Port Lotniczy Katowice – Pyrzowice, Euroterminal Sławków – końcówka szerokiego toru, Kanał Gliwicki oraz blisko ćwierć miliona podmiotów gospodarczych), **intelektualnym** (28 szkół wyższych oraz ok. 90 tys. studentów) oraz **komunikacyjnym** (skrzyżowanie dwóch autostrad A1 i A4 - oraz dróg ekspresowych). Na terenie Metropolii działa szereg instytutów naukowych z różnych dziedzin oraz kilkadziesiąt instytucji kultury – m.in. teatry, filharmonie, muzea, NOSPR, Opera Śląska itp. Na terenie Metropolii odbywa się kilkanaście festiwali i konkursów o znaczeniu międzynarodowym oraz ogólnopolskim.

93,8% mieszkańców Metropolii mieszka w miastach a gęstość zaludnienia jest jedną z największych na terenie Europy – 889 osób na 1 km².

Metropolia jest tworem różnorodnym pod względem geograficznym, historycznym, etnicznym oraz kulturowym. **Łączy Górny Śląsk z Zagłębiem Dąbrowskim** oraz uwzględnia aspiracje mieszkańców obu tych części GZM. W skład GZM wchodzi zarówno skupiska dużych miast, jak i gminy o charakterze wiejskim.

Logotyp powinien nawiązywać do specyfiki Metropolii, ale nie powinien zawierać wizerunku konkretnych osób oraz produktów. Powinien spełniać równocześnie rolę promocyjną i informacyjną.

Logotyp nie może zawierać w sobie elementów obowiązującej oficjalnej wersji żadnego z herbu miast, powiatów, województw ani ich logotypów.

Logotyp powinien być: prosty, elegancki, funkcjonalny, oryginalny, nie nawiązujący w żaden sposób do istniejących i funkcjonujących w obiegu publicznym logotypów, wykonane zgodnie z najwyższymi standardami projektowania graficznego.

Grupę odbiorców będą stanowili: mieszkańcy Metropolii, przedsiębiorcy spoza Metropolii, zarówno z Polski, jak i z zagranicy, turyści spoza Metropolii, zarówno z Polski, jak z zagranicy, potencjalni studenci spoza Metropolii, potencjalni mieszkańcy spoza Metropolii, media, liderzy opinii itp.

Logotyp powinien kojarzyć się z następującymi wartościami: **współpraca, otwartość, nowoczesność, różnorodność, tolerancja, potencjał intelektualny i gospodarczy, dbałość o środowisko naturalne, smart city**. Powinien odzwierciedlać zasadę: Metropolia jako **dobre miejsce do życia, studiowania, inwestowania, uczestniczenia w wydarzeniach kulturalnych, sportowych itp.**

Projekt logotypu powinien uwzględniać fakt, że Metropolia próbuje odmienić wizerunek Górnego Śląska i Zagłębia Dąbrowskiego jako miejsca, które powstało i rozwijało się dzięki tradycyjnym gałęziom przemysłu: górnictwo, hutnictwo, koksownictwo itp. W powszechnym odbiorze, co pokazują wyniki badań sondażowych, obszar Metropolii, poprzez tradycyjne gałęzie przemysłu ciężkiego i wydobywczego, kojarzy się stereotypowo z: zanieczyszczeniem środowiska, smogiem, złą jakością życia, wysokim odsetkiem osób z wykształceniem zawodowym i podstawowym, niskim odsetkiem osób z wykształceniem wyższym, szkodami górnictwami itp. **Chcemy m. in. poprzez dobór logotypu i całej księgi znaku radykalnie odmienić stereotypowy obraz Metropolii**, pokazać ją jako: miejsce zielone, z bardzo dużą powierzchnią terenów leśnych i parkowych, miejsce, które tętni życiem ludzi młodych, wykształconych, rozbrzmiewa wieloma dźwiękami, stawia na rozwój nowoczesnych technologii, nowych branż opartych o wiedzę i innowacje, nie o siłę fizyczną, prężny ośrodek akademicki, oferujący mieszkańcom, turystom, inwestorom bogatą ofertę kulturalną na najwyższym światowym poziomie, turystyczną – mnogość unikatowych, atrakcyjnych i dostępnych obiektów, które układają się w tematyczne szlaki, miejsce, w których znajdują zastosowanie najnowocześniejsze rozwiązania wpisujące się w pojęcie smart city – elektromobilność, MaaS (Mobility as a Service), paliwa wodorowe, otwarte bazy danych, inteligentne systemy transportowe, dynamiczny rozwój transportu publicznego – hyperloop, premetro, centra przesiadkowe, system roweru metropolitalnego IV generacji, rozbudowę metropolitalnej sieci tras rowerowych, miejsce, w którym dba się o ochronę środowiska – poprawia parametry jakości powietrza, wody, rozwój terenów zielonych w centrach miast, terenów rekreacyjnych, miejscem, w którym można spełniać się edukacyjnie, zawodowo, realizować swoje pasje, plany i marzenia.