

Vizualne smernice

Union ART natečaj: Tvoj mural. Naš zmaj.

1. KONTEKST

Union Experience dobiva novo vizualno znamenitost.

Na notranjem vhodnem prostoru v muzej želimo ustvariti **unikatno umetniško delo z motivom**, ki bo odražal Union in ki bo postal prepoznaven del prostora, muzeja in izkušnje obiskovalcev.

Ne iščemo klasičnega reklamnega grafita. Iščemo **avtorsko interpretacijo našega priljubljenega piva Union**, ki lahko živi v prostoru kot samostojno umetniško delo, hkrati pa se organsko poveže z zgodbo Union Experience - Pivnice Union, mestne pivovarne, muzeja in Ljubljane ter kulturo urbanega ustvarjanja.

Cilj je ustvariti prostor, čez katerega se ne gre samo sprehoditi – ampak se je treba ustaviti, pogledati in se ob njem fotografirati.

2. KAJ IŠČEMO?

Osrednji motiv natečaja je interpretacija blagovne znamke Union.

UNION. DOMA MED PRAVIMI PRIJATELJI.

Že generacije Union povezuje ljudi tam, kjer prijateljstva postanejo pristna. Ne skozi velike besede. Temveč skozi skupne trenutke in iskrene pogovore. Tam, kjer se počutiš doma.

Zato je zmaj več kot simbol. Je znak, da si doma. Da si del zgodbe, ki povezuje ljudi, mesto in generacije.

Zato je tudi Union rdeča več kot barva.

Je energija srečanj.

Je samozavest Ljubljane.

Je ozadje nepozabnih trenutkov, ki jih delimo s prijatelji.

Ko vidiš zmaja in ikonično rdečo, veš, kaj predstavlja Union: pripadnost, pristnost in prijateljstvo, na katerega se lahko vedno zaneseš.

Pomembno je, da ima **močan avtorski karakter**.

Želimo si rešitev, ki bo delovala že na prvi pogled, vendar bo ob nadaljnjem opazovanju odkrivala nove detajle.

Ključno vprašanje za avtorja:

Kako bi ti narisal/a Union, ki bi lahko postal nova vizualna ikona Union Experience?

3. VIZUALNA AMBICIJA

Delo naj bo:

- **IKONIČNO**
Motiv mora biti dovolj vizualno močan, da si ga obiskovalec zapomni.
- **AVTORSKO**
Ne iščemo generične podobe zmaja ali že videnega street-art motiva.
- **URBANO**
Delo lahko črpa iz jezika grafita, street arta, ilustracije, tattoo kulture, pop kulture, sodobne umetnosti ali drugih urbanih vizualnih jezikov.
- **FOTOGENIČNO**
Prostor mora dobro delovati v fotografiji, videu, Reelsih in Storiesih. Zaželen je 3D efekt na določenih delih.
- **PROSTORSKO**
Motiv mora upoštevati arhitekturo, vhod in se razlije čez dejansko dimenzijo prostora.
- **BREZČASNO**
Želimo delo, ki bo vzbujalo pozornost tako danes kot tudi čez nekaj let.

4. KAJ NAJ MOTIV VSEBUJE?

OBVEZNI ELEMENT

➔ **ZMAJ** - je edini vsebinski element, ki ga želimo vključenega.

DOVOLJENO / ZAŽELENO

Avtor lahko po lastni interpretaciji vključi elemente, povezane z:

- Ljubljano
- urbanim okoljem
- pivovarstvom
- pivnico
- dediščino Uniona
- obiskovalci muzeja
- mestnimi zgodbami
- humorjem
- sodobno kulturo

Vendar ti elementi **niso obvezni**.

Ne želimo, da bi motiv postal ilustracija vseh elementov znamke na enem mestu.

5. ČESA NE ŽELIMO

- ➔ **GENERIČNEGA ZMAJA:** Ne iščemo stock ilustracije, klasičnega fantasy zmaja ali motiva, ki bi lahko stal na kateremkoli festivalu.
- ➔ **KLASIČNEGA OGLASA:** Stena naj ne deluje kot velik oglasni pano. Union branding naj bo subtilen in premišljen.
- ➔ **PREOBREMENJENEGA MOTIVA:** Ne želimo vizualnega kaosa, v katerem se izgubi glavna ideja.
- ➔ **KOPIRANJA:** Delo mora biti originalno in avtorsko.
- ➔ **GENERIČNEGA STREET ARTA:** Samo zato, ker je nekaj narejeno s sprejem, še ne pomeni, da je street art.

Iščemo **idejo + karakter + izvedbo.**

6. STIL

Natečaj je **odprt različnim umetniškim pristopom.**

Možni so na primer:

- klasičen graffiti
- contemporary street art
- ilustracija
- abstraktna interpretacija
- figurativna umetnost
- grafični pristop
- mixed media
- ročno risana estetika
- nadrealizem
- pop-art
- minimalistična interpretacija

Ne želimo omejevati umetniškega izraza.

Avtor naj izbere tehniko in vizualni jezik, ki najbolje podpre njegovo interpretacijo vsebine.

Zaželen je dodan 3D element določenega dela poslikave.

7. BARVNI SVET

Barvna paleta naj bo **premišljena glede na prostor in znamko Union**, vendar ne želimo, da bi bil rezultat avtomatsko videti kot standardni element znamčenja.

Priporočilo:

TEMELJ:

- temnejši / nevtralni toni
- naravni ali industrijski odtenki

AKCENT

- Union rdeča kot možnost poudarka
- kovinski / zlati poudarki
- svetlejši kontrasti

ALTERNATIVA

Avtor lahko predlaga tudi **popolnoma svojo barvno paletto**, če ta bolje podpira koncept.

Barva naj služi umetniškemu delu, ne obratno.

8. ODNOS DO UNIONA

Union želimo skozi projekt predstaviti kot:

znamko, ki ni samo pivo, ampak del mestne kulture, zgodovine in sodobnega urbanega življenja.

Zato naj delo ne bo dojeto kot klasična komercialna poslikava.

Union je **kontekst**.

Zmaj je **protagonist**.

9. SOCIAL & PHOTO POTENCIAL

Pri zasnovi naj avtor razmisli tudi o tem, kako bo delo delovalo v interakciji z obiskovalcem.

Želimo si motiv, ob katerem se ljudje:

- Fotografirajo
- Ustavijo
- postavijo pred steno in posnamejo Story / Reel
-

BONUS

Še posebej zanimive so rešitve, ki omogočajo **vizualno interakcijo med človekom in poslikavo**.

Na primer:

- zmaj, ki »gleda« obiskovalca,
- element, ki se nadaljuje okoli človeka,
- prostor, ki obiskovalca vizualno vključi v motiv,
- iluzija globine,
- nepričakovan detajl, ki se pokaže šele pri fotografiranju.

To ni obvezno – je pa zaželeno.

10. FUNKCIONALNE ZAHTEVE

Predlog mora upoštevati dejanski prostor.

Avtor pri pripravi zasnove prejme:

- fotografije prostora,
- dimenzije stene,

Za dodatne tehnične informacije se lahko obrnete na union.experience@heineken.com

Predlog mora biti realno izvedljiv na lokaciji.

Končna izvedba bo pred izvedbo tehnično usklajena z izbranim avtorjem.

11. KAJ PRIČAKUJEMO OD PRIJAVITELJA?

Prijava naj vsebuje:

- Idejna zasnova – prikazana v obliki skice, načrta ipd.
- **Opis koncepta** - kratek opis ideje in avtorske interpretacije.
- **Prikaz v prostoru** - vizualizacija oziroma mock-up predloga na dejanski steni.
- **Tehnika** - opis predvidene tehnike izvedbe.
- **Materiali** - seznam potrebnih materialov.
- **Ocena materiala** - ocenjen strošek materialov za izvedbo.

12. KRITERIJI OCENJEVANJA

Komisija predloge ocenjuje po petih jasnih kriterijih:

- **IDEJA** Je koncept zanimiv, izviren in zapomnljiv?
- **AVTORSKOST** Ima delo prepoznaven lasten karakter?
- **VIZUALNA MOČ** Ali stena prostor deluje kot močna vizualna točka?
- **PROSTOR** Ali predlog dobro izkoristi konkretno lokacijo?
- **IZVEDLJIVOST** Ali je rešitev realno izvedljiva v predvidenih pogojih?

Ne iščemo »najlepše ilustracije«, ampak iščemo **najbolj celovito rešitev za prostor.**