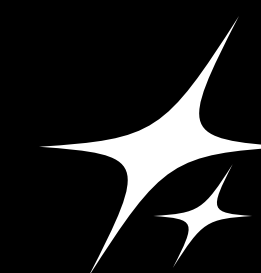


Erik Vilim

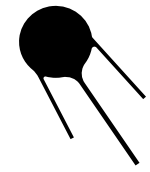
PORTFÓLIO
2023–2026



erik.vilim1@gmail.com
+421 911 216 911

Konflikt...

2023 ✨



- + Logo
- + Brand Identity
- + Copywriting
-

Projekt Konflikt mal za cieľ vytvoriť vizuálnu identitu pre mediačnú kanceláriu, ktorá by cieľila na strednú a mladú generáciu. Samotný názov bol zvolený na základe prieskumu SEO. Ukázalo sa, že ľudia používajú na vyhľadávanie slovo konflikt a vyhýbajú sa odbornejšiemu pojmu spor či súdne konanie. Potenciálni klienti, ktorí vyhľadávajú túto službu, sú dlhodobo v konflikte, častokrát navštevujú stránku frustrovaní a nahnevaní. Vizuálna identita mala preto pôsobiť upokojujúco a dôveryhodne.

Konflikt...

Mediačná kancelária

Konflikt...

Mediačná kancelária

Konflikt...

Mediačná kancelária

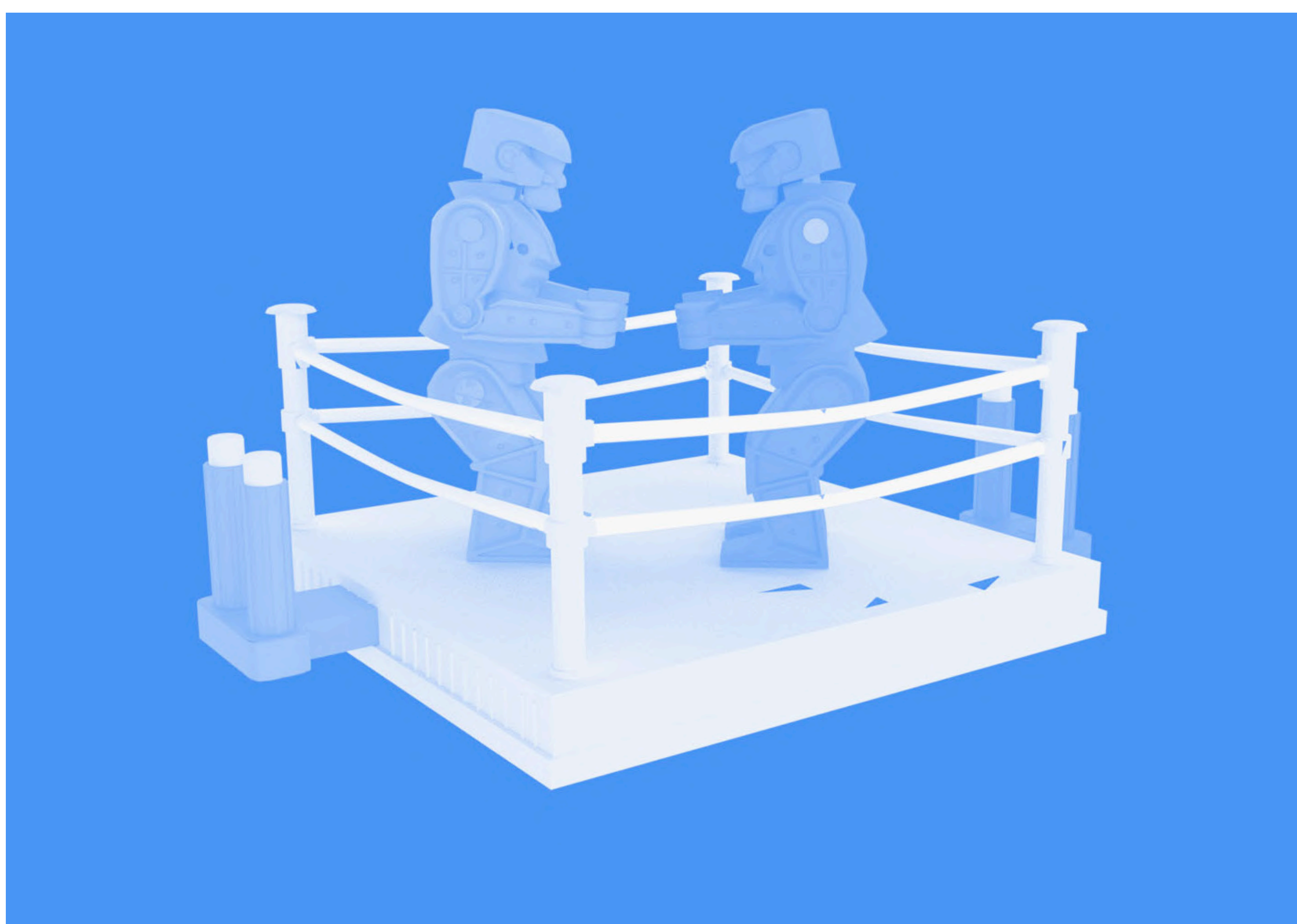
Logo

2023



Hlavný vizuálny element
čerpal z hry – zápasu
dvoch strán. Jeho cieľom
bolo odľahčiť náročnú
situáciu klientov mediačnej
kancelárie, ktorí sú v spore.

2023



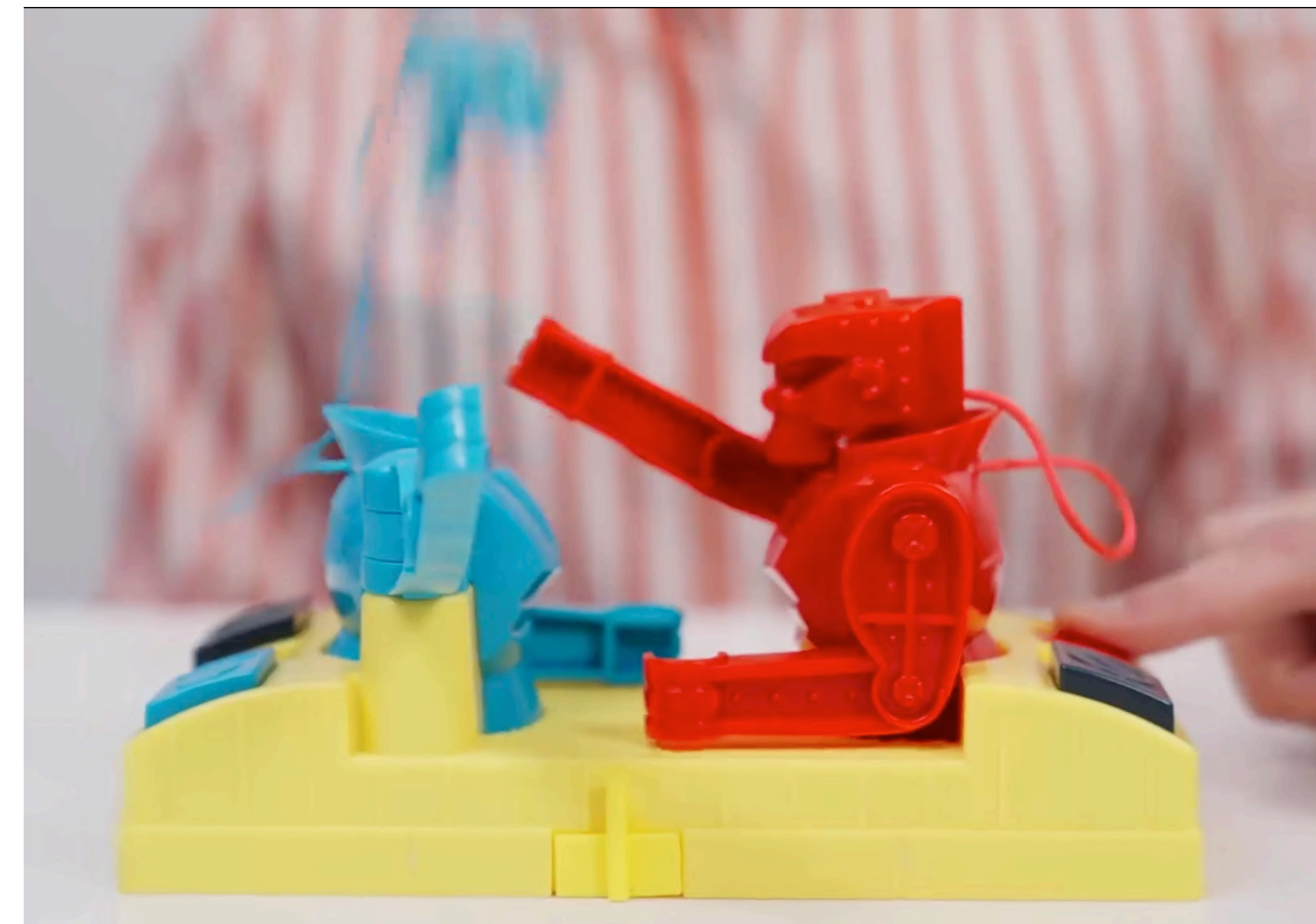
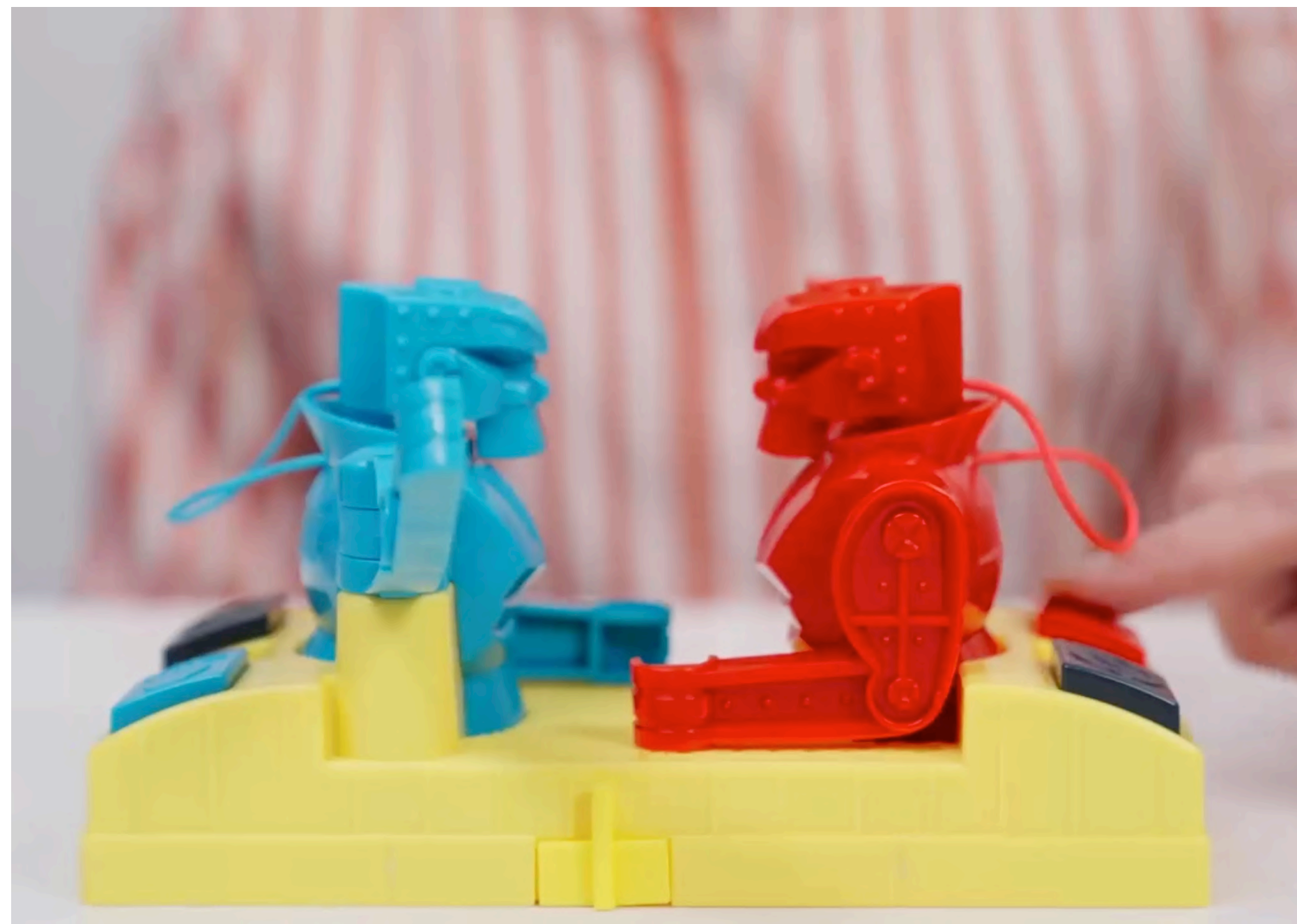
© Erik Vilím ●

○ ○

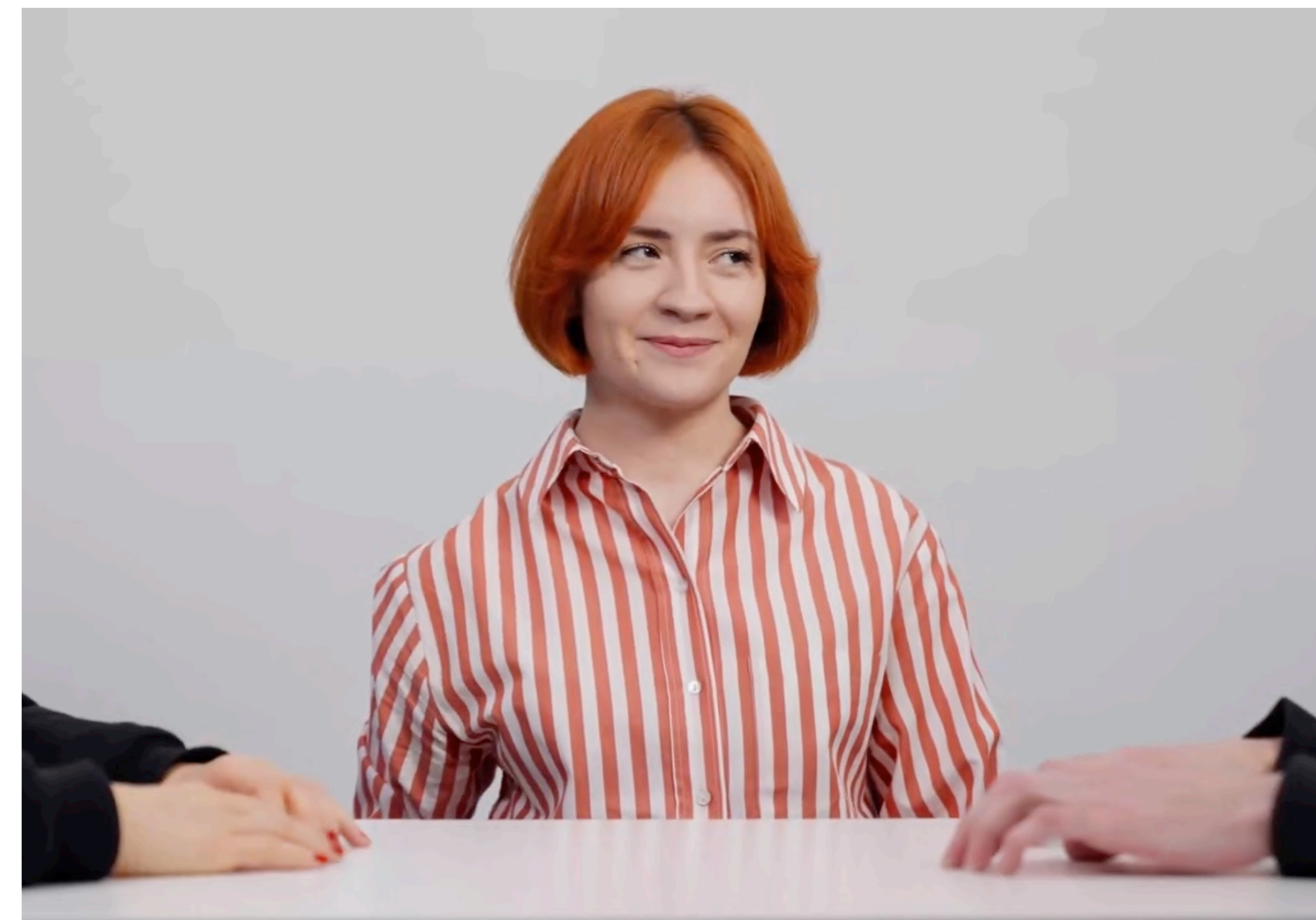
○

006

Commercial
Video Spot



2023



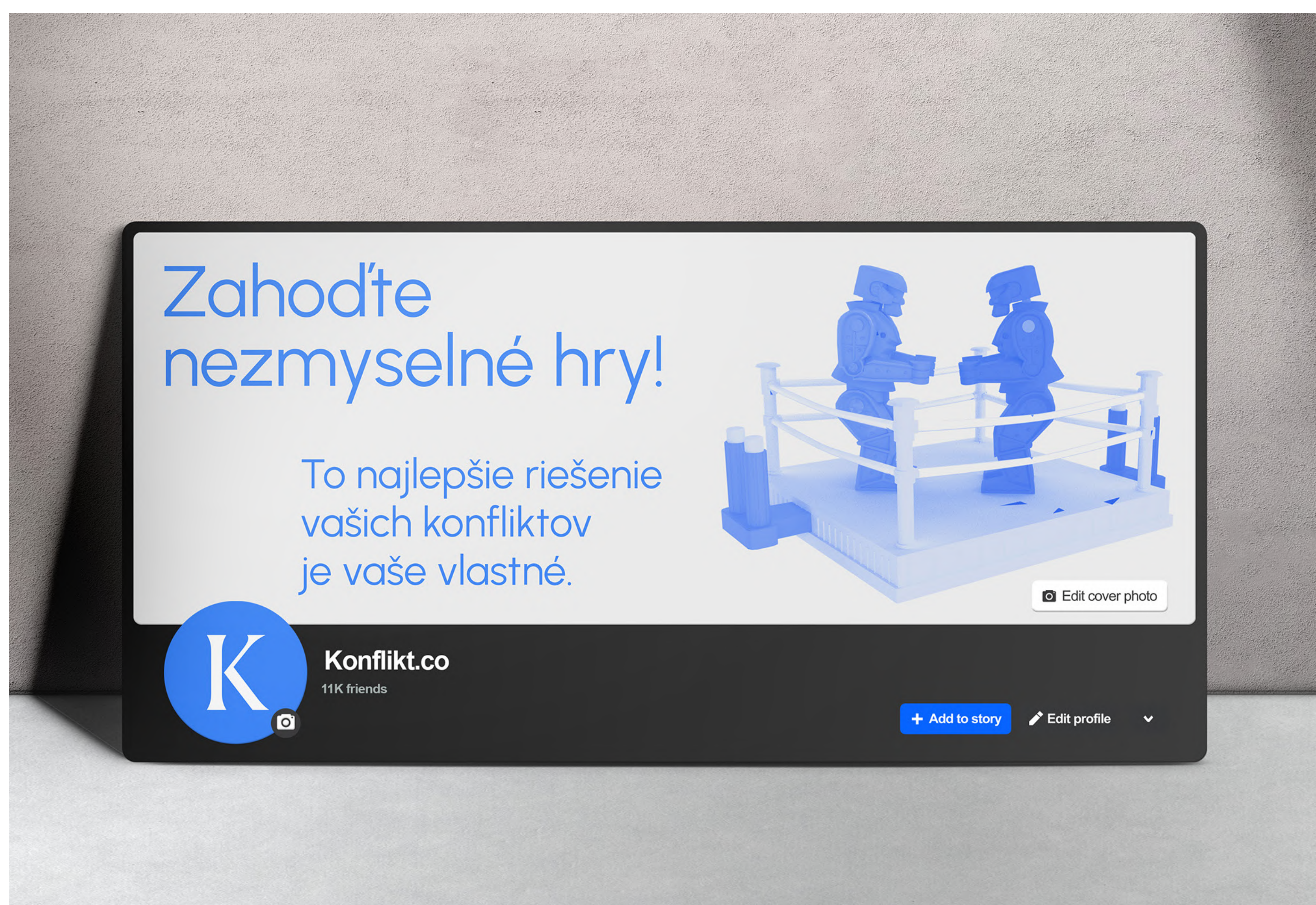
© Erik Vilím ●

○ ○

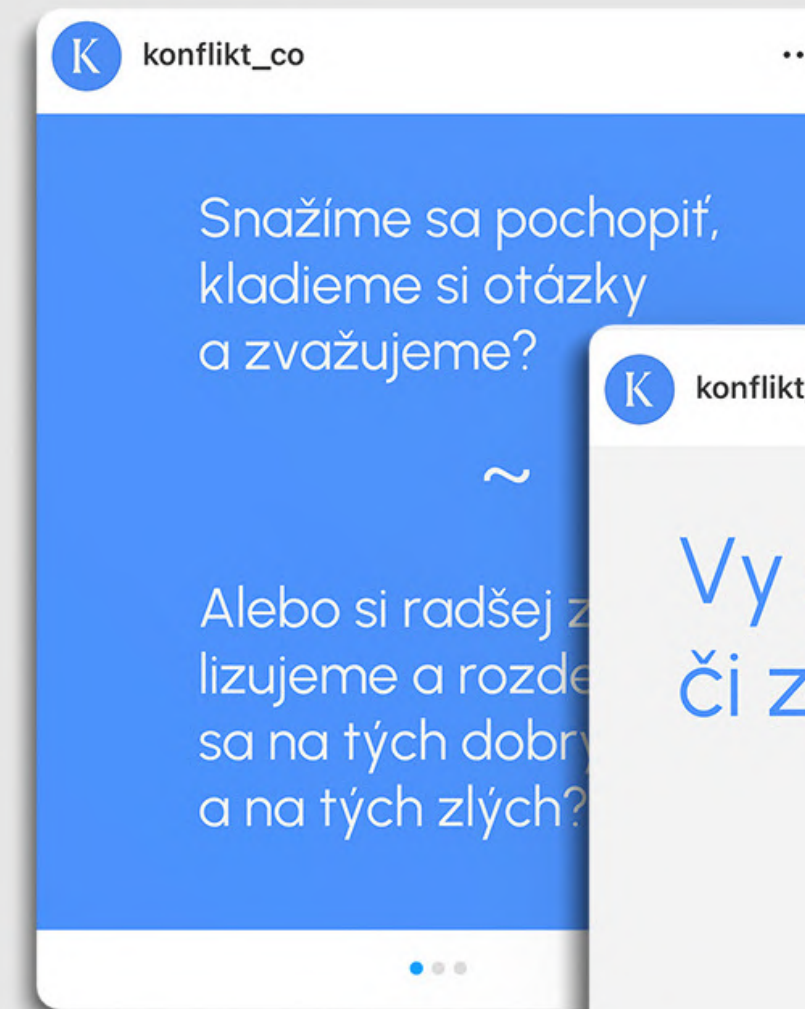
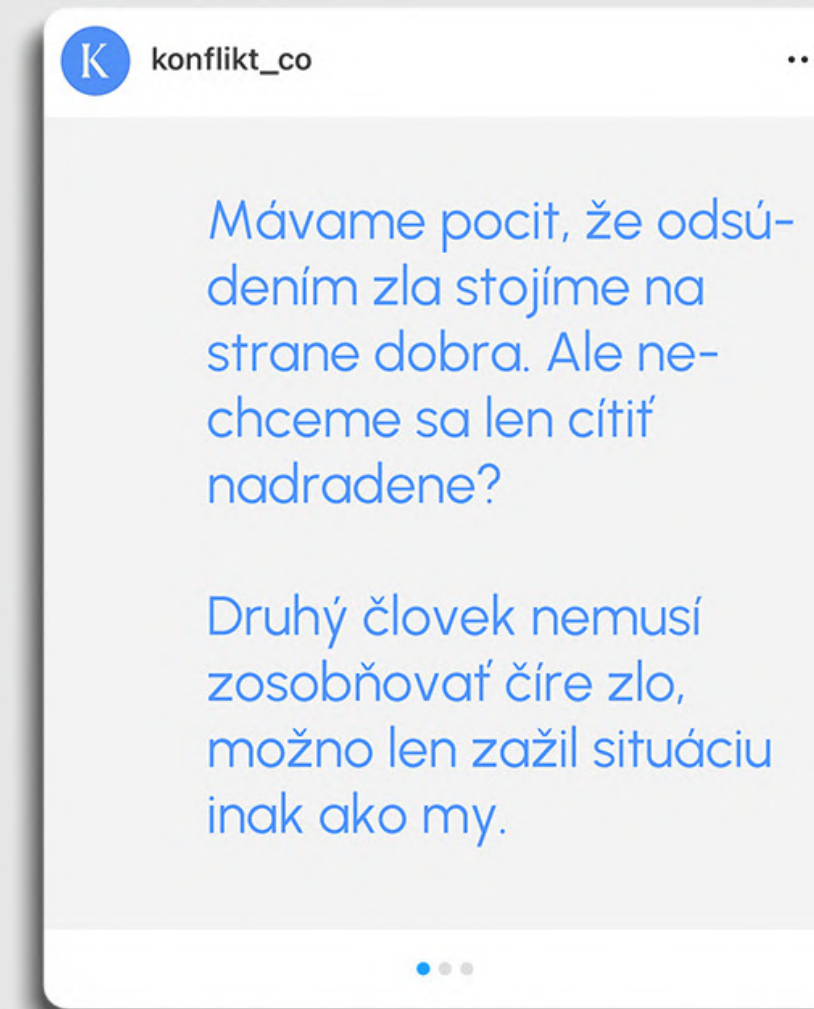
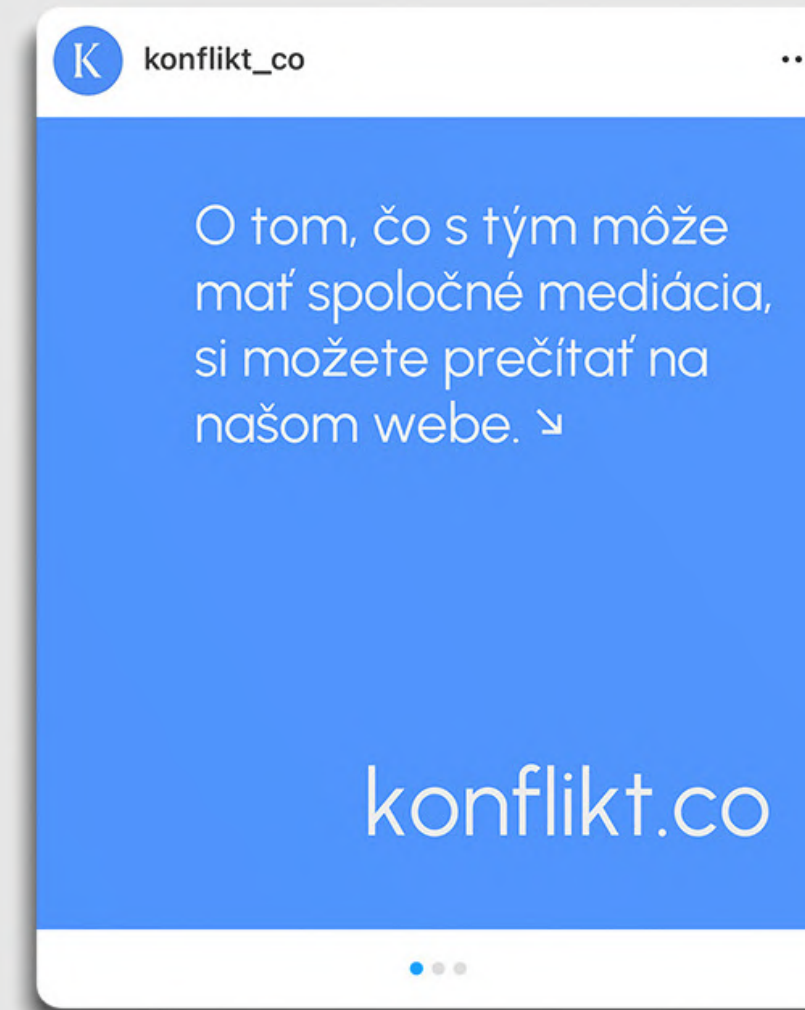
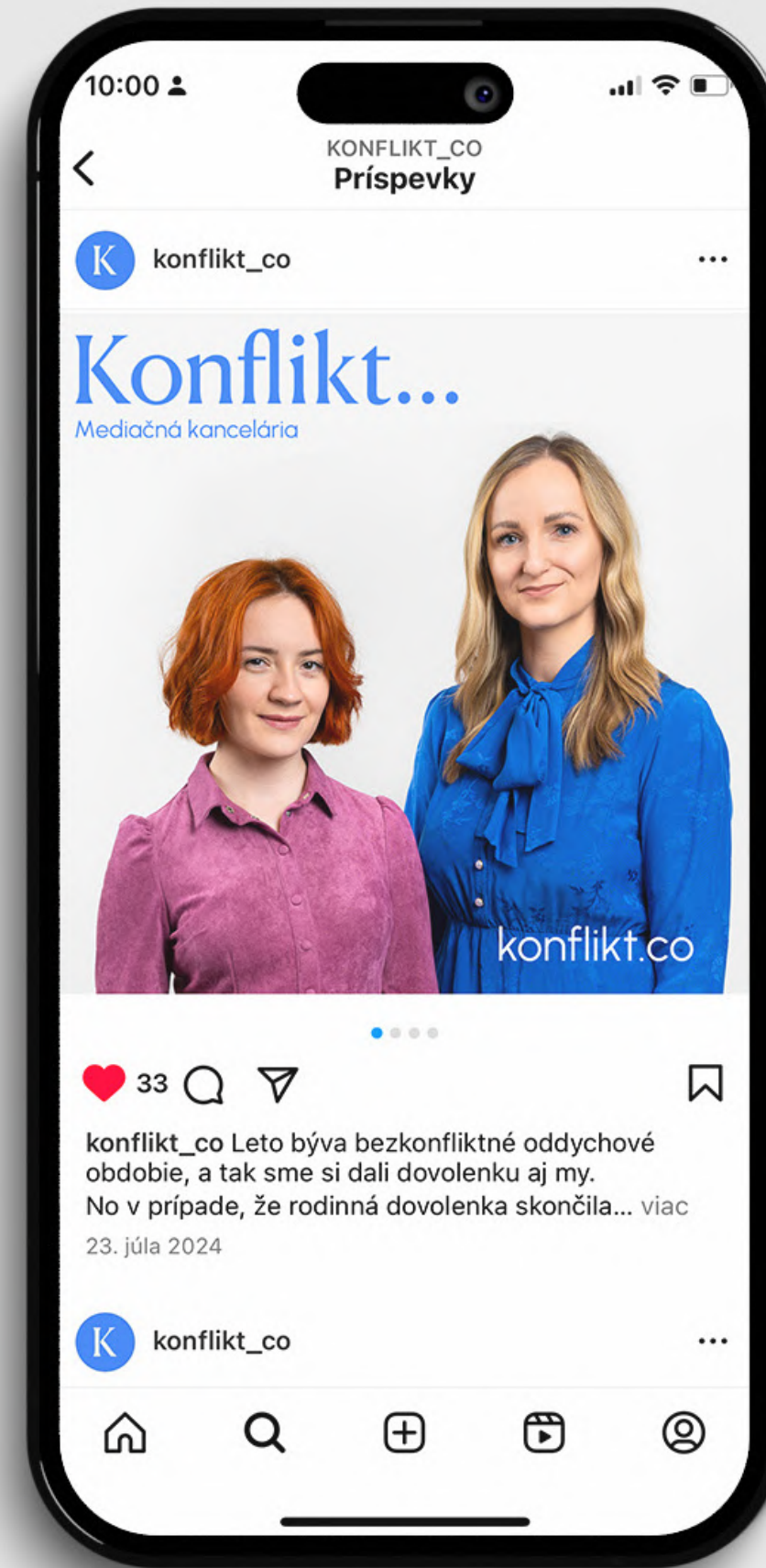
○

007

2023



2023

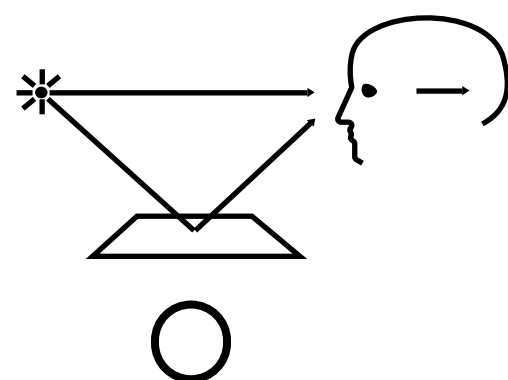


Cudzia láska

2024 ✨

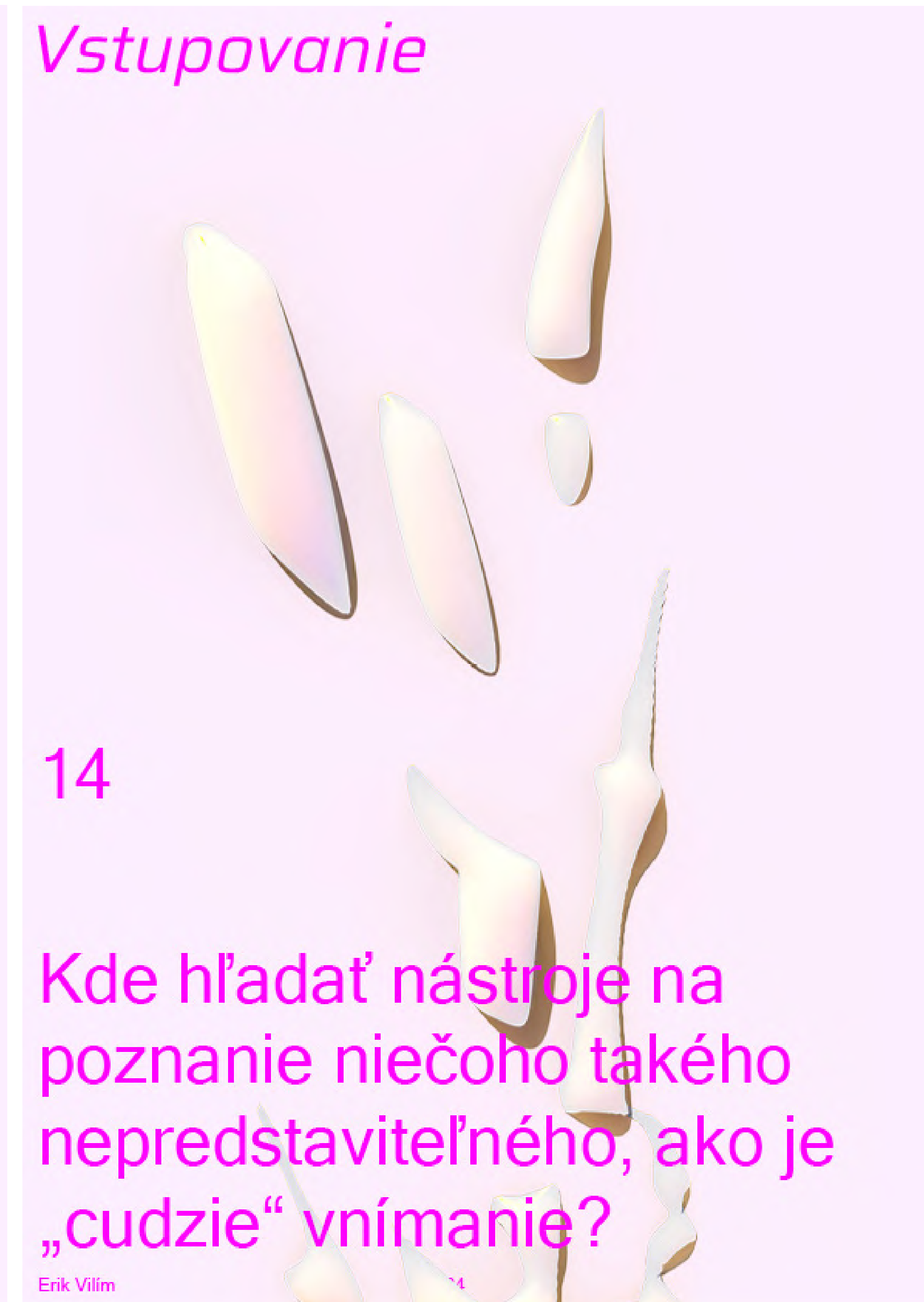
- + Editorial Design
- + Illustration ●

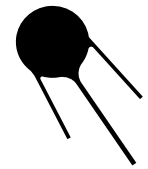
Dokument Cudzia láska je ukážkou spojenia typografickej práce a ilustrácie. Náročný filozofický autorský text som členil tak, aby mal čitateľ „oddychové pauzy“, aby som ho pri náročnej ceste nevyčerpal. Pauzy vypĺňajú prítažlivé autorské 3D ilustrácie. Text bol písaný v odsekoch, ktoré tvoria samostatné myšlienkové celky a práve layout sa túto logiku snažil podporiť. Témou eseje bola láska. Hľadal som preto estetiku, ktorú by použilo zamilované dievča v puberte, jemne gýčovú, ale zároveň odľahčujúcu, s istou dávkou pozitívnej naivity. Forma teda tvorila kontrast k náročnému obsahu.



2024





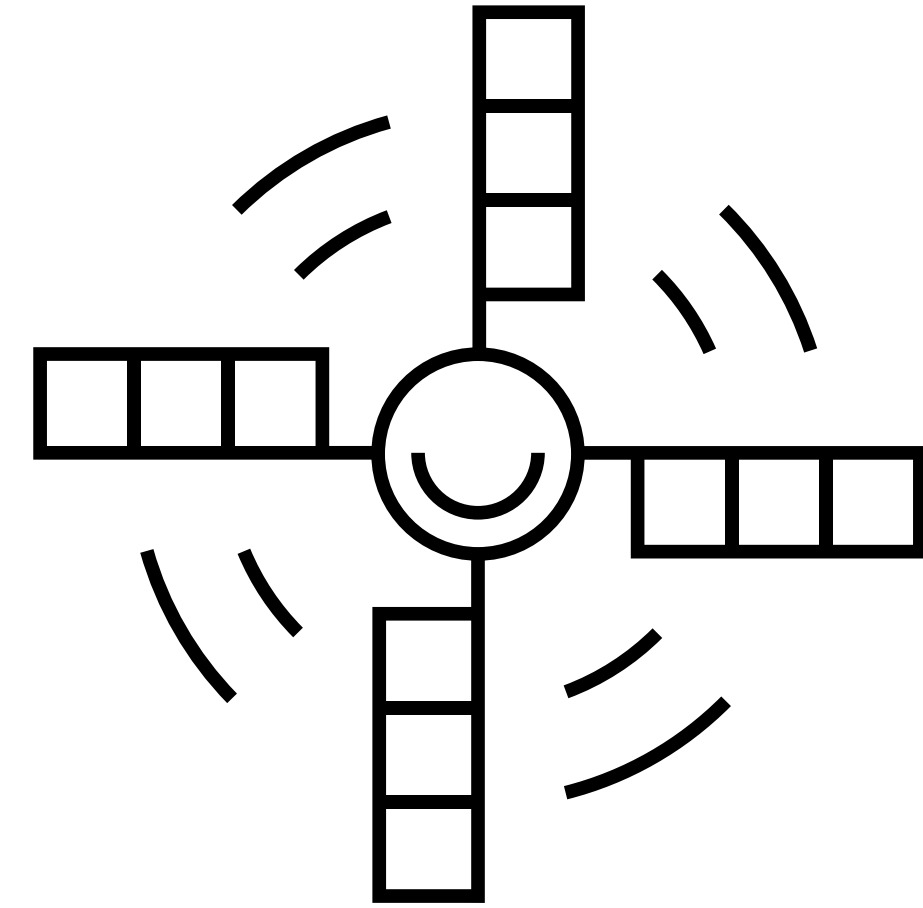


- + Logo
- + Packaging Design



Vytvoriť logo a obaly pre spracovateľa pšenice – produkujúceho primárne múky – bola skvelá príležitosť hľadať spojenie minulosti a súčasnosti. Mojm cieľom bolo vytvoriť logo, názov firmy a obaly tak, aby mali niečo z tradície, ale aby zároveň pôsobili moderne. Názov vznikol spojením slovenského prídavného mena milý a anglického výrazu mill (mlyn). Toto spojenie som sa snažil preniesť aj do loga. Zvolil som kondenzované písmo, ktoré by evokovalo vysoký veterný mlyn. Na jeho vrchu sú ramená otáčajúce sa okolo smajlíka.

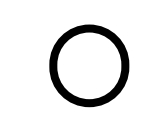
Logo



2025

Millý

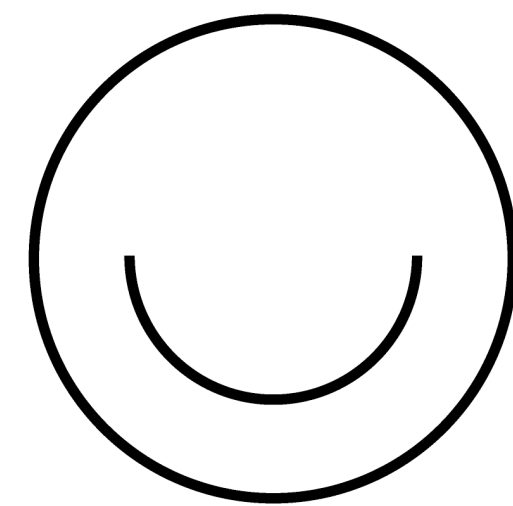
© Erik Vilím ●



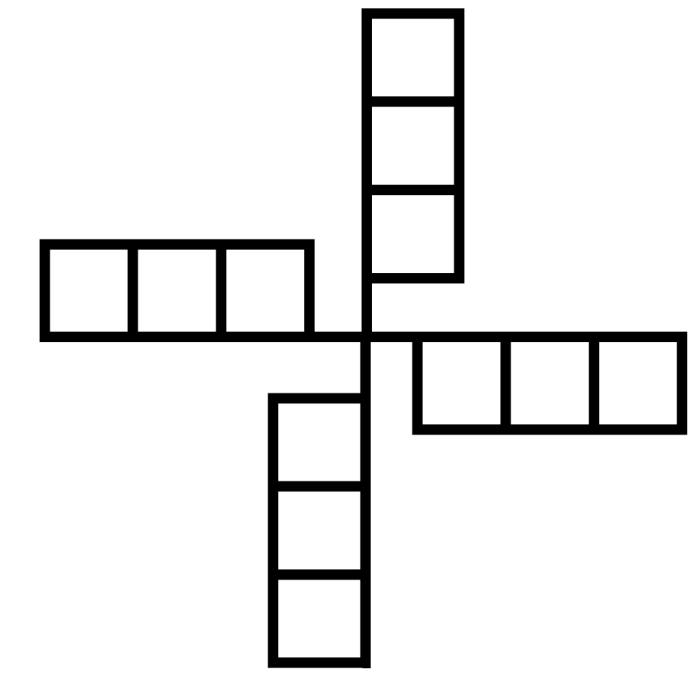
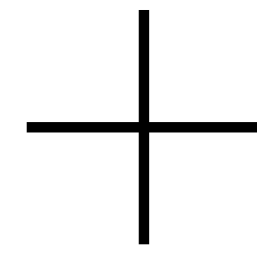
Color Variations

2025

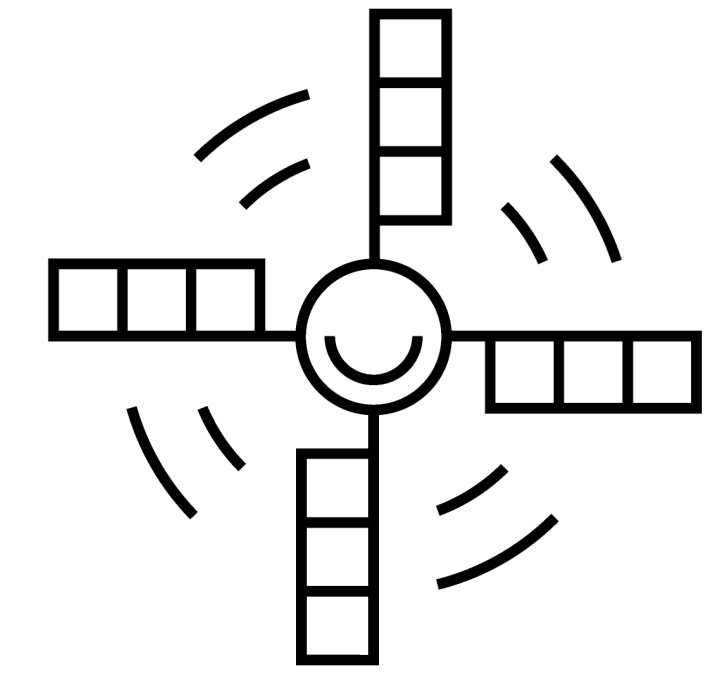




milý



mill (mlyn)



millý

2025



2025

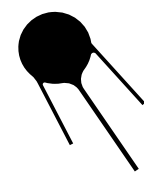


2025

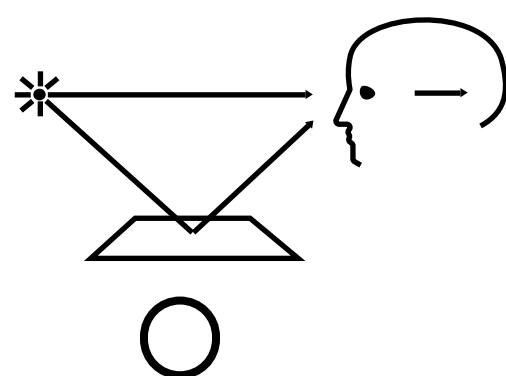


Mrs. Hope

2025 ✨



- + Logo
- + Brand Identity
- + Illustration



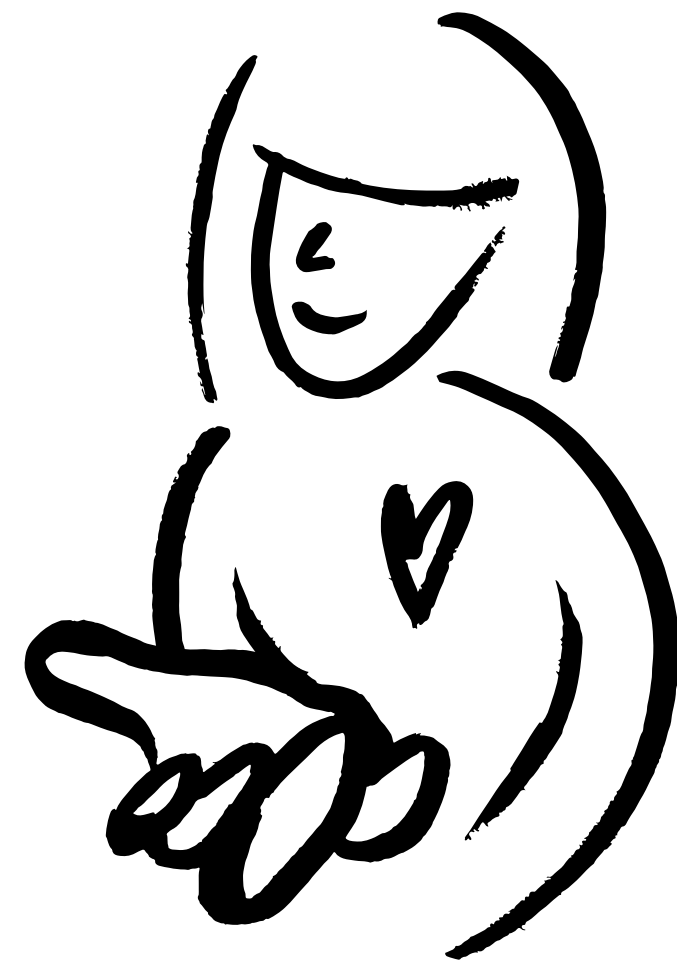
Vytvoriť brand identitu pre psychoterapeutické stredisko, ktoré by targetovalo mladú generáciu a tínedžerov, bola skutočná výzva. Cieľová skupina predurčila voľbu ilustrácie ako nosného grafického elementu, ktorý sa napokon preniesol aj do loga. Pre ilustráciu som vybral japonsko-zenovú formu. Stredisko založila milá terapeutka, a preto výber ženy, ktorá podáva pomocnú ruku, bol predurčený. Identita mala komunikovať dojem dôvery a otvorenosti, a to v „cool“ súčasnej forme tak, aby bol brand rozpoznateľný.

Logo

2025

Mrs. Hope

Psychoterapeutické stredisko



Mrs. Hope

Psychoterapeutické stredisko

2025



Mrs. Hope
Psychoterapeutické stredisko

2025



Mrs. Hope
Psychoterapeutické stredisko

2025

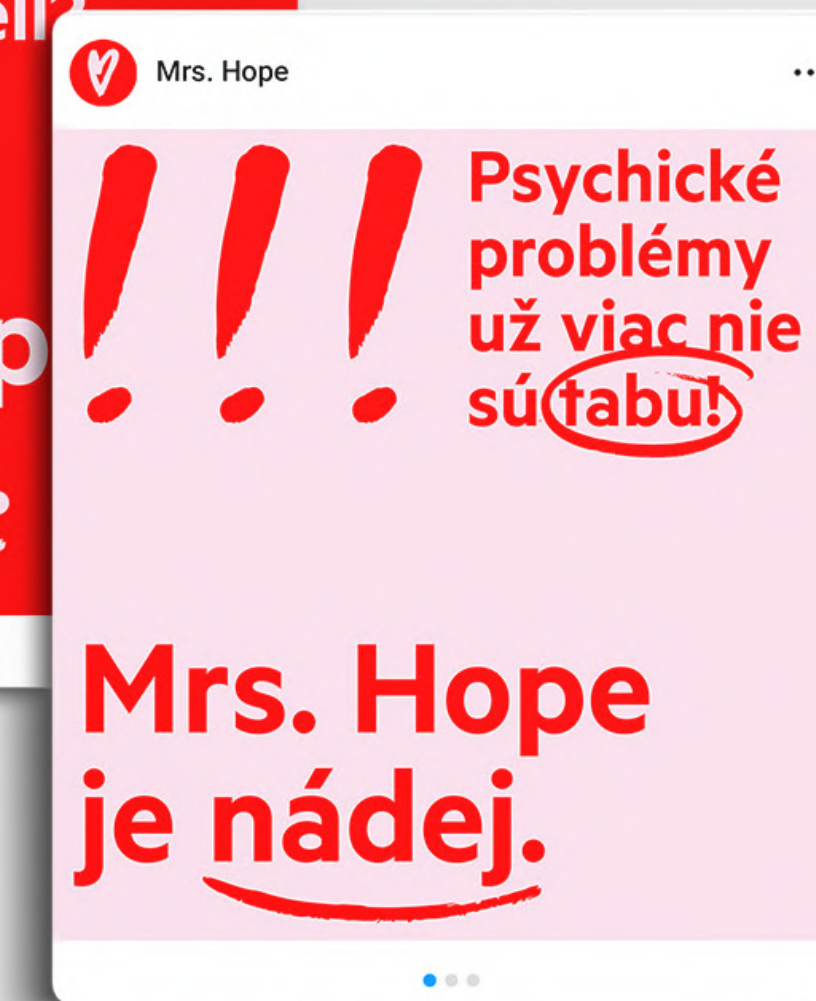
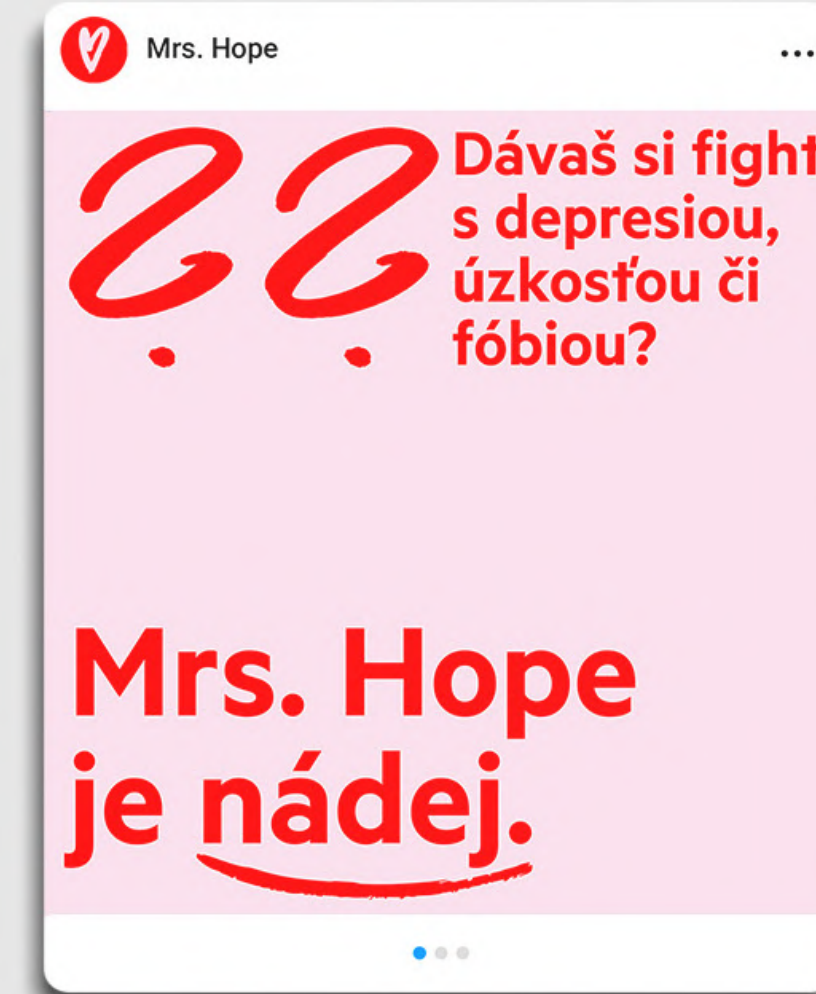




2025



2025

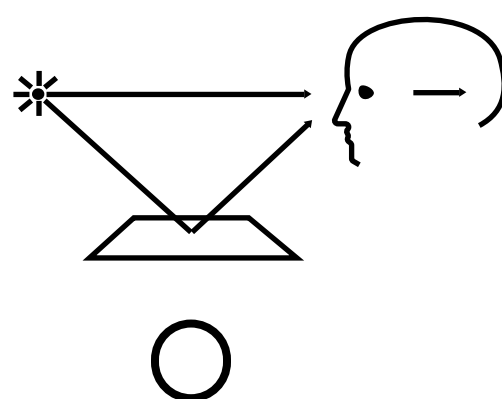


Kapucínka väčšia

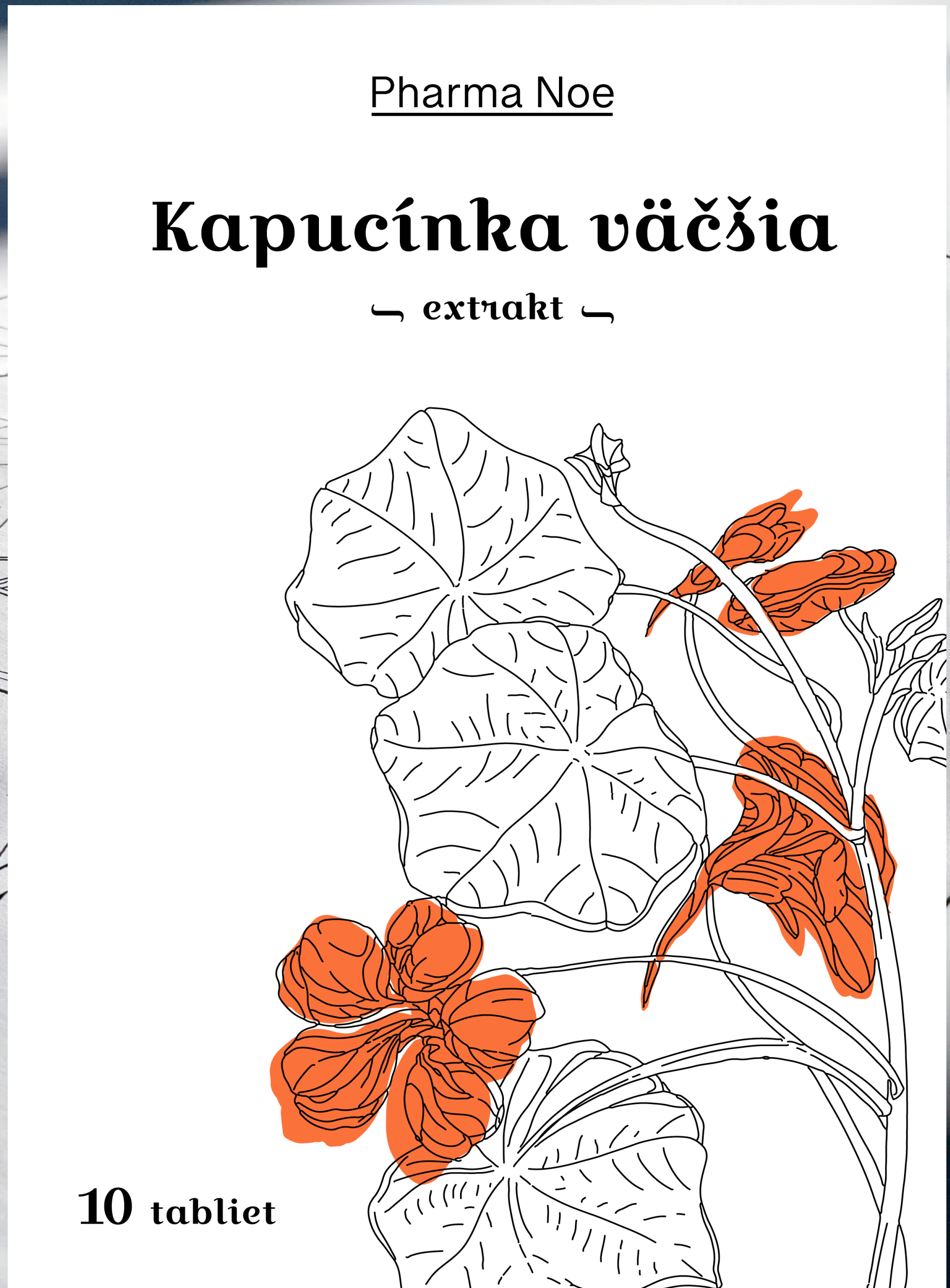
2025 ✨

+ Packaging Design
+ Illustration

Navrhnuť obal pre farmaceutický prípravok môže byť veľká nuda, no toto nebol ten prípad. Hlavným zámerom bolo nájsť vizuálne spojenie medzi tradíciou a súčasnosťou. Extrakt z rastliny je totiž tradičným spôsobom prípravy lieku. Pri kresbe rastliny som vychádzal z klasických vedeckých ilustrácií. Oranžovo červené kvety rastliny tvoria vizuálne centrum. Výsledok dopĺňa moderne pôsobiaci serif.



2025



Pharma Noe

Kapucínka väčšia

↳ extrakt ↳

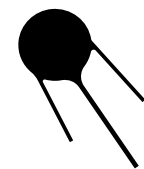
10 tabliet

2025



Giert Law Firm

2026 ✨



- + Logo
- + Brand Identity

Dizajn pre právnickú firmu bol výzvou, keďže identita mala výrazne staviť na rozpoznateľnosť. Cieľom bolo priblížiť sa najmä mladej generácii start-up podnikateľov.

Komponenty vizuálnej identity boli zvolené s dôrazom na nadčasovosť a úspornosť. Riešenie stojí na minimalizme a kombinácii serifového a sans-serifového písma, podobne ako v logu. Táto kombinácia v jednej z verzií narúša tradičnú hierarchiu a naznačuje princíp rovnoprávnosti. Písmeno G z názvu Giert funguje aj samostatne, v kontraste k prvku + Co. Výsledkom je minimalistická vizuálna logika v dvoch farbách.

Giertl + Co.

Logo



2026

+ Co.

© Erik Vilím ●

○ ○ ○

2026



Logo Application

2026



2026



Digitálna nerovnosť



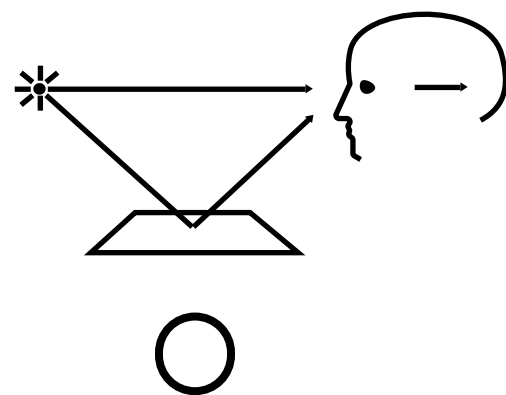
- + Cover Design
- + 3D Digital Illustration

2026

Robiť ilustráciu pre odbornú publikáciu bola vždy moja chuťovka. Zadanie od vydavateľstva Filozofickej fakulty UK bolo pomerne jasne rámcované – vopred určený bol dizajn manuál aj koncept využitia ikony Wi-Fi ako mosta prepájajúceho dva brehy. Voľný priestor tak zostal najmä v layoute a forme ilustrácie.

Kvôli snahe zachovať hodnoty fakulty, akými sú inkluzívnosť a prístupnosť, som zvolil jednoduché čiernobiele riešenie vhodné aj pre ľudí so zrakovým obmedzením. Zároveň som tým ostal verný pravidlám dizajn manuálu a vyhol sa zastaralo pôsobiacej modrej.

Formu ilustrácie som našiel v 3D modelingu, ktorý výsledku dodal mierne umelý, digitálny charakter. Táto estetika zároveň prirodzene odkazuje na tému publikácie – digitálny priestor.



2026



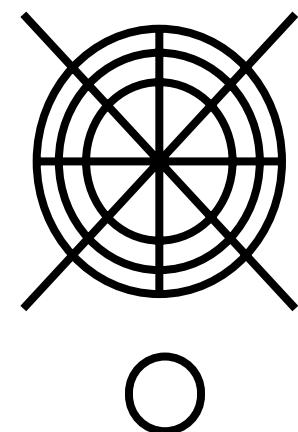
Kolekcia fakultného merchu

- + Copywriting
- + Campaign Strategy
- + Visual Concept

2026

Každá fakulta by mala mať svoj merch. V našom prostredí sa však často redukuje len na umiestnenie loga fakulty na predmet. Merch pritom môže byť plnohodnotným nástrojom komunikácie identity fakulty – jej prirodzenej odlišnosti a charakteru.

Vzhľadom na obmedzené prostriedky a podmienky verejnej inštitúcie som zvolil úsporný prístup založený na sile sloganu. Filozofická fakulta UK má výrazné medzinárodné prepojenia a ambíciu komunikovať ich aj prostredníctvom reklamných predmetov. Preto som pracoval s jednoduchým, naprieč hranicami zrozumiteľným sloganom – **Powered by overthinking**. Výstup sa prepája s profesionálnym fotením a približuje merch skôr estetike streetwearovej značky než tradičným fakultným predmetom.



2026



Bratislavský Krúžok

2026



- + Brand Identity
- + Logo
- + Poster System

Zadanie vizuálnej identity Bratislavského Krúžku vychádzalo z rešpektovania dizajn manuálu Univerzity Komenského, použitia písma UK SANS a zachovania motívu kruhu z pôvodného loga. Cieľom bolo vytvoriť systém, ktorý nadviaže na filozofickú tradíciu platformy a zároveň zachová jej rozpoznateľnosť.

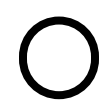
Návrh stavia na princípe pokory — namiesto tvorby nového symbolu ex nihilo pracuje s konštrukčnou logikou písma UK SANS a jeho historickými odkazmi. Výsledkom je flexibilný logotypový a plagátový systém prepájajúci typografiu, grid a filozofický kontext do jednotnej vizuálnej identity.

Logo

2026

BAO
BRATISLAVSKÝ KRŮŽOK 2022

© Erik Vilím ●



2026



2026



2026



PORTFÓLIO
2023–2026



Grafický dizajn bol pri mne vždy, najprv sa dostával do mojej voľnej tvorby, kde som sa pohrával s jeho pravidlami a vytváral trash estetiku. Neskôr v zákazkových projektoch som sa snažil o presný opak – čistotu, jednoduchosť, vyváženosť, minimalistickosť a presnosť. Dôležitým sa pre mňa stalo pochopiť to, čo chce klient komunikovať a nájsť k tomu adekvátnu formu. Základom mojej praxe je preto počúvanie a z neho vyrastajúce kreatívne riešenie. Zápal vo mne prebúdzajú najmä ilustrácia, branding či zalamovanie textov.

Mám ojedinelý background – vyštudoval som odbor estetika, ktorý ma naučil napríklad to, ako pôsobia komplementárne farebné vzťahy, alebo prečo je Strach a hnus v Las Vegas hodnotný film. Po štúdiu som mal veľa aktivít, kurátoroval som výstavy súčasného umenia, čo ma naučilo rozmýšľať o priestorovom zážitku diváka. Recenzovanie mi zas dalo kritické myslenie. Pozícia kultúrneho manažéra vtlačila do mňa komunikačné skills. Trvalým sa stal pohybujúci sa skate pod mojimi nohami, nielen v skateparku, ale občas aj v mokrom lese.

