

La resolución final se producirá a partir del 5 de febrero

Profesionales de prestigio del marketing y la comunicación elegirán al ganador del concurso de ideas para el logo del centenario de Metro

- Los candidatos tienen hasta el 28 de enero para presentar sus propuestas
- El jurado elegirá cinco finalistas y, a continuación, un ganador, que recibirá un premio de 5.000 euros
- Esta iniciativa se suma a otras acciones que está poniendo en marcha Metro con motivo de su centenario

22 de enero de 2018.- Profesionales de prestigio del mundo de la comunicación y el marketing serán los encargados de elegir al ganador del concurso de ideas que Metro de Madrid ha convocado para diseñar el logo que conmemorará su centenario.

Hoy se ha dado a conocer el nombre de los integrantes del jurado de este concurso, compuesto por Víctor Conde, director general de la Asociación de Marketing de España; Pablo Fraile, responsable de publicidad de la Comunidad de Madrid; Pablo López, director general adjunto del Foro de Marcas Renombradas; Milagros Benito, directora de Comunicación Integral de McCann world group; Sonia Aparicio, directora de Marca y Medios de Metro de Madrid; Marta Rico, directora general creativa de Sra. Rushmore; y Jesús Morilla, director creativo de Young & Rubicam.

El plazo para presentar las propuestas finaliza el próximo día 28. El jurado elegirá inicialmente cinco finalistas, cada uno de los cuales será premiado con un abono transportes anual. En el caso de que resulte premiada una persona jurídica, será la empresa ganadora la que decida a quién le adjudica el abono. De entre los cinco finalistas se elegirá al ganador global, que recibirá además un premio de 5.000 euros.

Entre los criterios que se valorarán a la hora de elegir el logo ganador destacan que recoja la esencia de la imagen de marca de Metro, originalidad, creatividad, memorabilidad en el diseño y su aplicabilidad a los distintos canales de comunicación que habitualmente utiliza la compañía en sus campañas. También se considerará el grado de pregnancia y la facilidad de identificación e interpretación del mismo. Para más detalle sobre los requisitos y la regulación del procedimiento de participación se pueden consultar las bases del concurso

en la web www.metromadrid.es y las redes sociales de la compañía. El jurado gozará de discrecionalidad técnica para la valoración de las diferentes propuestas presentadas. Asimismo, se reservará el derecho a dejar desierto el concurso si ninguna de las propuestas cumple con los criterios establecidos.

El fallo del jurado declarando el ganador del concurso, o en su caso declarándolo desierto, deberá producirse a partir del 5 de febrero de 2018. El nombre del ganador se publicará en la página web y en los perfiles de las redes sociales de Metro de Madrid y se notificará por correo electrónico. Además, se realizará una nota de prensa informando de la resolución e incluyendo el diseño del logotipo del centenario y el nombre del autor. La compañía podrá adaptar la idea ganadora según sus necesidades de comunicación.

CENTENARIO DE METRO DE MADRID

El pasado mes de noviembre la Comunidad de Madrid invitaba a todos los usuarios a participar en la celebración del centenario de Metro de Madrid a través de un concurso de ideas para la creación de un logo específico que la compañía utilizará durante esta celebración.

Esta iniciativa se suma a otras que se están realizando con motivo del centenario de Metro, con la intención de dar voz y participación a todos los protagonistas activos durante su historia, sus más de 6.500 empleados y 2,3 millones de usuarios diarios.

Así, desde el pasado mes de julio, los empleados del suburbano han aportado sus ideas e iniciativas para la celebración del centenario a través de los canales de comunicación interna de la empresa. Con su experiencia y conocimiento, ya han aportado más de cien propuestas.

El pasado 17 de julio, Metro ya conmemoró los 100 años del inicio de las obras del suburbano con una acción teatral que recorrió la línea 1 con personajes de la época, tales como el rey Alfonso XIII y la reina o el arquitecto Antonio Palacios, actores e impulsores fundamentales para la consecución del proyecto de construcción de Metro.

También, con otra acción conmemorativa, el pasado 16 de octubre, se rindió homenaje a la emblemática figura de los taquilleros y taquilleras de Metro, una profesión que ha dejado de existir tal y como era conocida desde sus inicios porque ha evolucionado y se ha transformado en la actual figura del supervisor comercial, que ofrece atención directa y personalizada a los usuarios en las estaciones.