

ВРЕДНОСТИТЕ ГРАДАТ БРЕНД, А НЕ ГРАФИЧКИОТ ДИЗАЈН

Како едно студио за графички дизајн, кое дизајнира лого, пакувања, амбалажа, книги, монографии, иновираше и се издвои по грижата за луѓето и за планетата? Ја пренесуваме инспиративната приказна на „Контура“

Маја Раванска

Висок стандард, контрола на квалитет, брзина на испорака, ориентираност кон еко и зелена практика, но и грижа за тимот, за неговото ментално и физичко здравје, за мотивот со кој доаѓа на работа, ја издвојуваат „Контура“, како едно студио за графички дизајн и печатница, чијашто бизнис-филозофија се темели на вредности. Секој што работел со нив, бил сведок на советите: „Да го намалиме форматот на летокот за два сантиметра, ништо нема да загубите, а ќе ја намали цената за 50 проценти“ или: „Не ви е потребен толку голем тираж, може да испечатиме 200 парчиња од брошурата, па ако има потреба ќе допечатиме“...

Нивните предлози, освен потребите на клиентот, ја земаат предвид околината и одговорноста што ја носат тие како бизнис:

- Ние сме печатница што печати одговорно!

Како од студио за графички дизајн прерасна во тоа што е денес „Контура“, разговараме со целиот тим.

Баже Тофиловски, сосопственик и извршен директор на „Контура“, се присетува на периодот кога почнале, во 2012 година, кога набрзо, нему и на Елена Донева (сосопственичката и креативна директорка) им станало јасно дека треба да растат – и со луѓе и со други процеси и сектори. Во 2013 година го имале првото вработување, а сега располагаат со млад, енергичен, иновативен тим составен од десетина горди „контурци“ и лојални соработници. - Паралелно се зголемуваа и секторите. Покрај графичкиот дизајн како наша основна дејност, воведовме и печатење, доработка на материјали, човечки ресурси, а од пред неколку години и сектор за иновации и развој. Во моментот опслужуваме повеќе од двесте редовни и задоволни деловни субјекти од различни индустрии, со целосни креативни

решенија и печатени материјали. Нудиме комплетна услуга во полето на креативноста, графички подготовки, висококвалитетно печатење и професионална доработка на производите, маркетинг-услуги и консултации, видеомаркетинг... Целта и во иднина останува иста, да имаме прекрасна работна средина, убава атмосфера, задоволни клиенти и проекти преку кои можеме да дадеме придонес во целото општество – вели Тофиловски.

Двете контурски магии – креативност и агилност

Ако прата контурска магија е креативноста, втората е агилноста.

Донева додава дека најважната лекција низ овие девет години им е дека човекот учи додека е жив.

- Не е дека не ја знаевме, ама еве си ја повторуваме редовно. Ако прва магија на „Контура“ е креативноста, втората е агилноста – вели таа.

Зборувајќи за разновидноста на клиентите и за нивната широка палета побарувања, посочува дека токму поради тоа околу „Контура“ се генерира жив систем на релации во сите насоки.

- На пример, денес работиме на дизајн и изработка на пакување за колачи од локален производител, брошура за СОС детско село, но, исто така, денес е и краен рок за изработка на промотивни материјали за една многу важна конференција. Тоа е систем во кој сите се суштински важни и сите добиваат еднакво внимание, но различен пристап приспособен на нивните потреби. Високопрофесионални сме во нашата област и секоја нова информација, иновација или ресурс што мислиме дека е потребен го споделуваме со нашите клиенти – раскажува Донева.

Градиме бизнис што се темели на автентични вредности

Ели Гроздановска е организациски психолог во компанијата и има огромна улога во развојот. Дошла во „Контура“ како графичка дизајнерка, но е психолог по професија, па нејзиниот капацитет го насочиле кон развојот на луѓето.

- Градиме бизнис што се темели на нашите автентични вредности и благодарение на тоа продолжува да опстојува, без разлика на турбулентните времињата во кои живееме – вели таа.

Ели раскажува дека Карл Маркс уште во 19 век говорел за отуѓувањето, како состојба на сепарација на човекот.

- Тој зборува за отуѓување на човекот од природата, од другите луѓе, од работата, каде што производите на неговиот труд, а преку тоа и есенцијата на неговото постоење, му стануваат нешто туѓо. Зборува и за отуѓување на човекот од себе и од сопствената креација. Овој негов опис важи и за светот во кој живееме денес. Живеејќи и работејќи во еден ваков свет, ние се трудиме да бидеме колку што е можно почовечни, притоа следејќи ги нашите автентични вредности преку кои се доближуваме до другите – раскажува Гроздановска додавајќи дека на една работилница ги утврдиле вредностите на „Контура“: општествена одговорност, сплотеност, професионалност, иновативност, стремеж, среќа. Додава дека вредностите, како имплицитни мотиватори, имаат значаен дел во животот и во работата.





Автентична, одговорна и зелено насочена компанија

Во основата на „Контура“, појаснува Донева, е и нивната замислена слика каква треба да биде една современа македонска компанија.

- Најбитно од сè е да биде искрена и автентична, а потоа да вложува и транспарентно да ги манифестира своите вредности. Да биде партнер со своите вработени, но и со соработниците и клиентите. Да рециклира, да користи рециклирани материјали и да има изградена висока еколошка свест. Да се однесува одговорно и домаќински со ресурсите што ги користи, независно какви се - финансиски, човечки, производствени - вели таа.

Затоа, „Контура“ употребува еколошки и природни производи, екомашини, нуди печатење на рециклирана хартија. Во време во кое царува глобализацијата, интернетот, социјалните медиуми и визуелните комуникации, појаснува Донева, малку и се изгубивме кои сме и што сме, поттикнати од конsumerизмот, кој нè напаѓа од сите страни:

- Тоа полека се надминува и сè помалку купуваме убави нешта со несоодветен квалитет и ги игнорираме потребите што ни се вештачки создадени. Денес еден од столбовите на маркетинг-стратегииите е и циркуларната економија и тоа треба да биде вградено во самото создавање на името и на визуелниот идентитет, стилот, гласот, тонот со кој се комуницира. Вредностите градат име, а не графичкиот дизајн! Тој е само начин како сево ова полесно да стигне до тој што треба да ја види или чуе информацијата - вели Донева.

Кога станува збор за инвестирањето во човечкиот капитал, Гроздановска споделува дека тргнуваат од индивидуалните потреби, интересите и уникатноста на секој член:

- Максимално се трудиме да градиме и одржуваме позитивна организациска култура и секогаш се залагаме за лојален и транспарентен однос, кој, секако, е двонасочен. Посебно е акцентирана грижата за менталното здравје на работното место - поединечно и на ниво на тим што работи заедно. Неизбежен дел е развојот и професионалното надоградување во согласност со потребите на секој „контурец“. Сите „контурци“ се значајни бидејќи сите заедно ја градиме „Контура“.

- Останувајќи искрени пред себе и светот, се обидуваме да придонесеме во градењето на едно подобро утре за сите. Клиентите успеваат да ги препознаат нашите искрени заложби и да ни се придружат во оваа креација.

Дизајнерот Владимир Антовски 13 години вежба традиционални јапонски борачки вештини, па извлекува поука од тоа искуство.

- Многу често луѓето се фасцинирани од талентот, луѓе, кои штом ќе почнат да вежбаат или да прават нешто, веднаш разбираат, ги прават точно зафатите и движењата. Многу често тој талент ги прави мрзливи и многу брзо знаат да изгубат интерес. Во доцното во кое јас вежбам, има безброј примери за вакви луѓе. Речиси секогаш се помалку успешни од луѓе што немаат или имаат многу малку талент, но посветеноста, жртвувањето, конзистентноста и лојалноста кон доцното ги носи таму каде што талентираниите воопшто нема да стигнат. И не само во доцното, истото важи и за дизајнот и за сите други области. Секако, има исклучоци, но успехот се постигнува со второто - вели тој.

Идејата како императив

Дизајнерот Боби Аврамовски, говорејќи за спецификите на дизајнот на 21 век, споделува дека идејата диригира сè.

- Разликите меѓу рекламирање, графички дизајн и ликовна уметност, практично, исчезнаа. Тие споделуваат многу заеднички елементи, теории и принципи, но во графичкиот дизајн суштината е да се даде ред на информациите, форма на идеите, изразувањето и чувство на артефакти што го документираат човечкото искуство. Во ова современо море на информации еден од трендовите што мене ми се допаѓа и има сè поголема употреба е користењето реални слики од реални луѓе, со сите нивни мани и уникатност. Ни здодеаја веќе тие совршени и

нереални фотографии и веќе не им веруваме. Луѓето ги користат графичките дизајнери како алатка за визуелно да ја реализираат својата идеја, значи фокусот е во идејата. Добриот графички дизајнер ќе си ја заврши својата работа и ќе создаде концепт преку кој таа идеја на најлесен / провокативен / освестувачки / едукативен, каков и да е начин што е потребен во моментот, ќе стигне до својата публика – вели Аврамовски.



КОНТУРА

фабрика за дизајн, графички проекти и печатење

www.kontura.mk



Нè мотивира влијанието во креирање подобра иднина за сите нас

Димитар Ангелов, дизајнерот што меѓу првите се приклучи на тимот на „Контура“, споделува дека е исклучително горд на многубројните успешни проекти, соработка, производи и награди.

- Најголемо задоволство ни претставува кога соработуваме со компании и со организации, чишто вредности се совпаѓаат со нашите, на „Контура“. На пример, неодамна имавме можност, преку креирање визуелен концепт, да соработуваме со една таква компанија, „Zero

Waste“ од Скопје, која е предводена од двајца млади ентузијастички, кои се подготвени да направат позитивно влијание врз општеството. Уште еден пример е настанот на тема „По стапките на забравените...“, за кој „Контура“ направи промотивна содржина, целосно изработена од рециклирани материјали. Самиот концепт за нула отпад и зголемување на екосвеста, сè што нè прави подобри, е мотив за нас како тим да излеземе в пресрет и да го дадеме нашиот максимум за подобра иднина за сите нас – вели Ангелов.

