

FORMA



Kiedy mówię mBank, mam na myśli świeżość. Tę związaną bezpośrednio z innowacyjnymi rozwiązaniami, ale również tę z wyznaczaniem nowych kierunków. Świeżość związaną z byciem na bieżąco, z rozwojem oraz mądrym podążaniem w kierunku aktualnych trendów. Ten film jest szansą na pokazanie, że mBank wychodzi na przeciw oczekiwaniom młodych odbiorców i za nimi nadąża. Aktualny trend w szeroko pojętym świecie krótkich form filmowych powraca do korzeni. Na ekranach coraz częściej możemy zauważyć zwrot w kierunku taśmy filmowej i analogowego look'u. Dzięki temu obraz nabiera charakteru, a odbiorca czuje, że ma do czynienia z czymś niestandardowym w tych czasach. Chciałbym wywołać takie uczucie wśród odbiorców tego filmu, dlatego proponuję wykorzystanie taśmy filmowej jako dodatkowego środka wyrazu. Jeżeli nie w całości, to przynajmniej częściowo w charakterze waloru przełamującego zastaną konwencję obrazu cyfrowego.

ANALOGOWY LOOK

PROPOZYCJA



Chciałbym zaproponować ciekawe rozwiązanie wizualne dla naszego filmu. Można powiedzieć, że jest ono kontynuacją poprzedniej kampanii mBank „2001”. Mam tu myśli realizację niektórych ujęć na taśmie filmowej.

Swój comeback zaliczyły już płyty winylowe i stare aparaty na kliszę. Obecnie coraz częściej możemy zaobserwować powrót do analogowej stylistyki. Analogowe filtry w social mediach, dedykowane aplikacje, powrót Polaroida czy modowe trendy świadczą o tym doskonale. To prawdziwy renesans i paradoksalnie świeże spojrzenie w dziedzinie foto i video. Do taśmy filmowej wracają również filmowcy, o czym świadczy duży wzrost liczby filmów zrealizowanych właśnie na taśmie.

Nie ukrywam, że jest to dla mnie twórczo inspirujący czas. W moim portfolio można znaleźć realizacje, które wpisują się w stylistykę analogową. Spoglądając w stronę największych brandów można śmiało stwierdzić, że ta stylistyka przemawia do młodych ludzi. Taki obrazek niesie w sobie więcej prawdy i skraca dystans w relacji z młodym odbiorcą.

Trend ewidentnie się przyjmuje, więc marki w Polsce powoli decydują się na takie rozwiązania. Nasz rynek na szczęście jeszcze nie jest tym przesycony dlatego warto, aby mBank jako ikona innowacyjności wykorzystał ten inspirujący czas.