



▼ Volná tvorba

🕒 Vizuální styl festivalu Beatfest (letos v létě proběhl již 6. ročník)



🕒 Na vašem webu uvádíte, že mluvíte plynne anglicky a maďarsky. Pocházíte z Maďarska?
Pochádzam z malej dedinky na Slovensku blízko maďarských hraníc, kde sa miešajú obe národnosti i jazyky. V našej rodine sa hovorilo oboma jazykmi, tak som s tým nejako vyrástol.

Co vás motivovalo k tomu, stát se grafickým designérem?

Popri štúdiu zameranom na ekonómiu bol photoshop a vlastná tvorba iba mojím hobby. Po ukončení vysokej školy som neváhal a okamžite sa rozhodol skúsiť šťastie v Prahe v akejkoľvek reklamnej agentúre. Svoju prvú prácu som našiel v agentúre Euro RSCG ako account. Popravde som bol ochotný robiť aj upratovačky, len aby som tam mohol pracovať... Bola to ale kreatíva, čo som chcel vždy robiť. Pretože som však ako grafik nemal žiadnu prax, dvere pre mňa boli zatvorené. Už po niekoľkých mesiacoch som vedel, že práca accounta nie je pre mňa. Po večeroch som začal vytvárať svoje vlastné návrhy k projektom, na ktorých som v tom čase pracoval. V agentúre DDB som mal šťastie na úžasného šéfa Toma Hidvégiho,

Dodnes som za pracovnú skúsenosť na pozícii accounta rád.

ktorý, keď videl moje prvé výtvary, sa mi nevysmial. Naopak, dal mi šancu zrealizovať svoje prvé návrhy. Popri práci accounta som zároveň pripravoval prvé grafické návrhy, s ktorými sme dokonca získali nového klienta – Karneval Media. To bol moment, kedy som sa rozhodol s kariérou accounta skončiť. Zanedlho si Tom založil vlastnú agentúru a ponúkol mi moje prvé vysnené miesto grafického dizajnéra. A tak som sa stal grafickým dizajnérom. Dodnes som však za pracovnú skúsenosť na pozícii accounta rád.

Pracujete na fulltime v reklamní agentúre alebo jste částečně freelancer?

Posledné tri roky som verný agentúre Comtech, kde som našiel skvelých kolegov, s ktorými sme spoločne rovnako naladení nielen pracovne, ale aj ľudsky. Za sedem rokov, čo sa venujem grafike, mám tiež niekoľko stálych klientov, pre ktorých pracujem ako freelancer.

Jak vypadá vaše práce v agentúre – jako art director se staráte hlavně o vizuální stránku nebo vymyslíte také koncepty?

V agentúre tvorím dvojku s copywriterom Jarkom, s ktorým spoločne pripravujeme koncepty. Proces premýšľania, snaha nájsť tú pravú cestu pre daný brief je vždy to najťažšie. Grafické stvárnenie konceptu je pre mňa tá časť kreatívneho procesu, ktorá ma určite baví viac.

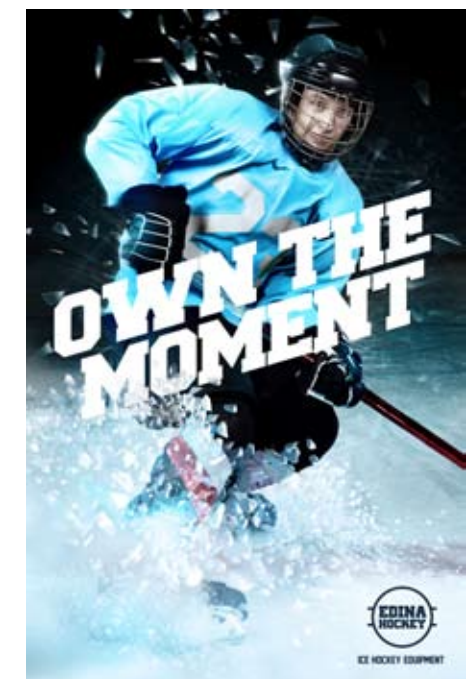
Nehádáte se někdy s copywriterem o finální podobě návrhu? Jistě i on má o konceptu nějakou představu ještě před tím, než na něm začnete pracovat...

Nenazval by som to hádkou, skôr diskusiou. Je fajn, keď sa niekto pozrie na vaše návrhy s novým pohľadom a odstupom. Finálna podoba návrhu je však proces, do ktorého vstupuje tiež account a samozrejme klient.

Na jakých projektech pracujete nejraději? Váš záběr je široký – od grafického designu, jako jsou různé tiskoviny nebo corporate identity, přes matte painting a retuše až po obalový design...
Rôznorodosť projektov mám rád, je to pre mňa inšpirujúce a posúva ma to. Každý projekt si vyžaduje trochu iný prístup, iný štýl rozmýšľania, stále mám možnosť učiť sa niečo nové. Moje najobľúbenejšie projekty sú montáže a retuše.

Kde berete zdroje pro tyto montáže? Z internetu, z imagebanky, od fotografa nebo si třeba sám něco fotíte? Máte nějaké tipy, odkud stahovat referenční fotky zadarmo?

Prevažne používam platené imagebanky ako napr. Fotolia alebo Istockphoto. Existuje však



🕒 Popisky shora:
Poster pro prodejnu s hokejovým vybavením •
Obalový design pro novozélandskou společnost Alleva •
Kampaň Aukro

Edo Čaniga

Talentovaný Edo pôvodne začínal na pozíci account managera v reklamní agentúre, postupem doby se vypracoval na grafického designéra a nyní pracuje v agentúre Comtech jako art director.



rada stránok s kvalitným obsahom zdarma. Skvelá stránka je napr. www.sxc.hu, najväčšia imagebanka, kde môžete sťahovať fotografie úplne zdarma. Pre montáže často používam www.cgtextures.com s veľkým množstvom hires textúr pre rôzne materiály a efekty.

Aktuálne je hodne vidieť kampaň Aukra „poklady z prvné i druhé ruky“. Jak probíhala práce na tomto projektu? Měli jste i nějaké alternativní návrhy?

Bolo to výberové riadenie, kde sme prezentovali viacero kreatívnych riešení. Vždy sa v rámci tendru snažíme predkladať minimálne dve, ale skôr tri rôzne koncepty. Agentúra nie je s klientom zžitá, a preto s istotou nevie, aký spôsob kreatívneho premýšľania ho najsilnejšie osloví.

Aukro bolo pre väčšinu ľudí miesto, kde si mohli niečo kúpiť alebo predat formou dražby. Aukro sa snažilo zmeniť toto vnímanie, keďže na ich stránkach je možné kúpiť bez akéhokoľvek draženia aj úplne nové veci. Z tohto zadania vzišiel koncept „Poklady z prvné i druhé ruky.“ Sila kampane bola v jej jednoduchosti a zrozumiteľnosti. S kampaňou sme získali prvé miesto v súťaži Zlatá Pecka a bola zaradená do 10 najlepších plagátov roku 2012 podľa Marketing & Media.

Rôznorodosť projektov mám rád, je to pre mňa inšpirujúce a posúva ma to.

Účastníte se v agentuře i různých tendrů? Pokud ano, jaké tendry v poslední době proběhly a jak je hodnotíte?

Áno, máme za sebou úspešný rok. Podarilo sa nám vyhrať radu tendrov. Spomeniem napríklad Philips Televízory spoločnosti TPVision pre centrálnu a východnú Európu, mBank, energetický nápoj BigShock, Stará myslivecká, Vinařský fond, Leo Expres alebo Czech Tourism.

Tématem tohoto čísla je corporate hudebních festivalů. Vy jste dělal logo a vizuální styl festivalu Beatfest. Jak grafický design ovlivnil fakt, že festival organizuje automobilka TPCA?

Fakt, že partnerom a spoluorganizátorom Beatfestu je TPCA významne ovplyvnil i grafický design festivalu. Jednou z požiadaviek v zadaní od klienta bola i súčasť loga automobilky v značke festivalu. Dôležité bolo nájsť spôsob, akým zakomponovať logo TPCA k logu rockového festivalu tak, aby nepôsobilo cudzorodým dojmom. Z ich loga som použil červenú farbu, ktorá sa mi hodila do rockového vyznenia loga. Výsledná podoba je jednoduché typografické logo symbolizujúce hlavu gitary. Použitý font a farebnosť ladia s rockovým zameraním festivalu.

Počítá se i pro další ročníky s tímto vizuálem, nebo se bude kompletně měnit, či se změní jen barvy?

Pôvodnou myšlienkou bolo mať základný logotyp nemenný a pracovať s motívom a farebnosťou vektorovej koláže pod logom. Pre ďalšie ročníky Beatfestu sa klient rozhodol obmieňať už len farbu pozadia. Logo funguje už šiestym rokom a nemám informácie o prípadnej zmene.

Dělal jste si nějaké rešerše vizuálního stylu ostatních hudebních festivalů? Zaujal vás nějaký?

Určite. Je to vždy dobrý spôsob ako sa inšpirovať. Asi najviac ma oslovili vizuálne štýly festivalov z krajín Beneluxu, ako napr. Pukkelpop alebo Rockwerchter. Z českých festivalov je najvýraznejší nový vizuálny štýl Rock For People, ktorý sa dobre odlišuje od ostatných festivalov. Na druhú stranu je to variácia vizuálneho štýlu zmieňovaného festivalu Rockwerchter z predošlých rokov, ktorý ale pracoval lepšie s ikonkami a typografiou.

Můžete přiblížit tvorbu vaší středo- a východoevropské kampaně vizuálu na televizory Philips?

Vizuál vznikol v rámci konceptu „Welcome to the world with no limits“ na rad televízorov Philips Smart TV. Projekt bol pre mňa o to zaujímavejší, že som bol nielen pri vzniku konceptu, ale aj realizoval postprodukcii vizuálu. Hlavného hrdinu sme fotili v štúdiu s fotografom Lukášom Havlenom. Finálna podoba vznikala vo Photoshope za použitia rôznych fotografií a elementov z imagebanky. K vizuálu bol pripravený tiež nočný motív na televízory Philips Ambilight.



Popisky shora:
Vizuální styl pro Ferdinand Bac Villa • Design vánočního balení piva Litovel • Vizuální styl energetického nápoje BigShock



www.caniga.cz

A jak jste se dostal k tvorbě hokejových plakátů pro Edina Hockey Group ?

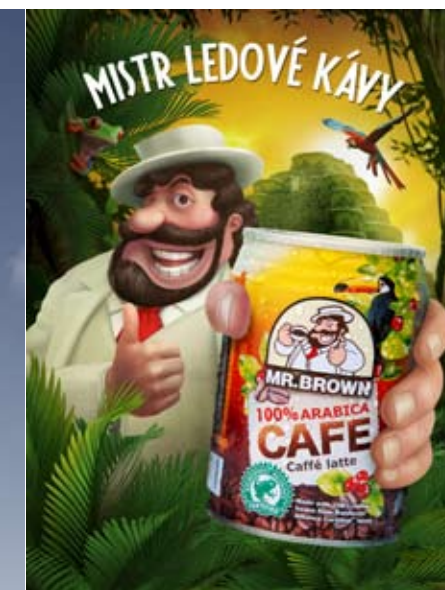
Pred dvoma rokmi som sa dostal k zaujímavému online projektu Crowdspring.com, kde je možné zúčastniť sa súťaži na rôzne grafické projekty pre klientov po celom svete. Zadaním projektu pre Edina Hockey Group bolo navrhnutie plagátov do predajne kanadského výrobcu hokejového vybavenia. Pre grafiku som zvolil jednoduchú kompozíciu štylizovaných fotografií s výraznou typografiou.

Crowdspring je výborná platforma pre začínajúcich grafikov s možnosťou pracovať na reálnych projektoch. Podobných stránok už existuje viacero, ale čo sa projektov týka, Crowdspring považujem za najkvalitnejší.

Na čem zajímavém právě pracujete?

Aktuálne pracujem na logotype a vizuálnom štýle pre luxusnú francúzsku rezidenciu Ferdinand Bac Villa. Zadaním klienta Sotheby's bolo vytvoriť logo, ktoré by komunikovalo luxus, bohatú históriu a umelecké diela, ktoré dominujú interiéru vily. Zo zadania vzišlo jednoduché typografické logo zasadené do symbolu obrazového rámu. Myšlienka loga je ďalej rozvedená do vizuálneho štýlu materiálov, kde pracujem s reálnym rámom obrazu, v ktorom sú zasadené fotografie rezidencie štylizované do olejomalby.

PETR SKRIEČKA



Vizuál pro kampaň na ledové kávy Mr. Brown • Návrh obalu cigaret pro tendr na značku Moon Slims
Vizuál kampaně pro Philips Smart TV