

La nova identitat corporativa del Palau de la Música guanya un Laus d'Or



La nova identitat corporativa del Palau de la Música Catalana, dissenyada per l'estudi Clase bcn -que es va presentar i implantar el passat mes de desembre-, va rebre fa uns dies un premi Laus d'Or en la categoria de logotip. Es tracta d'un dels prestigiosos guardons que lliura anualment l'Associació de Dissenyadors Gràfics i Directors d'Art del FAD (ADG-FAD) i que suposen un reconeixement a l'excel·lència en la creativitat i en la qualitat de la comunicació audiovisual i gràfica.

La nova marca del Palau s'inspira en l'essència de l'Orfeó Català, de la seva simbologia com a cor, alhora que incorpora referències abstractes a l'edifici del Palau de la Música Catalana. La Fundació OC-PMC ha renovat així la identitat corporativa, que uneix per primera vegada en una mateixa marca l'Orfeó Català i el Palau de la Música Catalana, tot potenciant-ne les sinergies. Aquesta relació entre l'Orfeó -com a associació i com a cor, amb els seus valors fundacionals i institucionals- i el Palau de la Música Catalana -icona del Modernisme i Patrimoni Mundial- és el que dóna singularitat a l'entitat, tot convertint-la en un dels símbols més genuïns de la cultura catalana. La nova marca situa el Palau i l'Orfeó en l'escena cultural i institucional, projecta una identitat unitària i sòlida, a més de reforçar-ne la missió: promoure la pràctica i la formació musical, el patrimoni i la cohesió social i cultural del país.

A més del premi rebut pel disseny del logotip del Palau, l'estudi Clase bcn, fundat pel dissenyador Claret Serrahima, ha rebut 11 guardons més, entre els quals destaquen el Gran Laus en la categoria de disseny gràfic -per la identitat gràfica d'Eina, Centre Universitari de Disseny i Art-, dos Laus d'Or més -per la identitat corporativa i pel catàleg d'exposició del projecte esmentat- i dos Laus de Plata, pel conjunt d'elements dissenyats per a Eina.