

źródło: www.tygodnikkrag.pl

Od kilku miesięcy Bytom Odrzański promuje się billboardami, których głównym bohaterem jest kot z miejscowej legendy. Autorem plakatów jest nowosolanin Michał Talarczyk.

Krzysztof Koziół: Skąd wziął się pomysł na kota na plakacie?

Michał Talarczyk, pomysłodawca i autor plakatów: - Zaczęło się od tego, że mój były nauczyciel historii i religii z „Elektryka” Sławomir Gargasiewicz dowiedział się, że burmistrz Bytomia Odrzańskiego Jacek Sauter myśli o oryginalnej kampanii promującej miasto. Ponieważ wiedział, że studiuję na kierunku artystycznym, polecił mnie burmistrzowi. Ten się ze mną skontaktował i poprosił o portfolio. Powiedział, że kota w worku nie kupi (śmiej). Pojechałem do Bytomia z laptopem pełnym swoich projektów i dostałem od burmistrza materiały dotyczące miasta i jego historii.

Na ich podstawie miał pan coś wymyślić?

Przyznam, że na początku nie miałem pomysłu, jak to zrobić. Ale gdy zobaczyłem zdjęcie kota odlanego z brązu, który stoi na rynku, błyskawicznie pojawiła się inspiracja. A potem to już poszło. Kiedy pojechałem pokazać burmistrzowi pierwszy projekt, zebrała się duża grupa pracowników urzędu. Plakat się spodobał, szczególnie to, że koncepcja była zupełnie inna, niż stosowana zwykle w takich kampaniach promocyjnych. Głównym założeniem billboardu jest to, żeby był czytelny, by mógł go zobaczyć i zapamiętać kierowca przejeżdżający główną ulicą Bytomia, który spojrzy na niego przez kilka sekund. Dlatego na plakacie jest mało tekstu, postawiłem na obraz.

Kot na billboardzie zawsze jest biały, podczas gdy same plakaty zawierają pełną gamę kolorów. Dlaczego?

Bo jeśli się jedzie w nocy, to biały kot odbija się na tym kolorowym tle. Bo mimo że kot stanowi już integralną część miasta, to na plakacie nie ma się wtapiać w tło, tylko wyróżniać.

Jak powstaje projekt?

Najczęściej zaczynam od szkicu ołówkiem na papierze. Gdy główny zamysł jest już gotowy, skanuję szkic i obrabiam w komputerze w programie graficznym. Po akceptacji plik elektroniczny trafia do drukarni.

Długo trwa przygotowanie jednego plakatu?

Czasami pomysł wpadnie mi do głowy od razu, a kiedy indziej proces myślowy trwa tydzień, czy nawet dwa tygodnie.

To pana pierwsza kampania promująca miasto?

Tak, ale pomysłów na promocje miast mam wiele, choćby na Koźuchów czy Żagań. Nawet myślałem, by odezwać się do władz tych miast, ale mam tremę...

A może jednak warto? Szczególnie po tak dobrym odbiorze kampanii w Bytomiu.

Rzeczywiście, teraz mam „podkładkę”. Może mnie pan tą rozmową podbuduje na tyle, że się odważę?

Namawiam gorąco... A Nowej Soli by pan coś wymyślił? Pańska „kreska” bardzo mi się podoba, jest taka lekko satyryczna.

Taka ma być (śmiech). Jest zaczerpnięta z komiksu.

Już widzę oczami wyobraźni krasnala w takim stylu jak kot...

Właśnie, krasnal! Mi też nasunęło się to automatycznie. Mam pewien pomysł, który błąka się w głowie, ale oczywiście dla Nowej Soli musiałbym znaleźć indywidualny styl, żeby nie kopiować bytomskiego kota.

Dziękuję.

Tygodnik Krąg

Krzysztof Koziółek