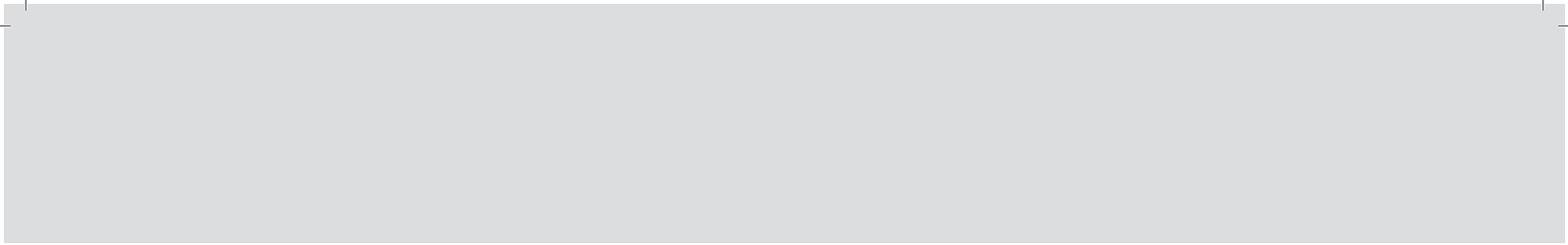


2008



1. medzinárodné
súťažné bienále LOGO 2008
Banská Bystrica,
11. november–23. december 2008


1st international
competition biennial LOGO 2008
Banská Bystrica, Slovakia,
2008 november 11.–december 23.



ISBN 978-80-88681-59-5

Vydala Stredoslovenská galéria v Banskej Bystrici.
Design a prepress agentúra ENTERPRISE.
Tlač DALI-BB, s.r.o.
Prvé vydanie. Náklad 200 kusov.
© Stredoslovenská galéria 2008

Edited by Central Slovak Gallery in Banská Bystrica.
Design and prepress ENTERPRISE agency.
Printed by DALI-BB, Ltd.
First edition of 200 pieces.
Copyright © 2008 Central Slovak Gallery

A thick red line starts vertically from the top left, then curves downwards and to the right, ending in a hook-like shape.

Obsah Summary

Príhovor organizátorov	4	Organisers's speech
Dvojmerný logotyp – hlavná kategória	5	Two-dimensional logotype – main category
Dvojmerný logotyp – kategória študenti	65	Two-dimensional logotype – student category
Trojmerný a audiovizuálny logotyp – kategória študenti	99	Three-dimensional and audiovisual logotype – student category
Členovia poroty	101	Members of jury

Príhovor organizátorov Organisers's speech



Martin Úradníček

Cieľom súťažnej prehliadky LOGO 2008, poriadanej na pôde Stredoslovenskej galérie z podnetu a v spolupráci s reklamnou agentúrou Enterprise, je vytvorenie stabilnej platformy umožňujúcej prezentáciu logotypov a konfrontáciu myslenia i osobitých prístupov jednotlivých grafických dizajnérov na medzinárodnej úrovni. Medzinárodné prehliadky logotypov majú dlhoročnú tradíciu v rôznych krajinách sveta. Spomeňme napríklad prestížnu svetovú prehliadku logotypov Wolda poriadajú v Miláne, alebo International Logo Biennial Awards v Pekingu. Na Slovensku sme v minulosti zaznamenali niekoľko výstav a súťaží logotypov, z ktorých asi najúspešnejším projektom bola rovnomenná výstava LOGO, realizovaná v polovici deväťdesiatych rokov v Prešove.

1. medzinárodné súťažné bienále LOGO 2008 prichádza s ukážkou 90 diel od 35 autorov. Popri slovenských tvorcoch sú medzi nimi zastúpení aj grafici a dizajnéri z Českej republiky, Grécka, Portugalska, Talianska a Veľkej Británie. Zvláštnu kategóriu súťaže tvorí prehliadka návrhov vytvorených študentmi slovenských a českých umeleckých škôl. Veríme, že budúcnosť potvrdí opodstatnenosť a zmysel tohto podujatia, s ambíciou prispieť ku kontinuálnemu mapovaniu, výskumu a kritickej reflexii domácej tvorby grafického dizajnu v širšej konfrontácii so zahraničným prostredím.

The aim of competitive show LOGO 2008 arranged at Central Slovak Gallery field from initiative and with co-operation of advertising agency Enterprise is creation of stable platform enabling logotypes presentation and confrontation of thinking and also individual attitudes of single graphic designers at international level. International shows of logotypes have long-time tradition in different world countries. There is for example prestige world show of logotypes Wolda arranged in Milano or International Logo Biennial Awards in Peking. In Slovakia there were noticed a few logotype shows and competitions in past from which the most prosperous project was homonymous exhibition LOGO realized in half of 90th in Prešov.

The first international competitive Biennale LOGO 2008 comes with illustration of 90 works of art by 35 authors. Except of Slovak artists are among them represented also graphics and designers from Czech Republic, Greece, Portugal, Italy and Great Britain. Special competition category forms show of projects created by students of Slovak and Czech art schools. We believe that future will confirm validity and meaning of this event with ambition of contribution to continuous mapping, research and critical reflexion of domestic graphic design creation in wider confrontation with foreign area.



Maroš Rovňák

2008



Dvojrozmerný logotyp
– hlavná kategória

Two-dimensional logotype
– main category



EKOLAMP SLOVAKIA

B.M.A., spol. s r.o.

Logo pre koordinujúcu organizáciu pre zber a recykláciu svetelných zdrojov a svietidiel - Ekolamp Slovakia - Združenie výrobcov a distribútorov svetelnej techniky. Zámerom loga bolo prezentovať myšlienku recyklácie žiaroviek. Svietiacia žiarivka v logu vyjadruje dobrý nápad či osvetu, výhonok rastlinky ukazuje, že aj malý ekologický počin má zmysel a perspektívu. Kresba voľnou rukou je v kontraste s exaktným logotypom, farebnosť podporuje environmentálne vnímanie značky.

Logotype for coordinate organization for picking and recycling light sources and lamps - Ekolamp Slovakia - Corporation of producers and distributors of light technology. The purpose of logotype was presentation of fluorescent lamp recycling idea. The fluorescent lamp claims to motivate in relation to environment and the sprout says about effect of even little protection of the environment. Draw by the free hand is in contrast with the exact logotype, colouring supports environmental perception of logotype.



OXO

Dávid Švorc

Logo vzniklo na podnet posielania návrhov klientom a ich „oznámkovanie“ na identifikáciu návrhu pri ich prehladaní. Inšpirácia pochádza zo starej dobrej pošty ako kontrast k emailovej dobe.

Logotype started up the stimulation of sending suggestions to clients and their marking for suggestions identification during their marginalizing. Inspiration comes out the old good post in compare with email.



TRADE CITY

D2-grafické štúdio, ateliér reklamy

Logotyp pre obchodnú spoločnosť
s nehnuteľnosťami.

Description of competitive work: Logotype
for real estate company.



FRANCESCO D' ASSISI

Jana Sarno Galdunova

Logo vytvorené pre Sociálnu kooperatívu a Strednú odbornú školu pre postihnutých, so zameraním na Agrokultúru. Ruka s vyletujúcim vtáčaťom - známy symbol spojený so Sv. Františkom z Assisi a ochranou. Sv. František z Assisi je patrónom ekológie - preto použitie zelenej farby, ktorá symbolizuje prírodu.

Logotype created for Social Cooperation and Special High School for handicaped students intended to the Agriculture. The hand with soared bird - the known symbol connected with Saint Francis of Assisi and with the protection. Saint Francis of Assisi is patron of ecology. That is why using of green color which symbolizes the nature.



ALBIGNASEGO
PER L'ECOLOGIA
E L'AMBIENTE

**ALBIGNASEGO PER L'ECOLOGIA
E L'AMBIENTE**

Jana Sarno Galdunova

Logo vytvorené pre magistrát mesta Albnasego, pre projekty spojené s ekológiou a životným prostredím. Krídla motýľa: žltá - slnko, modrá - nebo a voda, zelená - zem.

Logotype created for municipality of Albnasego, for projects connected with ecology and the environment. Wings of the butterfly: yellow-sun, blue-sky and water, green-earth.

afeed



AFEED

Gee & Stone, s. r. o.

Spoločnosť Afeed – nový, progresívny podnikateľský subjekt na slovenskom trhu - špičkový domáci výrobca v oblasti výživy zvierat. Grafické riešenie loga rozvíja samotný význam názvu spoločnosti (a-feed angl. potrava, vyživovanie) a obohacuje danú tému využitím charakteristických zvierat (hovädzí dobytok, ošípané a hydina). Abstrahované línie zvieracích siluet pripomínajú vlniaci sa horizont krajiny, blízkosť zvierat a prírody so skrytým odkazom na ekologický rozmer pôsobenia spoločnosti Afeed.

Afeed company is a new, progressive company on Slovak market, top domestic producer of animal food. Graphical solution of logotype improves very importance of the company and enrich this theme by using characteristic animals. Abstractive lines of animals silhouettes resemble rippled land horizon, closeness of animals and nature with the hidden message to ecological dimension of action of Afeed company.



B U S I N E S S H O T E L
NÁRODNÝ
DOM

HOTEL NÁRODNÝ DOM

Gee & Stone, s. r. o.

Logotyp zohľadňuje historické korene stavby. Hlavným spojovacím prvkom je geometricky štylizovaná lipa ako národný symbol v kruhu pripomínajúcom šperk. Symbolika časových sekvencií vyjadruje nepretržitú prevádzku hotela (rok – kmeň, 4 ročné obdobia - vetvy, 12 mesiacov - konáre, 24 hodín - rozvetvené halúzky, 7 dní v týždni – listy). Čierno – bielo – zlatá farebnosť odkazuje na obdobie vzniku hotela Art Deco.

Logotype considers building historical roots. The main connecting element is geometrically stylized linden as a national symbol in the circle suggestive a jewellery. Sacramentality of time sequences expresses continuous hotel service (year – trunk, 4 year seasons – branches, 12 months – limbs, 24 hours – bifurcated twigs, 7 days a week – leaves). Black – white – golden coloring refers to era Art Deco – period of hotel formation.



MEDICAL LOGISTIC

Gee & Stone, s. r. o.

V logu spoločnosti Medical Logistic je modrý delfín a kríž. Tieto symboly zdôrazňujú čo spoločnosť Medical Logistic vykonáva a čo ju charakterizuje. Delfín ako najinteligentnejší tvor vo zvieracej ríši so svojimi vlastnosťami vystihuje základné kréda práce: rýchly, čistý, inteligentný. Kríž symbolizuje špecializáciu na prevoz liekov, liečiv a zdravotníckeho materiálu.

There is a blue dolphin and cross in logotype of Medical Logistic company. These symbols emphasize what Medical Logistic practises and what characterizes this company. Dolphin as the most intelligent animal with its qualities represents basic work credos: quick, pure, intelligent. Cross symbolizes medicine, drugs and medical material transport specification.

MEGA®

MEGA NÁBYTOK

Gee & Stone, s. r. o.

Logo obchodnej značky MEGA - spoločnosti predávajúcej nábytok. Nová filozofia spoločnosti sa premietla do grafického stvárnenia. Slovo MEGA vyjadruje proces neustáleho rozvoja, progresívneho, dynamického rastu a rozpínania hraníc pôsobenia. Na tento pozitívny trend poukazuje v grafickej skratke šípka smerujúca dohora. Tmavočervená je farba aktivity, podnetnosti, dynamiky. Typograficky zaoblenejšie tvary pôsobia celkovo modernejším dojmom.

Logotype for MEGA company mark - company dealing with the furniture selling. New company philosophy was shown as a graphic figuration. A word MEGA expresses process of constant development, progressive, dynamic grow and stretching impact limits. The upward arrow mentions this positive trend in graphic short cut. Dark red is color of activity, leadership and dynamics. Typographical curved shapes impress totally more modern image.



VODNÝ RAJ VYHNE

Gee & Stone, s. r. o.

Logo naznačuje synergiu – spojenie symbolu prírodného prostredia (list) a vody (kvapka). Farebnosť týchto symbolov, vychádzajúca z reálnej farebnosti. Ide o dynamické vyobrazenie so skrytým poukázaním na symbol rovnováhy a mužsko-ženského princípu jing a jang.

Logotype indicates synergy - connection of environmental symbol (leaf) and water (drop). Colouring of these symbols came out the real colouring. It is about dynamic picture with hidden remittance to the balance symbol and male-female rule jing and jang.



Semeli
the bar

SEMELI THE BAR

Chris Trivizas | Design

Bar bol zriadený priamo pri mori a toto miesto žije energiou a činorodosťou. Z toho dôvodu bolo logo vytvorené tak, aby vyjadrovalo pocit pohybu. Mykonos, Malé Benátky Grécka, kde sa bar nachádza, je známy vďaka svojim fantastickým mesačným nociam. Preto bol použitý moderný mesiac namiesto bodky na písmene „i“. Tyrkysová a svetlozelená farba odkazujú na more.

The bar is established right next to the sea and it is a place that bustles with energy and action. For that reason, the logo was preferred to be designed in order to express the feeling of movement. Mykonos, Little Venice of Greece where the bar is located is famous for its fantastic moonlight nights. Therefore, the usage of a stylish moon instead of a dot on the letter “i”, reveals its location. Turquoise and light green colors refer to the sea.

il gatto

CAFFE

IL GATTO CAFFE

Chris Trivizas | Design

Malá príjemná kaviarnička s produktami a službami vysokej kvality sa nachádza v centre Atén. Pre svoju slnečnú atmosféru láka mačky. A odtiaľto pochádza názov kaviarne. Rukopisný štýl loga je svieži a jasný, plný oblúkových línií. Tvar písmena „g“ symbolizuje mačací chvost. Dym nad písmenom „i“ prináša unikátny pocit horúcich nápojov alebo jedla. Hnedá farba poukazuje na mačku a pohodlie.

Small friendly café store with high quality of goods and services is located in the centre of Athens. As the location is sunny it attracts the cats. Which is also where the café name came from. The handwritten style of logotype is lively and vivid with curves. The shape of the letter “g” symbolizes the tail of a cat. The smoke on the letter “i” brings the unique feeling of hot beverages or food. Brown color refers to cat and comfort.



ROMEO & JULIET

passion nights

ROMEO & JULIET

Chris Trivizas | Design

Cieľovou skupinou pre tento projekt boli miestni ľudia a taktiež väčšina talianskych turistov. Tri kombinované srdcia, jedno prepletené cez druhé, predstavujú vášň, jedinečnosť a zodpovednosť. Prvok zábavy, Harlekýn-žolík, symbolizuje pre bar miesto, kde sa dá tancovať, piť, flirtovať a byť v centre pozornosti.

Our target group for this project was local people, plus the majority of Italian tourists. Three combined hearts, one within the other, stands for passion, uniqueness and responsibility. The element of fun - 'arlekin-joker' symbolizes that this club is a place where one can dance, drink, flirt and be the centre of attention.



MN

Chris Trivizas | Design

Názov kaderníctva „Mn“ bol inšpirovaný iniciálami mien majiteľov. Ide o moderné, príjemné miesto vymaľované fialovou a ružovou farbou. „Mn“ je vizuálne reprezentované písmenom „M“ v tvare ženského účesu inšpirovaného 70-tymi rokmi. Vizuálne stvárnenie tohto účesu dáva logu nový, čerstvý dizajn a zároveň predstavuje senzualizmus a slobodu typickú pre 70-te roky.

The name 'Mn' was inspired by the owners name initials. It is a contemporary, pleasant space, painted in purple-pink colors. 'Mn' is visually represented with the M showing a female hairdo inspired from 1970's. A contemporary, visual representation of this hairstyle gives the logo a fresh design, which at the same time expresses the sensualism and freedom of the 70's.

liston

LISTON

Chris Trivizas | Design

Podnik je známy vďaka svojej káve a špeciálnej stredozemnej kuchyni. Názov podniku pochádza z tzv. zoznamu, akéhosi registra aristokratov, ktorí mali exkluzívne právo prekročiť dané územie. Logo vyvoláva dojem, že je písané perom. Zohľadnená je sláva, história a miesto založenia kaviarne. Keďže podnik je ozdobený hnedým drevom, farba loga je v súlade so štýlom tohto podniku.

The store is famous for its coffee and the special Mediterranean kitchen. The name comes from the "list", a kind of register of aristocrats that had the exclusive right to pass this area. The logotype gives the sense that is handwritten by pen. Considering the fame, history and location of the establishment. Because the store is decorated by brown wood the color of the logo is in balance with the style of the store.



TALKING TREE

Jardim Guilherme

Hovoriaci strom je organizovaný kemp, kde fínska, ruská a estónska mládež vo veku 10-18 rokov spolu prezentuje tanec, divadlo a cirkus. Hlavnou myšlienkou tohto loga je byť sviežim, mladým a múdrym. Inšpirácia pochádza z pouličného umenia. Typografia reprezentuje koreň stromu. Koreň predstavuje základ stromu. Strom má tiež úsmevy namiesto listov, prvky šťastia a priateľstva. Žltá farba znázorňuje teplo priateľstva, hrejivá farba pre hrejivý projekt plný života.

Talking tree is organizing camp where Finish, Russian and Estonian youngsters from 10 to 18 years old perform dance, theater and circus together. The main idea of this logo is to be fresh, young and clever. The inspiration came from street art. The typography represents the root of the tree. The root is represented by the base of the tree. The tree has also smiles instead of leaves, a signal of happiness and friendship. The yellow colour represents the warm of friendship, a warm colour for a warm project, full of life.

historická REVUE



HISTORICKÁ REVUE

Karin Chamilová - FANTASY DESIGN

Vedecko-populárny časopis o dejinách. Pôvodný zámer loga vychádzal z hieroglyfov a pri zachovaní si ťažšej čitateľnosti z jednoduchých rovných a oblúkových línií. Prekrytie znakov „hr“ symbolizuje trójskeho koňa. Farebnosť variabilná pre titulku. Oficiálna farba loga čierna, znak šedo-modrý s variabilitou plného vykreslenia, alebo len v kontúrach.

Scientific-popular magazine about a history. Predetermination of logotype came out the hieroglyphs and conservation of simple straight and curved lines. Covering the signs "hr" symbolizes a Trojan horse. Colouring variable for title. Official colour of logotype is black, sign is grey-blue with the variability of full draw or only in the contours.



OPTIMIZE ROI

Karin Chamilová - FANTASY DESIGN

Zámer vychádzal z vystihnúť znižovania a optimalizácie nákladov a zvyšovania výnosov. Farebnosť tmavomodrá-bordová vyjadruje serióznosť bankového zámeru.

Intention came out the representation of costs shrinkage and optimization and profits increasing. Colouring dark blue - bordeaux expresses gravity of bank intention.



ENETRA

Karin Chamilová - FANTASY DESIGN

Transformácia energie, obnoviteľné zdroje, výroba plynu z biomasy. Zámer vychádzal z pretavenia rastliny (zelený list) do energie (plameň). Farebnosť vychádza zo základnej prírodnej farby - zelenej.

Transformation of energy, renewable sources, gas production of biomass. Intention came out the plant remelting (green leaf) to the energy (flame). Colouring goes out the basic natural colour - green.



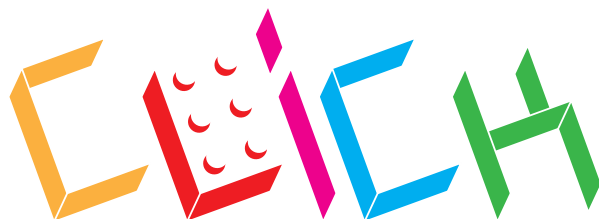
**SLOVENSKÁ
NÁRODNÁ
GALÉRIA
60 ROKOV**

SNG 60 ROKOV

Komplot Creative Advertising s. r. o.

Slovenská národná galéria má 60 rokov - to je pekný dôvod venovať sebe i verejnosti darček v podobe retrospektívnych výstav (a aj v podobe milého príležitostného loga).

Slovak national gallery has 60 years - that is a pleasant reason to give to ourselves and to public a gift in the form of retrospective exhibitions (and also in the form of nice casual logotype).



CLICK

Komplot Creative Advertising s. r. o.

Návrh logotypu pre londýnsky mestský festival „youth culture“ s názvom „Click“.

Logotype suggestion for London city festival "youth culture" named as "Click".



HLAVA 98

Komplot Creative Advertising s. r. o.

Občianske združenie „Hlava 98“ sa venuje tvorbe motivačných kampaní so schopnosťou vyvolať svojim dobre cieleým posolstvom v spoločnosti reťazovú reakciu.

Civil association "Head 98" is interested in creation of motivational campaigns with the capability to evoke a chain reaction in the society by its well-oriented message.

MESTO TIEŇOV

MESTO TIEŇOV

Komplot Creative Advertising s. r. o.

„Mesto tieňov“ je pôvodný televízny
krimiseriál z mestského prostredia.

“City of shadows” is original television
criminal serial from the city surroundings.

S V  T Ž I E N
wellness & beauty

SVET ŽIEN – WELLNESS & BEAUTY

Fero Malík

Logo bolo vytvorené pre salón krásy pre ženy. Následne bol vytvorený štýlový dizajn manuál. V dámskej kabelke – typickom módnom doplnku žien, je vložený album fotografií s kompletným dizajn manuálom.

Logotype was created for woman beauty salon. Consecutively, there was made stylish design manual. In the lady's purse - typical woman fashion complement, there is inserted photographs album with the complete design manual.



WELLVET - VETERINÁRNA PRAX

Fero Malík

Logo Wellvet bolo vytvorené pre súkromnú veterinárnu ambulanciu. Keďže ide o starostlivosť o domácich maznáčikov, ako výtvarný prvok bol zvolený štylizovaný znak psíčka a mačičky.

Logotype Wellvet was created for private veterinary care center. Because it deals with pets keeping, stylized sign of puppy and kitty was selected as a creative sign.



ecoidea
ecologia mobile

ECOIDEA

Matitegiovanotte.Forlì

Klient je dodávateľ elektrických skútrov a elektrických bicyklov. Jeho cieľom bolo zdôrazniť, že spoločnosť sa orientuje na nové technológie a ochranu životného prostredia. Písmeno E umiestnené v embléme je zreteľným odkazom na elektrinu a súčasne na ekológiu, zatiaľ čo emblém odkazuje na pohyblivý svet. Použitím striebornej sme chceli poukázať na technológiu a prostredníctvom modrej na ochranu životného prostredia.

The client is reseller of electrical scooters and electrical city bikes. The client wanted to communicate that the company is new technologies oriented and environment friendly. The "E" character inserted in a shield is a clear referral to the electricity and of ecology at the same time. While the shield is a reference to automotive world. We wanted to communicate "technology" through the use of silver color and "care for environment" through the use of blue color.

Ancient Art from the Indian & Islamic World

ETHNOLOGICA

ETHNOLOGICA

Matitegiovanotte.Forlì

Galleria Ethnologica je galériou starého umenia z Indie a islamského sveta. Klient chcel zdôrazniť skúsenosť a kvalitu. Pridali sme nápis „staré umenie z Indie a islamského sveta“, aby bolo zrejmé, čomu sa galéria venuje.

Galleria Ethnologica is a gallery of ancient art from the Indian & Islamic world. The client wanted to communicate experience and class. The positioning is a high one. We added a pay of “ancient art from the Indian & Islamic world” in order to make immediately clear what Ethnologica is about and what it is not about.



fondazione domus

FONDAZIONE DOMUS

Matitegiovanotte.Forlì

Klientom je nadácia, ktorej cieľom je ochraňovať nehnuteľnosti a kultúrne dedičstvo zastrešujúca sieť organizácií so sociálnou orientáciou. Spojením písmen F a D sme vytvorili monogram. Sivohnedá farba reprezentuje nadáciu a zároveň odkazuje na kultúrne dedičstvo, tehlovo červená reprezentuje budúci rozvoj nadácií.

The client is Foundation, founded to preserve the real estate and the cultural heritage of a network of associations involved in social affairs. We designed a monogram composed by fusion of the "F" and the "D" characters. Grey brown represents the foundations and it is a reference to the cultural heritage too, while the brick red represents the future development of the foundations.



Sistema Museale
di Pavia del suo Ateneo
e della sua Certosa

SISTEMA MUSEALE DI PAVIA

Matitegiovanotte.Forlì

Klient chcel zdôrazniť bohatý odkaz svojich múzeí. Prostredníctvom hry s farbami a písmom, je možné identifikovať jednotlivé múzeá, ktoré patria do systému, stačí len vyfarbiť hviezdu a názov múzea, ktoré chceme vyzdvihnúť. Font, svetlo a línia umocňujú románsky štýl charakteristický pre mesto Pavia.

The client wanted to communicate his rich heritage of museums. Playing with color code and font body, it becomes possible to identify any single museum belonging to the system, it is enough to color the "star" and the name of the museum that one wants to point out. The font, light and linear, has been chosen in order to enhance the Romanesque Style that characterize the town of Pavia.



COCA-COLA

Mayer/McCann Erickson

Personalizujúce logo kampane podporujúce pozitívny vzťah k životu.

Personalized logotype of campaign supporting positive life relation.



HEIMCCANN

Mayer/McCann Erickson

Logo spoločného eventu spoločnosti Heineken a McCann Erickson.

Logotype of collective event of Heineken and McCann Erickson companies.



PICHÁČKA 2007

Mayer/McCann Erickson

Logo letnej akcie odohrávajúcej sa pri mŕtvom ramene Dunaja so živými komármi.

Logotype of summer event realized near to dead arm of Danube river with living mosquitos.



T H E R M I U S

THERMIUS

Mgr. Matúš Tkáč – VIALIA

Logo firmy dodávajúcej špeciálne technológie. Požiadavka klienta bol antický motív výzbroje s vylúčením prilby a obuvi. Riešenie predstavuje starogrécky štít s motívom vzdialene pripomínajúcim verginské slnko - symbol dynastie Alexandra Veľkého: logo s asociáciou na slnko, hviezdu, kompas, s cieľom pôsobiť vznešene a nestratiť výraz ani pri použití v malých rozmeroch.

Logotype of company supplying a special technology. Client demand was antique motive of equipment exclusive of helmet and footwear. Solution represent Hellenic shield with motive memorializing sun - symbol of Alexander the Great dynasty: logotype with association to sun, star, compass aimed to affect nobly and not to lose expression even in using in small dimensions.



PEKNYPOBYT.SK

Mgr. Matúš Tkáč – VIALIA

Logo internetového projektu cestovnej kancelárie. Motív štvorlístka bol priamou požiadavkou klienta. Zámerom bolo „priateľské“ logo s farbami s asociáciou na dovolenku, ktoré dobre ladí s názvom domény.

Logotype of internet project of travel agency. Motive of quatrefoil was direct client demand. Intention was “friendly” logo with colours associated to holiday, which match with name of domain.

The logo for Media One is displayed on a dark grey rectangular background. The word "Media" is in a white serif font, with the letter "i" in orange. The word "one" is in a white sans-serif font. A small white dot is positioned below the letter "a" in "Media".

MEDIA ONE

MEDIA ONE

Mgr. Matúš Tkáč – VIALIA

Nové logo viac rokov pôsobiacej PR agentúry. Redizajn identity mal zachovať firemné farby a poskytnúť typografický typ loga vyjadrujúceho kompetentnosť a obsahujúceho emblém použiteľný ako grafický prvok samostatne.

New logotype of PR agency which acts a few years. Redesign of identity was supposed to maintain company colours and give typographic type of logo expressing a competence and including emblem useful as graphic element separately.



HELIOS ENERGY

Mgr. Matúš Tkáč – VIALIA

Logo energetickej spoločnosti. Zámerom bolo vyhnúť sa explicitnému zobrazeniu resp. štylizácii slnka a pod. a namiesto toho iba použitím iniciál názvu vytvoriť logo, ktoré nekompromisne vyžaruje energiu. Farba loga bola kvôli súvisu s identitou pridružených firiem vopred preferovaná klientom.

Logotype of energy company. Intention was avoid a explicit image or stylization of sun etc. Instead of, intention was to create a logo only by using the name initials which uncompromisingly radiate an energy. Logo colour was due to relation to identity of associated companies preferred by client before.



MARTIN PAVLE
ADVOKÁTSKA KANCELÁRIA
LAW OFFICE

MARTIN PAVLE

Mgr. Matúš Tkáč – VIALIA

Logo kancelárie mladého právnika. Cieľom bolo spojiť „mladosť“ a modernosť s vysokým vkusom a dôstojnosťou a vážnosťou právnickej profesie a vytvoriť logo obsahujúce emblém použiteľný aj samostatne. Zároveň iníciaľa priezviska i slova „právnik“; logo umožňujúce kontinuitu, t. j. ktoré nebude potrebné meniť ani po prípadnej zmene názvu subjektu z dôvodu rozšírenia o partnerov.

Logotype of young lawyer office. The aim was to connect “youth” and modernity with high style and dignity and seriousness of legal career and also create logo including emblem useful separately, too. At the same time, initial of surname and word “lawyer”, logo enabling continuity, so the logo which will not be necessary to change even after change of subject name on the ground of partners expand.



KLARTEC

MMP spol. s r. o.

Klartec je medzinárodne pôsobiaci firma v oblasti systémov čistenia vody. Piktogram morského koníka je symbolom čistej vody, pretože tento živočích je indikátorom kvality vodného zdroja. Je to piktogram skutočného tvora s jeho konotáciami, ale je tvorený morskými vlnami, v ktorých je použitý farebný prechod.

Klartec is internationally working company in sphere of water purification systems. Pictogram of sea horse is symbol of pure water because this animal is indicator of water source quality. It is pictogram of real creature with its denotation but it is created by sea waves in which is used coloured transition.

SUTN

Slovenský ústav technickej normalizácie

SUTN

MMP spol. s r. o.

Nové logo je tvorené 4 písmenami, písmo je však štylizované do prvkov redukovaných na základné geometrické tvary. Primárnym stavebným prvkom grafiky sa stala silná línia, ktorá svojím zvlnením tvorí nápis. Základné logo je možné dopĺňať o tagline obsahujúci plný názov ústavu.

New logotype is created by 4 letters but font is stylized to components reduced to basic geometric shapes. Primary tectonic element of graphics is strong line which creates a lettering by its ripple. Basic logo is possible to fill up with tag line containing full name of institute.



MEC – metodické a evaluačné centrum

Pavel Noga

MEC je subjekt Ostravskej univerzity, zaoberá sa výskumom a zhromažďovaním dát mapujúcich kvalitu vzdelávania na všetkých typoch českých škôl.

MEC is subject of University of Ostrava, it deals with data research and assembling. Data map education quality in the all kinds of Czech schools.



TRNAVA ECC

RECO s. r. o.

Logo kandidátskeho mesta na titul Hlavné mesto európskej kultúry. Štylizovaná interpretácia hlavných atribútov erbu mesta.

Logotype of candidate to Capital city of european culture. Stylized interpretation of main municipal coat-of-arms attributes.



VIA HUMANA

RECO s. r. o.

Logo súkromnej strednej školy. Brána k poznávaniu. Vo farebnej verzii je kruh v zlatej farbe.

Logotype of private high school. Gate to cognition. There is a circle in golden colour in coloured version.



rada galérií
slovenska

RADA GALÉRIÍ SLOVENSKA

RECO s. r. o.

Logo Rady galérií Slovenska. Štylizovaný monogram RGS.

Logotype of Board of Slovak Galleries. Stylized monogram RGS.



321 ESCAPE

Regina Rádlová

Logo nahradilo pôvodný logotyp vytvorený slovným vyjadrením. Podľa prania klientky malo obsahovať slnko, vodu, pozitívnu energiu a jasný odkaz na cestovanie, čo sú pre cestovnú kanceláriu často používané atribúty. Bolo teda nutné nájsť grafickú podobu, ktorá bude dostatočne odlišná od existujúcich log iných cestovných agentúr.

Logotype compensated original logo created as a lexical expression. Due to client's wish it was supposed to include sun, water, positive energy and clear message to travelling which are often used attributes by the travel agency. That is why it was necessary to find out the graphical form which would be different enough from existed logotypes of another agencies.

LEVEL

LEVEL 5

Roland Torsten Advertising, s. r. o.

Spoločnosť LEVEL 5 sa zaoberá ponukou reklamných plôch. Charakteristika loga: Písmo s rovnakou hrúbkou ťahov i s rovnakou šírkovou proporciou a tiež čierna farba boli zvolené, aby nič neodpútavalo pozornosť od ústrednej myšlienky prepojenia písmena „V“ s číslom „5“, zároveň dodávajú logu minimalistický charakter. Logo má pôsobiť úderne a presvedčivo.

LEVEL 5 company deals with the advertising spaces supply. Logo character: Letter with the identical line thickness, width proportion and also black colour were selected to not unleash attention from point idea of converting letter "V" with numeral "5". Also, it purveys to logo a minimalist character. Logotype should affect sharply and persuasively.

stimul

STIMUL

Roland Torsten Advertising, s. r. o.

Spoločnosť STIMUL sa zaoberá vzdelávaním, organizáciou školení, personálnym auditom, koučingom, personálnymi konzultáciami. Ústredná myšlienka spočíva na písmene „i“, samotné písmeno je nahradené pridaním dvoch ďalších bodiek, čím vytvára semafor, v tomto prípade obrátený, naznačujúci pohyb zdola nahor, od pasivity (červená) k aktivite (zelená). Logo má zároveň pôsobiť sviežo, vzbudiť pocit dobrej nálady a odhodlania.

STIMUL company deals with education, training organization, personal audit, coaching, personal consulting. Point idea lies in letter “i”, it is substituted by adding two more dots. It makes a semaphore, upturned in this case, indicating a movement from the top down, from passivity to (red) to activity (green). Logo should also affect fresh, promise pleasant feeling and resolution.

safe  time

SAFE TIME

Silvia Kováčiková - GRAFIKA

Vytvorené pre slovenského výrobcu prostriedkov ochrany proti pádu (bezpečnostné práce + voľnočasové aktivity).

Created for slovak producer of fall prophylactics. (safety work + leisure time activities).



PASADENA

Oksana Sizonová

Pasadena je tanečný klub, ktorý učí záujemcov moderným štýlom tancov. Zároveň vyrába odevy pre tanečníkov pod svojou značkou. Hlavnou úlohou pri vyhotovení tohto loga bolo znázornenie dynamiky tanca (zobrazenie človeka v logu bolo povinné, prítomnosť žltej a khaki farby tiež bola povinná). Logo sa používa aj na veľkých reklamných plochách aj na samotnom tanečnom oblečení.

Pasadena is dance club which provides modern dance styles learning lessons. It also contains production of dance clothing by its mark. The main mission of copying of this logotype was representation of dance dynamics (human image in logotype was obligatory, presence of yellow and khaki colours was obligatory, too). Logotype is also used on big advertising boards and on dance cloths by itself.



SPM
real

SPM REAL

SPM REAL, s. r. o.

Logotyp spoločnosti, ktorá sa zaoberá
spravovaním nehnuteľností.

Logotype of company, which provides
management of property.



PROMENADA

Šembera Vanák / FCB

Logo pre Shopping Centrum. Centrálna kompozícia, tri figúry reprezentujúce rodinu, ktorá sa v Promenade okrem nakupovania aj zabáva. Pestrosť použitých farieb symbolizuje rozmanitosť predajní v shopping centre. Typografia: Vybraný font reprezentuje veľkosť a stabilitu.

Logotype for Shopping Centre. Central composition, three figures representing a family, which is except shopping also enjoying in Promenade. Variegation of used colours symbolizes outlets variety in shopping centre. Typography: Selected font represents size and stability.



STAVEBNICA

Šembera Vanák / FCB

Logo pre stavebné a záhradné centrum. Abstraktná forma zobrazenia slimáka, ktorého destináciou je domov, ktorý si nosí na chrbte, ale aj záhrada v ktorej žije. Kompozícia je zostavená z modulového fragmentu, ktorý sa na seba napája ako stavebný materiál.

Logotype for building and garden centre. Abstract form of snail image, which destination is home carrying on its back but also garden in which it lives. Composition is consisting of modul fragment which is connecting to itself on the same base as building material.



PARCAFE

Šembera Vanák / FCB

Logo pre reštauráciu. Šálka kávy, ktorá predstavuje pokoj a chuť. Fragment nad písmenom „E“ znázorňuje vôňu, ktorá sprevádza len tie najchutnejšie mediteránske pokrmy. Typografia: Súhra geometrie a ladnosti.

Logotype for a restaurant. Cup of coffee, which represents rest and taste. Fragment above the letter "E" figures aroma, which accompanies only the best mediterranean meals. Typography: Harmony of geometry and elegance.



HORNEX

Šembera Vanák / FCB

Logo pre stavebnú spoločnosť. Vtipne využitý priestor medzi dvoma písmenami, ktorý vytvára symbol domčeka s dvermi. Definuje tak ideu spoločnosti a jej zameranie. Font otočený o 90 stupňov znázorňuje podstatu stavania.

Logotype for building company. Wittily used space between two letters, which forms symbol of house with door. It defines that way idea of society and its trend. Font turned over 90 degrees represents substance of building.



PRÁVNE CENTRUM

Šembera Vanák / FCB

Logo pre právnicku firmu. Symbolom je terč, ktorý znázorňuje sústredenosť, pozornosť, istotu. Implementované písmeno „P“ a farebnosť podčiarkujú právne prostredie. Štandardný font, pri ktorom sa kladie dôraz na ideu spoločnosti.

Logotype for lawyer company. Target is a symbol, which represents advertence, attention, certainty. Implemented letter “P” and colouring emphasise lawyer surrounding. Standard font, in which society idea is emphasised.



TILIA DESIGN

Šembera Vanák / FCB

Ateliér Tilia Design sa špecializuje na tvorbu záhradnej architektúry a výsadbu okrasnej zelene. Typografia logotypu sleduje organické tvary záhrady, v ktorej je zakomponovaný dominantný štylizovaný prvok solitéru a jazierka. Logo tak jednoduchým abstraktným dokreslením znaku „g“ dostáva reálne kontúry záhrady.

Atelier Tilia Design is specialized in garden architecture creation and ornamental green planting. Typography of logotype monitors organic garden shapes in which is integrated dominant stylized element of solitaire and lake. So logotype shapes up a real garden contour by simple abstract sketch in sign "g".

GOOD GOVERNANCE

OD

GOODGOVERNANCE

Šomšák a partneri, s. r. o.

Príbeh vložený do logotypu projektu GOOD GOVERNANCE je kompozícia písmen „G“, „O“, „O“ a „D“ do štvorca, pričom horné dve písmená „GO“ sú zároveň prvými písmenami slova GOVERNANCE. Logotyp GOOD GOVERNANCE je v základnej kompozícii navrhnutý ako kombinácia dvoch farieb: tmavej modrej a žltej. Táto farebná kombinácia je vyjadrením dôstojnosti, dôveryhodnosti a serióznosti.

A story embedded to logotype of GOOD GOVERNANCE project is composition of letters "G", "O", "O" and "D" into the square. Two top letters "GO" are at the same time first letters of word GOVERNANCE. Logotype GOOD GOVERNANCE is in the basic composition planned as combination of two colours: dark blue and yellow. This colour combination is expression of dignity, credibility and gravity.



COLORS OF OLO (OLINKY & OLIVER)

Verity, s. r. o.

Systém označenia pre separovaný zber odpadu. Odvoz a likvidácia odpadu, a. s., (skrátene OLO, a. s.). Koncept vychádza z medzinárodného symbolu pre recykláciu (recyklačného trojuholníka) a skratky OLO - tri dievčatá separujú jednotlivé triedené komodity spolu s ich kamarátom komunálnym odpadom. Spolu tvoria COLORS OF OLO. Táto téma je rozvedená vo všetkých aplikáciách, subbradoch ako telefonická O-linka a pod.

System of marking for separated garbage picking. Disposal and liquidation of garbage, Ltd., (abbreviation OLO, Ltd. in slovak version). Concept comes out the international symbol for recycling (recycling triangle) and abbreviation OLO – three girls separate single sorted commodities together with their friend communal garbage. They create COLORS OF OLO together. This theme is mentioned in all applications, as telephonic O-line and so on.

ART AFTER DARK

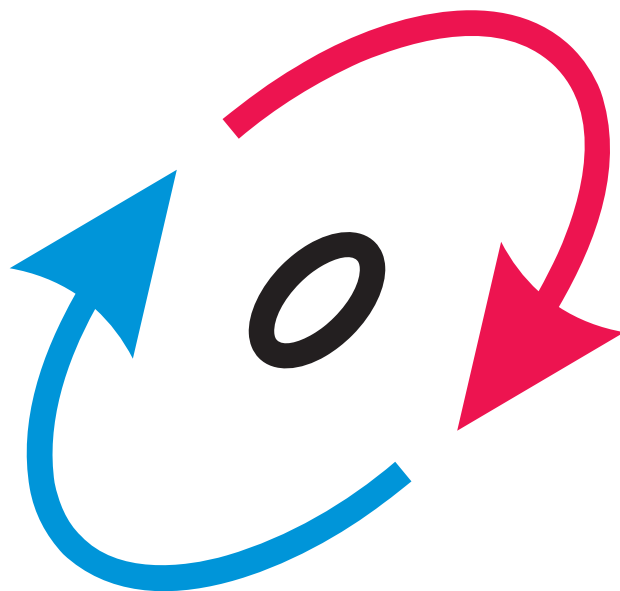


ART AFTER DARK

VONSUNG

UMENIE PO ZOTMENÍ je jedinečná príležitosť pre kurátorov, určená na premostenie umeleckých disciplín. Projekty zahŕňajú zvukové, svetelné a videoinštalácie a performatívne umenia na úžasnom novom podujatí v západnom Londýne. Každý večer (spolu 10) je pripravovaný ako samostatné podujatie, ktoré má svoj vlastný život. Tým, že je logo transparentné, prispôsobivé a variabilné, umožňuje nám zachytiť rozmanitý charakter podujatí.

ART AFTER DARK is a unique opportunity for the curators to bridge disciplines, merging talent and combining creativity. Projects include sound, light and video installations and performing arts in a stunning new venue in West London. Conceived as individually created events, each night (10 in total) has a life of its own. By making it transparent, modular and rotating, we were able to capture the essence of the variety of the events.



AFINITA s.r.o.

www.afinita.sk

Duplikácia potlač a balenie CD, DVD a CD vizitiek
Predaj a výroba obalov na CD a DVD
Veľkoplošná tlač

Tel.: 0903 318 160

Realizátor výstavných panelov pre bienále LOGO 2008.

2008



Dvojrozmerný logotyp
– kategória študenti

Two-dimensional logotype
– student category

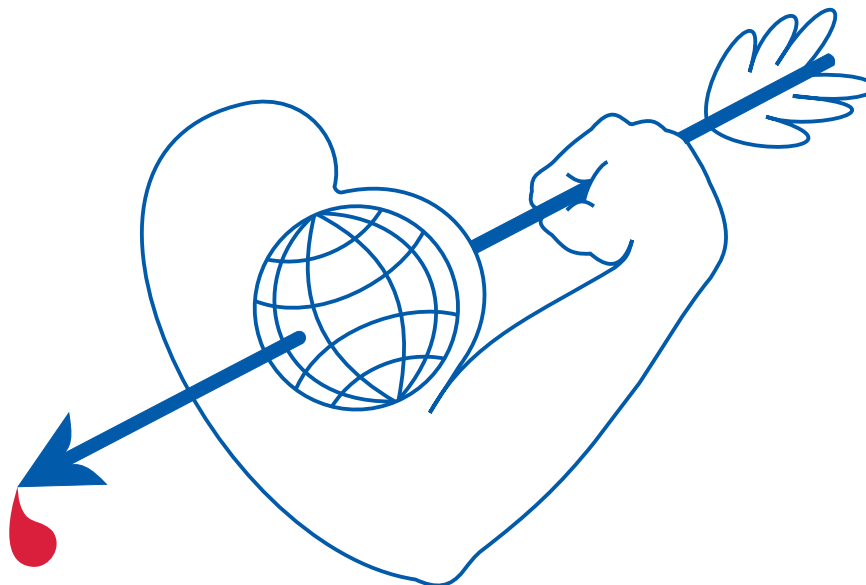


PEGASUS TRENČÍN

Andy Abel

Logo pre trenčiansky baseballový klub Pegasus. Farebnosť a niektoré elementy loga vyplývajú z krajiny pôvodu tohto športu.

Logotype for Trenčín's baseball club Pegasus. Colouring and some elements of logotype flows from origin country of this sport.



LOVE YOUR EARTH

Mgr. art. Marek Cegledy

Logo LOVE YOUR EARTH (MILUJ SVOJU ZEM) bolo vytvorené pre rovnomenú súťaž. Základná idea spočíva v rozporuplnom vzťahu človeka k jeho planéte. Na jednej strane piktogram zeme vytetovaný na svalnatej ruke ako gesto nekonečnej a nemannej lásky k našej modrej planéte. Na druhej strane táto istá ruka samodeštruktívne prepichuje šípom samu seba cez tetovanie zeme.

The logotype LOVE YOUR EARTH was composed for homonymous competition. Basic idea is in inconsistently human relation to his planet. On one hand Earth icon tattooed on muscular hand as gesture of neverending and constant love to our blue planet. On the other hand the same self-destructive hand perforates itself by arrow through the Earth tattoo.



TENISOVÁ ŠKOLA

Pavel Dvořák

Logo pre tenisovú školu. Farebnosť a tvar vychádzajú z tenisovej loptičky.

Logotype for tennis school. Colouring and shape come out the tennis ball.



iQ home
build to be happy

IQ HOME

Pavel Dvořák

Logo určené pre mladých architektov pre modulové domy, ktoré sa dajú skladať. Logo je akoby súčasťou puzzle, ktoré sa tiež dá skladať. V kancelárskych potrebách sa používa celá skladačka. Farebnosť ľubovoľná.

Logotype useful for young architects for modular houses which could be composed. Logotype is as a part of puzzle which could be composed, too. In the stationery there is using of complete jigsaw. Colouring arbitrary.

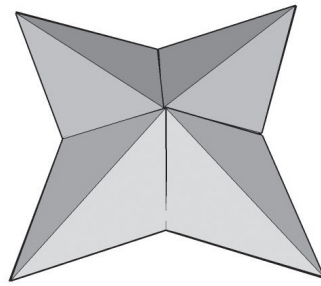


OUKY SMOUKY.CZ

Pavel Dvořák

Logo pre vizuálny klip s tématikou fajčenia. Klip je prierez fajčiarskych scén chronologicky viazaných na muziku. Logo je prerezané farebným spektrom na pozadí cigaretových papierikov.

Logo for visual clip dealing with theme of smoking. The clip is a section of smoking scenes chronologically fixed to the music. Logotype is sectioned by coloured spectrum against a background of smoking papers.



HVIEZDA

Pavel Dvořák

Priestorové logo, akoby hviezda pre online portfólio na www.dvorak.it - My star.

Spatial logotype as a star for online portfolio on www.dvorak.it - My star.

prototyp³ne

PROTOTYPE 3

Eugen Finkei

Logo je školskou pracou na Univerzite
Tomáša Baťu v Zlíne.

Logotype is a school project on the
University of Tomas Bata in Zlin.



YOUNG 4 BA

František Krivda

Logo pre mládežnícku komunitnú nadáciu v Bratislave – Young 4 BA. Kompozícia loga sa má približovať symbolom mesta, vyjadruje dynamickosť organizácie. Celé logo je použiteľné ako symbol, nadobúda tak silnú mnemotechnickú hodnotu.

Logotype for youth community foundation in Bratislava – Young 4 BA. Composition of logotype is supposed to converge to the city symbols, represents a organization dynamics. Whole logotype is useful as a symbol, it gains strong mnemonic value that way.



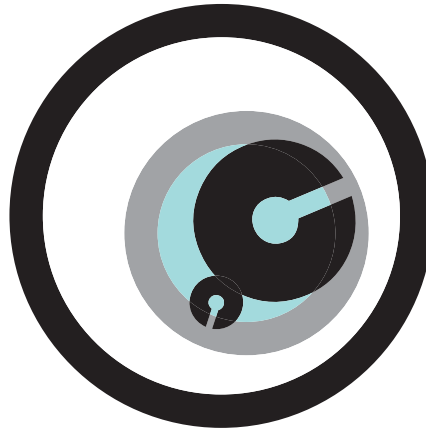
VINDOSTAV

VINDOSTAV

Martin Lorincz

Logo bolo vytvorené pre stavebnú spoločnosť sprostredkujúcu obsluhu, prenájom a servis žeriavov. Žltá-čierna farebnosť je typická pre stavebný priemysel a oblasť pôsobenia spoločnosti Vindostav s. r. o.

Logotype was created for building company exchanging crane operation, leasing and service. Yellow-black colouring is typical for building industry and action range of Vindostav Ltd.



CIRCLE IN CIRCLE

Lívia Mezovská

Logo je vytvorené hudobný obchod. Je zložené z 2 kruhov pripomínajúcich CD a začiatkových písmen (CC) názvu obchodu. Logo bolo ďalej použité na obal CD, CD samotné, vizitky aj hlavičkový papier. Farebnosť je zložená z 3 odstupňovaných farieb - čierna, šedá a bledomodrá. Názov je anglický, lebo logo bolo vytvorené na stáži vo Wroclave.

Logo was created for music store. It consists of 2 circles resembling CD and initials (CC) of store name. Logotype was then used for CD cover and CD itself, calling cards and heading paper. Colouring consists of 3 graded colours - black, grey and light blue. The name is in english because logotype was created on the training in Wroclav.



BEST FLY

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Logo leteckej spoločnosti.

Logotype of airline.



SPEJS

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Logo kaviarne.

Logotype of café.



QUICK RACING

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Športová značka.

Sport sign.



ARTROCK

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Logo festivalu.

Logotype of festival.



FOUR SEASONS

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Logo kozmetickej značky.

Logotype of cosmetics.



MMM'S

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Redizajn firemného loga k produktu cukríkov.

Redesign of company logotype for sweets.



MXUBUNTU

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Redizajn software produktu.

Redesign of logotype for Software Product.



IMMORTAL

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Návrh loga pre filmový festival.

Design of logotype for movie festival.

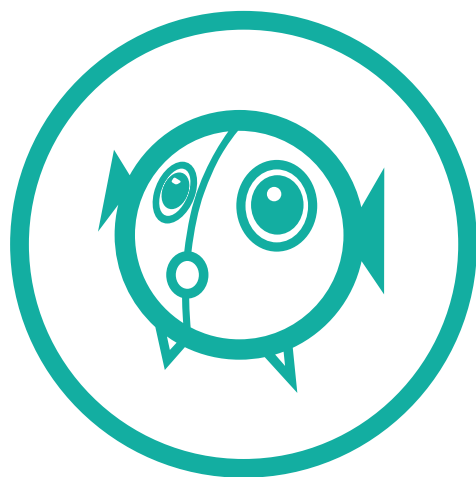


MARVELLOUS

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Návrh loga pre exkluzívny časopis.

Design of logotype for exclusive magazine.



PAPIERNIK

Súkromná stredná priemyselná škola
animovanej tvorby Bratislava

Návrh logotypu pre mládežnícku značku.

Design of logotype for youth brand.



WORLD SERIES

Ján Šácha

Logo mladej a dynamickej svetovej série pretekov vo vodnom slalome. Farebnosť je zvolená pre navodenie dramatickosti a zároveň rešpektuje farby spenenej vody - modrá a biela. Piktogram kajakára je dôležitý z hľadiska jasnej identifikácie športového odvetvia. Šikmý smer kajakára a písma vyjadruje dynamiku. Kompozícia v „obrazovke“ odkazuje na jeden z hlavných cieľov organizátorov, t.j. priame TV prenosy z pretekov.

Logotype of young and dynamic world series of canoe slalom competition. Colouring is selected to create a drama and also it respects colours of foamy water - blue and white. Kayaker pictogram is important in term of clear identification of sport branch. Slant of kayaker and letter represents a dynamics. Composition in “screen” refers to one of the main organizer goals or live TV from the competition.



SACHA

Ján Šácha

Konštruktívne logo odvodené od čísiel 3, 4 a 5. Na kvádroch je zobrazené meno autora. Zámerne nemá byť meno zreteľné na prvý pohľad, aby odhalilo prijímateľovi prekvapenie na druhý pohľad. Farebnosť a ortogonálnosť vychádza zo šachu, ktorý je metaforou mena Šácha.

Constructive logotype deduced from numbers 3, 4 and 5. There is pictured name of author on the blocks. It should not be clear at the first sight on purpose to strip recipient surprise away at the second sight. Colouring and orthographic come out the chess which is metaphor of name Šácha.



APOSS

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

APOSS – asociácia poskytovateľov
ošetrovateľskej starostlivosti Slovenska.

APOSS – Slovak Providers of Treatment
Solicitude Association.



BIOCLAR

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

BIOCLAR – ekologická čistička odpadových
vôd.

BIOCLAR – ecological purifier of sewage.

eBIZ

EBIZ

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

90

EBIZ – ekonomický biznis.

EBIZ – economic business.



HAPPY FISH

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

HAPPY FISH – rybárska reštaurácia.

HAPPY FISH – fish restaurant.

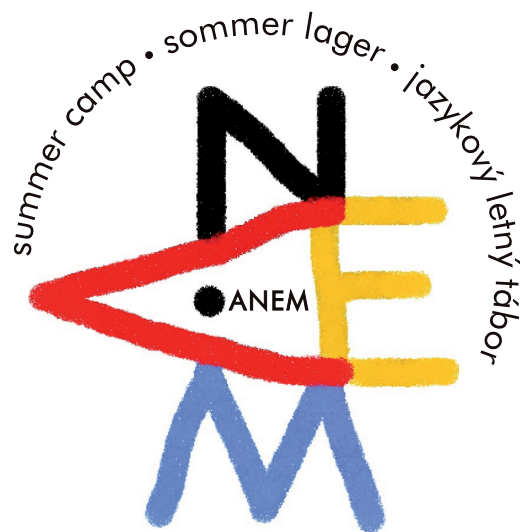


TREK

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

TREK – športové potreby.

TREK – sports equipment.



ANEM

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

ANEM – jazykový letný tábor.

ANEM – summer language camp.

la reine de la parfumeries

LA PARFUMS

LA PARFUM

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

LA PARFUM – parfuméria.

LA PARFUM – parfumerie.



AIR LIFT

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

AIR LIFT – letecká spoločnosť.

AIR LIFT – airline.



GALÉRIA PLUS

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

GALÉRIA PLUS – súkromná galéria.

GALÉRIA PLUS – private gallery.



DARLING

Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru
v Bratislave

DARLING – chov produkt.

DARLING – pet shop.

DALI

2008



Trojrozmerný a audiovizuálny logotyp
– kategória študenti

Three-dimensional and audiovisual
logotype – student category



LUMAPA PRODUCTION

Pavel Dvořák

Audiovizuálne logo pre konečné scény filmov študentskej produkčnej spoločnosti LuMaPa. Logo sa modifikuje podľa projektu. Tvar zostáva rovnaký, ale outline postavy sa mení s témou projektu. (film o upíroch - je tam Dracula, film o fajčení - je tam fajčiar) Logo je vždy zahrnuté do pozadia v kontrastnej farbe. Otáčavým pohybom čiastočne mizne postava a zase sa objavuje. V tlačovej podobe je postavu celkom vidieť.

Audio-visual logotype for definitive movies scenes of student production company LuMaPa. Logotype is modified accord to project. A shape is the same but the outline of the figure is changed with the theme of project. (movie about vampires - there is a Dracula, movie about smoking - there is a smoker). Logotype is always integrated to the background in contrast color. The figure partially dissapears by the rotating movement and appears again. The figure can be absolutely seen in the printing form.

2008



Členovia poroty
Members of jury



Aleš Najbrt

Najväčšia osobnosť novej vlny českého grafického designu, ktorá sa dala do pohybu na prelome osemdesiatych a deväťdesiatych rokov minulého storočia. Narodil sa v roku 1962 v Prahe. V rokoch 1982 - 1988 študoval na Vysokej škole umelecko-priemyselnej. So svojimi spolupracovníkmi spoločne upravuje knihy, ročenky, plagáty, časopisy, obaly, vymyšľa informačné systémy. Je autorom desiatok grafických podôb logotypov a značiek. Dáva tvár časopisu Reflex. Pripravuje výtvarnú podobu Medzinárodného filmového festivalu v Karlových Varoch. Prednáša a vystavuje doma i v zahraničí. Je držiteľom viacerých ocenení. Napríklad v roku 1996 získal Grand Prix bienále grafického dizajnu v Brne a bronzovú medailu Tokio Type Directors Club. Je trojnásobným držiteľom ceny za najlepší plagát pre filmy Pelíšky (1999), Rok ďábla (2002) a Jedna ruka netleská (2003).

Najbrt Aleš is the most distinguished figure of a new generation of Czech graphic designers forming at the beginning of 1980s and 1990s. He was born in Prague in 1962. From 1982 to 1988 he was studying at the Arts and Crafts College in Prague. In cooperation with his colleagues he edits books, annual reports, posters, magazines, covers as well as Information Systems Design. He is an author of many graphic realisations of logotypes and brand names. He is the Art director of magazine Reflex and a person responsible for artistic concept workout of Karlovy Vary International Film Festival. He gives lectures and holds exhibitions at home and abroad. He has received several awards, for example in 1996 he was given Grand Prix Award for graphic design in Biennial Brno and bronze medal from Tokyo Type Directors Club. He is triple award winner of the best poster design for the following movies: Pelíšky (1999), Rok ďábla/The Year of a Devil (2002) and Jedna ruka netleská/ One Hand Can't Clap (2003).

2008

OSTRAVA!!!

1

DOX
Centre
for Contemporary
Art

2

MEGA

3

**PRA HA
PRA GUE
PRA GA
PRA G**

4

- 1 OSTRAVA
- 2 DOX
- 3 MECCA
- 4 PRAHA
- 5 ASKLEPION


Asklepion

5



Svetlana Body Cief

Nadaná slovenská dizajnérka sa narodila vo Vojvodine (Juhoslávia) v roku 1977. Vyštudovala Vysokú školu výtvarných umení (1996-2002), odbor grafický dizajn. Absolvovala niekoľko stáží, medzi inými študijný pobyt na Univerzite v Quebecu, na katedre grafického dizajnu. Od roku 2000 pôsobila ako grafická dizajnérka vo viacerých významných spoločnostiach, napr. Gratex International, Wiktor Leo Burnett, spolupracovala s architektonickou spoločnosťou Creative Brisbane, Australia, spoločnosťou EMEA. Je tvorkyňou corporate identity inštitútu IILE, spoločností KOGO a GROTTO a autorkou logotypov pre integráciu SR do Európskej únie, logotypu a korporátnej identity pre dôchodkovú reformu SR. Od roku 2003 pôsobí na Súkromnej strednej umeleckej škole dizajnu v Bratislave ako externý učiteľ grafického dizajnu a typografie. Zameriava sa na hľadanie koncepčných riešení korporátnej identity spoločností, softvérovými riešeniami, vizualizáciou, multimediálnou animáciou, web dizajnom, tvorbou logotypov a typografiou.

Slovak designer was born in Vojvodina (Yugoslavia) in 1977. She graduated at Creative Art College (1996-2002), specialization in graphic design. She completed some trainings, including academic stay at University in Quebec, at graphic design department. Since 2000 she worked as a graphic designer in more prestige companies, for example Gratex International, Wiktor Leo Burnett, she co-operated with architectural companies like Creative Brisbane, Australia, EMEA company. She is creator of Corporate Identity Institute - IILE, KOGO and GROTTO companies and she is also author of logotypes for integration of Slovak Republic to European Union, logotype and corporated identity for pensionable reform of Slovak Republic. Since 2003 she works at Private art high school of design in Bratislava as a external teacher of graphic design and typography. She specializes in finding out the conception solutions of company corporated identity, software solutions, visualization, multimedia animation, web design, logotypes creation, typography, etc.



SUSHI BAR

1



2

XSPECTATIONS

3



ORGANIC MARKET

4

- 1 ZEN SUSHI BAR
- 2 BAGS
- 3 XSPECTATIONS
- 4 ORGANIC MARKET
- 5 PLUM CAFE DELI

PLUM
CAFE
DELI

5



Emil Drličiak

Patří k najvýraznějším slovenským dizajnérom. Narodil sa v roku 1973 v Žiline. Vyštudoval Vysokú školu výtvarných umení v Bratislave (1991 - 1997) na Katedre dizajnu u profesora Longauera. Absolvoval niekoľko semestrálnych študijných pobytov v Ecole de Beaux-Arts, Saint Etienne (1994) a na Akademija za Likovno in Umetnost v Ľubl'ane (1995). V rokoch 1999 - 2001 pedagogicky viedol vlastný ateliér na Katedre grafického dizajnu VŠVU v Bratislave. V roku 1997 začal úspešne pôsobiť ako scénograf pre divadlá v Čechách i na Slovensku. Divadelná scéna sa stala viac než vhodnou pre autorove diela, ktoré prekračujú pritesné hranice grafického dizajnu smerom k voľnému umeniu. Je autorom viacerých logotypov, napr. Art for free, Bienále Benátky, Cena Oskára Čepána, Ústav Pamäti Národa, Konzervatívny Inštitút M. R. Štefánika, Cena Dominika Tatarku, Istrobanka, Gate, Bookmark, Mesto Trenčín, Reactive lab, Across, ... Okrem toho tvorí dizajn plagátov a publikácií, zúčastňuje sa na početných výstavách, festivaloch a workshopoch.

Emil Drličiak is one of the most important of Slovakian graphic designer. He graduated from the Department of Design at the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava under Prof. Longauer's supervision (1991-1997). He continued his studies at several semestral studying programs at Ecole de Beaux-Arts, Saint Etienne (1994) and at the Academy of Fine Arts Zagreb/ Akademija za Likovno in Umetnost v Ľubl'ane (1995). Since 1990 he has run pedagogically his own studio at the Department of Graphic Design at the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava. In 1997 he successfully commenced his carrier as a theatre scenographer in both the Czech Republic and Slovakia. Theatrical stage became a proper place for his artworks that exceed the rigid borders of graphic design toward the liberal art. Drličiak's creation is typical of detailed expression, creating almost mathematically precise constructions, based on exact rules. Short lines, mysterious figures, grouped hexagons – function pictures. His works are held in the collection of Slovak National Gallery. His graphic designs for The Oskár Čepan Award are especially remarkable.



1

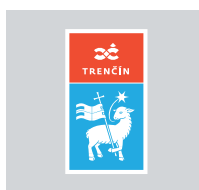


2

MESTSKÉ
DIVADLO
ŽILINA



3



4

- 1 REACTIVE LAB
- 2 ÚSTAV PAMÄTI NÁRODA
MEMOIRS OF NATION INSTITUTE
- 3 MESTSKÉ DIVADLO ŽILINA
CITY THEATRE OF ŽILINA
- 4 TRENČÍN
- 5 EDEA – EMIL DRLIČIAK ATELIÉR



5



Pavel Choma

V tvorivej práci sa dotýka takmer všetkých oblastí grafického dizajnu a výstavníctva. Venuje sa aj voľnej tvorbe a výtvarným prácam v spojení s architektúrou (Múzeum mincí a medailí v Kremnici, Galéria J. Koniarka – Trnava, SNM Bratislava – Biodiverzita, Pražské Quadrienále 2007, výstavy SNM Martin – Chute a vône Slovenska, Tá pravá šálka kávy, medzinárodné putovné výstavy pre SNM Bratislava: Slovensko v 16. – 19. storočí, Magická Osmička v dejinách Slovenska...). Narodil sa v roku 1950 v Žiline. Študoval na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave na oddelení grafického dizajnu u prof. Jozefa Chovana. Dlhé roky sa venuje pedagogickej činnosti. V roku 2003 habilitoval na docenta a v súčasnosti pôsobí ako vedúci ateliéru a vedúci katedry vizuálnej komunikácie na VŠVU v Bratislave. Žije v Žiline, kde od roku 1992 vedie vlastné štúdio grafického dizajnu. Vystavoval na viacerých individuálnych aj kolektívnych domácich a zahraničných výstavách, je držiteľom niekoľkých ocenení za tvorbu (Cena M.Benku, Master's Eye Awards, C.E.S.A.R...). Jeho diela sú v zbierkach súkromných zberateľov i v galériách.

The creative activity of Pavel Choma covers almost all areas of graphic design and exhibitions. He also dedicates to liberal art and art work in connection to architecture. He was born in Žilina in 1950. He studied at The Academy of Fine Arts and Design in Bratislava under Prof. Jozef Chovan's supervision. He carries out his pedagogical activities for a long period of time. Since 2001 he has been working at the Department of Graphic design at the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava where he runs a separate graphic design studio. He lives in Žilina. Pavel Choma is one of the most important artists of his generation. He also has run his own graphic design studio in Žilina since 1992. His poster designs were recognized by an International Poster Triennial Award in Trnava and his artworks were displayed regularly at the significant posters and graphic design exhibitions. He was one of those artists who were given Martin Benka Award for realisation of exposition in Orava Gallery. He has received The best books of Slovakia Award. His artworks are found in private and public collections.



1



2



3

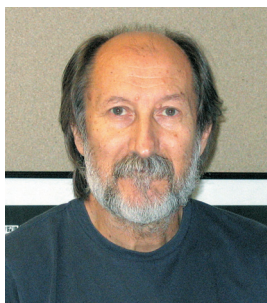


4

- 1 AARHUS
- 2 KAROLÍNA
- 3 HANULIAK
- 4 FILMOVÝ ÚSTAV
- 5 ATELIÉR CHOMA
STUDIO CHOMA



5



Dušan Junek

Grafik-dizajnér, pedagóg, publicista, autor kultúrnych projektov, výstav a akcií. Patrí k vedúcim osobnostiam zakladateľskej generácie moderného grafického designu na Slovensku a je rešpektovanou autoritou v spoločenstve grafikov-dizajnérov doma a v zahraničí. Narodil sa v roku 1943 v Piešťanoch. Študoval na Fakulte architektúry Slovenskej vysokej školy technickej a na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave. Venuje sa tvorbe v celej šírke disciplín grafiky vizuálnych komunikácií. Je autorom grafickej tváre vyše 20 slovenských, československých a zahraničných firiem a inštitúcií, ktorým navrhol a realizoval jednotný vizuálny štýl, o.i.: Poist'ovňa Union, Bankové centrum Slovenska, Poist'ovňa Dôvera, Harmanecké papierne, Slovenské národné divadlo, Divadlo L+S Lasicu a Satinského, Danakta Group Kopenhagen, Poľský inštitút v Bratislave, Slovak Gold Foundation... Usporiadal 22 samostatných výstav, zúčastnil sa na vyše 400 kolektívnych výstavách po celom svete. Je autorom vyše 160 plagátov vystavených a ocenených na bienále a trienále. Získal vyše 30 domácich a medzinárodných cien.

Junek Dušan is a graphic designer, schoolteacher, publicist, professional consultant, author and organiser of events, projects and exhibitions. He was born in 1943 in Piešťany and graduated from the Faculty of Architecture of the Slovak University of Technology and at the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava. He dedicates to all visual communication graphics. He is the author of graphic realisation of more than 20 Slovakian, Czechoslovakian and international companies and institutions for which he has designed and created single visual style, for example: Tatra Bank, Union Insurance Company, Slovak National Clearing Centre, Slovak Gold Foundation, SHP Harmanec, Tatras National Park, Dôvera Insurance company, Multi Kino Prague, Slovak National Theatre, Studio L+S Lasica and Satinský, World Congress of Poets Bratislava, B.C. Consulting, Polish Institute in Bratislava, Danakta Group A/S. He has arranged 22 separate exhibitions. Dušan Junek displayed his artwork at more than 400 collective exhibitions at home as well as abroad, especially at the important international poster biennial and graphic design exhibitions.



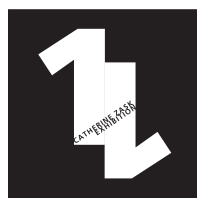
1



2



3



4

- 1 POSTER DESIGN
- 2 DESIGN IN JAPAN
- 3 ČASOPIS I 21
MAGAZINE I 21
- 4 CATHERINE ZASK EXHIBITION
- 5 INSTYTUT POLSKI
POLISH INSTITUTE



5

FULL SERVICE ADVERTISING AGENCY

Bellušova 4, 974 01 Banská Bystrica, www.enterprise.sk

