

Különleges, új imázssal jelentkezett az ESSENZE

Kiugró karakterré válsz, ha ESSENZE van a kezében

Különleges vizuális arculattal és erre épülő imázskampánnyal rukkolt elő februárban az **ESSENZE** márka. A **Continental Dohányipari Zrt.** füstszűrős szivarkája által kínált **exkluzív élményt** egy fiatal **vizuális művész fogalmazta meg** a képek nyelvén. A tizenkét **fotóból álló sorozat** minden egyes eleme az ESSENZE szivarkát jeleníti meg egy-egy, az **eleganciát és a magabiztosságot** megtestesítő szereplő kezében. Ami igazán rendhagyó ezekben a képekben, hogy minden egyes karakternek **csupán a kezét látjuk**, mégis, szinte megjelenik a szemünk előtt a teljes ember. Az alkotóval, **Urbán Sofiyával** beszélgettünk.

Az általad készített fotókon különböző nemű, bőrszínű és társadalmi státuszú emberek tartják a kezükben hol magát az ESSENZE szivarkát, hol annak dobozát. Milyen szempontok alapján választottad ki ezeket a karaktereket?

A sokszínűség, diverzitás mindig is fontos volt számomra. Emiatt is jelenik meg a nemi egyenlőség, többféle bőrszín és társadalmi státusz a kampányban. Három etnikumot választottam: ázsiai, európai és afrikai. Mindegyik képnek van egy jelzője, és minden karakternek egy külön mozdulata, attól függően, hogy hogyan tartja a szivarkáját. Ez megadja az ívét az egész koncepciónak. Azt próbáltam megfogalmazni képileg, hogy mennyire jellemez egy adott személyiséget az, hogy miként tartja a szivarkáját. Olyan kampányt szerettem volna, amelyben minden modell egy külön karakter, egy külön személyiség, ezáltal képes legyen bárkit megszólítani.

Milyen instrukciókat kaptál a megbízói oldalról, hogyan nézett ki a brief?

Amikor elkezdtem beszélgetni a Continental csapattal, elmesélték az ő víziójukat erről a termékről. Az ESSENZE esszenciája szemléletesen a következő: amikor hazaérsz egy tevékeny nap végén, kitöltés

magadnak egy pohár finom rumot, leülsz a fotelba, és egyszerűen csak élvezed ezt a terméket. Az ESSENZE élménye akkor teljeseedik ki, amikor kikapcsolod a világot, és egyszerűen csak jól érzed magad. Ezt a többféle ízben elérhető élményt, hangulatot próbáltam átadni a képeken keresztül. Hogy ez a pillanat csak a tiéd.

Hogyan találtatok egymásra a márkával?

Egy ismerős ajánlott a Continental csapatának a figyelmebe, amely épp új arculatot szeretett volna adni az ESSENZE-nek. Nekik pedig megtetszett az a képi világ, amit a munkáim képviselnek. Sokat beszélgettünk a márkáról, én magam is kipróbáltam a terméket, majd készítettem nekik egy koncepciót, melybe azonnal beleszerettek. Szerencsésnek érzem magam, mert engedtek szabadon gondolkodni, és bele tudtam vinni a saját víziómat, vizuális világomat a márka arculatába. Az pedig kezdettől fogva célunk volt, hogy ezzel a kampánnyal nemtől, bőrszínűtől függetlenül mindenkihez szóljunk, mert mind én, mind a Continental nagyon hisz az egyenlőség eszméjében. Így nagyon fontos volt, hogy a két nem egyenlőként szerepeljen, hogy a női karakterek is erősek legyenek, olyan dolgozó nők, akik elérik a céljaikat.

Számodra személyesen mit jelent ez a termék, miben más, mint például egy cigaretta?

Kevesen tudják, hogy már az eredetében is egy igazán klasszikus termék: a szivar szót Vörösmarty Mihály alkotta meg, ennek a kicsinyítésével született a szivarka, mely valahol félúton van a cigaretta és a szivar között. Egy cigit társaságban egymás után többet is elszívsz, ebből viszont csak egyet-egyet. Vittem belőle egyet egy nyílt téri irodalmi felolvasóestire. Amikor rágyújtot-

tam, azonnal feltűnt, hogy a legtöbben megnézik, mi ez. Máshogy néz ki, klasszikus és feltűnő, elegánsabb, arisztokratikus kisugárzást kölcsönöz az embernek. Kiugró karakterré válsz, ha ESSENZE van a kezében.

A fotóidon megjelenő karaktereknél nemcsak a különböző bőrszínek és styling jelenti a különbséget, hanem a kézmozdulatok is teljesen egyediek. Ezeket hogyan alakítottad ki?

Ahogy korábban említettem, mindegyik karakterhez, illetve mozdulathoz kapcsolódik egy jelző is. Szinte mindegyiket színészekről mintáztam. A tetovált modellem mozdulatát például Leonardo DiCapriótól kölcsönöztem, ő szívja így a cigarettát a Volt egyszer egy Hollywood című Tarantino-filmben. Ennek a karakternek a jelzője pedig az „adventurous”, vagyis a kalandos, az a típusú férfi, aki megszerzi, amit akar. Az „observer”, vagyis megfigyelő karakterét Humphrey Bogart ihlette, a „fierce”, vagyis vad karaktert pedig Rita Hayworth, Cathrenie Deneuve-től pedig a leginkább klasszikus női kéztartást kölcsönöztem.

A füst motívum is nagyon fontos részét képezi a koncepciónak. Meséj arról, ez hogyan készült!

A füst külön lett lefotózva és egybemontírozva a képekkel. Több ezer füstfelvétel közül választottam ki azokat, amelyek az egyes karakterekhez passzolnak. Az én mesterem Fekete István fotográfus, ő a füstfotózás művésze, így adta magát, hogy az ő stúdiójában készítsem a füstképeket. (Ahogy említettem, a kezek külön készültek, egy másik helyszínen.) Fekete István volt a segítőt a fotózás során, ami számomra szintén különleges élmény volt, hogy a mesteremmel dolgozhattam együtt.

Neked személyesen van-e kedvenced a képek közül?

Az afroamerikai férfifezet ábrázoló, THE NOBLE fotó az egyik kedvencem. A modell, akit előtte nem ismertem, azonnal értette, hogy mit akarok, és úgy tette le a kezét. A csillogó zakóval együtt ez fotográfiai szempontból is az egyik legjobb kép.

Fotósként, művészként mennyire nehéz marketingcélok mentén dolgozni?

Ha tudok egy élményt kötni a márkához, akkor tudok vele dolgozni. A reklámszakmában, ahol szintén tevékenykedem, általában megszokott az a szemlélet, hogy nagyon közvetlenül kommunikálnak. Mindent rá kell írni a képre, plakátra. Nekem fotósként sokkal izgalmasabb átadni egy érzetet, hangulatot, mint direkt üzeneteket lefordítani a képek nyelvére. Ezt a pluszt akartam beletenni az ESSENZE kampányába, és azt hiszem, ezt sikerült is.

SZERÉNYI SZABOLCS



Urbán Sofiya

Fotós, látványtervező, rendező, stylist, illusztrátor, mindent egybevetve széles spektrumú vizuális alkotóművész. A MOME-n végzett Fotográfia BA és Média Design MA szakokon. Azóta fotográfusként, valamint reklám- és filmszakmában dolgozik. Mestermunkája saját jövőbeli filmjének, a Hypnosinak a trailere volt, amely díjat nyert a Zsigmond Vilmos Filmfesztiválon.