



# NAJLEPSZE PROJEKTY TO TE ODRZUCONE

O rynku reklamy, lansowaniu na salonach i tym co nas czeka w 2015 r., z grafikiem i plakacistą – Andrzejem Pągowskim rozmawia Robert Załupski.

Fot. Andrzej Różycki

## ➤ Wszędzie Cię pełno.

To efekt mojej konsekwentnej pracy, od momentu kiedy do naszego kraju weszła demokracja i zorientowałem się, że kultura jest w odwrocie. Zostałem wychowany na określeniach „kultura” i „sztuki piękne”, a tu nagle pojawia się reklama ze wszystkimi swoimi konsekwencjami. Jeśli jesteś twórcą do wynajęcia, a ja jestem takim twórcą, to musisz być w mediach. Tylko ja nie chcę być artystą kojarzonym ze ściankami na imprezach eventowych, chyba, że jest to premiera Trelińskiego w teatrze, fajna wystawa w muzeum, czy jakiś konkurs związany ze sztuką. Wtedy OK. Jeżeli jest to impreza związana z „promocją majtek”, nie interesuje mnie to. Dziś przez obecność w odpowiednich mediach buduje się wiarygodność. Jeśli zaczyna Cię brakować, ludzie pytają, co się stało. Właśnie w momencie kiedy ludzie zaczęli mnie pytać „co się z tobą dzieje”, odpowiadałem, że dalej robię to samo, ale zdałem sobie też sprawę, że oni kompletnie o tym nie wiedzą. Dla mediów twórca, który się nie rozwodzi czy nie potrafił nikogo po pijaku, nie jest dzisiaj atrakcyjny.

## ➤ Nawet jeżeli robi kampanie reklamowe. Tworzy.

Dokładnie. To, jak mówią medioznawcy dysponenci mediów, się nie sprzedaje. Więc pomyślałem sobie OK, jeżeli nie „kupujecie” mojej twórczości, to będę próbował zrobić to innymi drogami. Będę aktywny na maksymalnej ilości pól. Dla przykładu, mam fajną współpracę z Wirtualną Polską, w ramach której co tydzień jestem obecny komentując grafiką jakieś bieżące wydarzenie.

## ➤ Dobre komentarze miałeś już u nas kilka lat temu.

Tak, to był początek. Robiliśmy fajne rzeczy i ludzie to pamiętają. Oczywiście to w pewnym momencie się przejechało i trzeba zmienić pomysł. Jestem zapraszany do różnych komisji czy jury, występuję w „Śniadaniu Mistrzów”, w „Dzień Dobry TVN”. Czasem też wypowiadam się w materiale „Panoramy” np. o nowym logo Polski lub komentuję inne tematy z mojej dziedziny. Staram się nie wypowiadać na tematy, które nie są związane z moim zawodem.

## ➤ Czyli pozostajesz w temacie kreacji.

Zdecydowanie tak. Okazało się to być dobrą drogą, choć w pewnym momencie ludzie zaczęli mówić, że wszędzie mnie pełno. Nie przeszkadza mi to, bo to nie jestem pełno, tylko tego o czym mówię, co robię. Tu jakiś wywiad, grafika, komentarz. Chęć nadal być kojarzony z konkretną branżą, z estetyką. Czuję, że mam misję przywrócenia z powrotem tego, żeby Polacy lubili swoją kulturę, chodzili do teatru, kina i galerii sztuki, zamiast galerii handlowej. Może to jest utopia, ale z drugiej strony, jaki mam wybór? Sam żyję z tego, że uprawiam sztukę, więc jeżeli nie będzie jej odbiorców, to ja nie będę miał pracy. To system naczyń połączonych.

## ➤ Zaproszeń nie brakuje.

Znamy się wiele lat i wiesz, że nie jestem osobą, która dzwoni do telewizji i prosi o zaproszenie. Wiesz też,

że jestem osobą wygadaną, lubię rozmawiać z ludźmi. To, że ktoś ciekawie mówi jest dla dzisiejszych mediów ważne, a ja staram się unikać mówienia o niczym.

## ➤ Wróćmy do pracy. Coraz częściej zauważalna jest współpraca na styku biznesu, reklamy i sztuki. To dobry trend?

Taka współpraca zaczęła się już na początku lat 90. Wszedłem do reklamy mając nadzieję, że jako grafik wychowany na polskiej szkole plakatu i na sztuce graficznej, mający za przyjaciół największe tuzy polskiej grafiki, zarówno plakatowej jak i ilustracyjnej, bez problemu zbuduję polską szkołę reklamy. Mając taki zespół ludzi jak Starowieyski, Świerzy, Młodożeniec i masę innych, myślałem, że będziemy gigantyczną siłą. Zapomniałem o doświadczeniu i znajomościach rynku. Pierwsze próby zatrudnienia gwiazd polskiej sztuki graficznej do reklamy okazały się kompletnym dramatem, ponieważ oni nie byli do tego przygotowani. Mnie się udało trochę zaistnieć i sporo nauczyć. Kilka lat pracy w McCann Ericsson to była nauka od nowa, zarówno życia, jak i zawodu. Zrozumienia, że jeżeli chcesz, aby graficy byli zatrudniani w swojej branży, to musi istnieć coś takiego jak portfolio czy agencja. Muszą być narzędzia. Tych narzędzi tak naprawdę do dzisiaj cały czas się uczę.

**Trzeba szukać rzeczy, które łączą się z tym co umiesz. Wielokrotnie zastanawiałem się, w którym momencie mojego życia nastąpiło to, że nie odcinam kuponów od dnia wczorajszego. Bo cały czas sobie utrudniam. To jest tak jak u sportowca. Jeżeli masz wyniki, biegasz czy pływasz i cały czas wiesz o tym, że jeszcze ci tych trzech sekund brakuje, to cały czas masz jakiś cel.**

## ➤ Niedawno obchodziłeś 35. lecie swojej pracy artystycznej. Twoje portfolio jest olbrzymie. Czujesz się spełniony jako artysta?

To jest pytanie dosyć standardowe. Kiedy przekroczyło się 60. rok życia, to wielu ludzi pyta się o spełnienie. Według mnie to jest straszna pułapka. Oczywiście, że tak, ale to nie powoduje, że osiadam na laurach.

## ➤ Sam powiedziałeś, że masz jeszcze misję.

Od strony zawodowej bardzo ciężko jest dziś znaleźć coś, co cię kręci. Mnie się to jeszcze udaje. Cały czas znajduję jakieś wyzwania, których dotychczas nie robiłem. Niedawno pracowałem nad kalendarzem Virako. Przede mną był Horowitz. Kurczę. Zrobić kalendarz po Horowitzu, jeszcze w dodatku wychodzący od zdjęć, to jest wyzwanie. Akurat udało mi się wymyślić taki pomysł, który się sprawdził. Trzeba szukać rzeczy, które łączą się z tym co umiesz. Wielokrotnie zastanawiałem się, w którym momencie mojego życia nastąpiło to, że nie odcinam kuponów od dnia wczorajszego. Bo cały czas sobie utrudniam. To jest tak jak u sportowca. Jeżeli masz wyniki, biegasz czy pływasz i cały czas wiesz

o tym, że jeszcze ci tych trzech sekund brakuje, to cały czas masz jakiś cel. Ja oglądam gigantyczną ilość prac różnych grafików czy malarzy i ciągle wiem, że tych trzech sekund mi jeszcze brakuje. To jest inspirujące.

## ➤ Trudno byłoby Ci wybrać swoją najlepszą pracę?

To znów jest kwestia patrzenia za siebie, z perspektywy czasu. Dziś taką grafiką, która jest najbardziej inspirująca i która jest dla mnie ważna, jest mój pierwszy plakat. Nawet zaryzykowałbym słowa, że trudno byłoby znaleźć grafika, który swój pierwszy plakat zrobił dla Teatru Narodowego i Adama Hanuszkiewicza - ówczesnych ikon kultury. Nawet mój profesor Waldemar Świerzy, pierwszy plakat zrobił na jakiś spływ kajakowy.

## ➤ Zacząłeś, jednym słowem, z grubej rury.

Tak. Miałem dużo szczęścia. Kiedyś doszedłem do wniosku, że jestem jak taka kulka w automatach do gry Flipper. W zależności od tego, gdzie ta kulka trafi, jaki impuls dostanie, to tak leci. Ja całe życie tak naprawdę odbijam się od takich dobrych kontaktów, impulsów. Kiedyś z Krzysiem Kieślowskim rozmawiałem na ten temat, gdy robiłem plakat do jego filmu „Przypadek”. To jest na takiej zasadzie, że możesz dostać impuls i na tym skończyć, że go dostałeś.

Natomiast ja staram się cały czas tą energią wykorzystywać. Myślę sobie, że los nie na darmo mi dał spotkanie z Kieślowskim, Wajdą, Hanuszkiewiczem, Skolimowskim. Po coś to było. Nawet nasze spotkanie kiedyś nie zapowiadało, że będziemy robić tyle wspólnych projektów. Strasznie cenię to, że są wokół mnie ludzie, którzy są jak te kamienie milowe. Od nich odbijam się i jadę ku następnym punktom. Oczywiście to wszystko się zawsze wytraca. Kulka dostaje kopa, ale potem ta energia maleje.

## ➤ Musi dostać kolejnego. Żeby się nie wypalić. Miałeś takie momenty?

Dokładnie tak. Miałem, ale to były momenty związane nie z tym, że nie miałem pomysłów, ale traciłem przekonanie, że ma sens to co robię, że rynek tego nie potrzebuje.

## ➤ Czujesz się spełniony jako artysta, a jako właściciel firmy reklamowej? Właściwie kreatywnej - to lepsze słowo?

Nigdy nie czułem się właścicielem typowej agencji reklamowej. Na początku było „Studio P”. Sama nazwa

## NAJLEPSZE PROJEKTY TO TE ODRZUCONE



studio mówiła o tym, że to coś niewielkiego, nastawionego na pracę. Kilka lat temu zmieniliśmy nazwę na KreaçãoPro. Daliśmy sygnał, że jesteśmy związani bardziej z kreação. Do nas rzadko wpływają zamówienia produktowe. Nie sprzedajemy produktu, tylko głównie wizerunki. W tych wizerunkach ja mogę się wykażać. W czasie ostatnich Świąt na ulicach wisiał taki billboard: ohydny pocięty karp, ze słowem cena i obok jakiś aparat fotograficzny albo telefon. Dla mnie to po prostu niesmaczne i brzydkie. W sprzedaży produktu nie wymyślisz niczego dobrego, bo klient nie na wszystko Ci pozwoli. A na to o dziwo pozwolił.

### ► Nie wszystkich stać na Pągowskiego.

To też jest nieprawda, bo moje ceny są znacznie niższe, niż dużych, korporacyjnych agencji. Natomiast uważam, że jeżeli twórca ma się skupić na pracy i być kreatywny, musi być dobrze opłacany. Zawsze można zadzwonić i zapytać ☺

### ► Zdarzają Ci się dumpingowe propozycje nieadekwatne do wymaganego poziomu zaangażowania? Bo to niewątpliwie jest problem branży reklamowej.

Miałem kilka przypadków w jedną i drugą stronę. Raz zaproponowałem honorarium, a okazało się, że w budżecie mieli przeznaczoną na mnie kwotę trzykrotnie większą. Były też takie, w których wymuszono na mnie dostosowanie się do budżetu.

### ► Jak oceniasz kreação w branży reklamowej?

Wydaje mi się, że teraz już nic nie błyszczy. Nie ma efektu WOW. Mam wrażenie, że wypalili się duzi kreatorzy. Z tego co wiem, dobry grafik, projektant, designer, pójdzie do agencji reklamowej traktuje jak zesłanie. Kompletną chałturę. Z takim nastawieniem nie może być kreatywnym. Natomiast jeżeli robią to ludzie, którzy są dobrymi operatorami DTP, a nie mają np. wiedzy o typografii, to mamy takie, a nie inne efekty. Brakuje samych pomysłów na kreação. Albo są pomysły, które strasznie bawią tych, którzy je wymyślili. Często idzie się po najmniejszej linii oporu: jeśli jest to „kredyt od ręki” to mamy rękę i na niej pieniądze. Szybki to mamy „geparda”, a jak wolniej to „ślimaka”. Jest to na zasadzie totalnych stereotypów. Z drugiej strony jak rozmawiam z ludźmi z branży to oni twierdzą, że tak wychodzi w badaniach. Byłem kilka razy na takich badaniach. Byłem załamany. Jeżeli tak się buduje targety, które to oceniają, to nie jest to do końca właściwa droga. Zresztą wszystkie agencje mówią, że najlepsze projekty to te odrzucone. Gdyby zrobić wystawę odrzuconych projektów, to byłoby coś.

### ► Jest zbyt duża presja badań?

Niestety jest. One niszczą rynek, kreação.

### ► Na ile są wiarygodne?

Tego nie wiem, ale popatrz na ostatnie wybory. Dwie doświadczone firmy badawcze i kompletna porażka.

### ► Czy to nie jest tak, że przy tym szumie informacyjnym pytani odpowiadają tak lub inaczej, żeby mieć święty spokój?

Wydaje mi się, że odpowiadają byle co. Szczególnie jeśli chodzi o badanie kreação. Dajmy na to taki przykład: myślę, że przeczytałem bardzo dużo ważnych książek. Obejrzałem bardzo dużą ilość ważnych filmów. Śledzę na bieżąco wydarzenia zarówno polityczne, społeczne, jak i kulturalne, bo je komentuję. Rozmawiam z bardzo inteligentnymi, ale i czasami z prostymi ludźmi. Mam pewien obraz całości społeczeństwa. Teraz tworzę kreação, która jest oceniana przez człowieka, który prawie nic nie czytał, do kina nie chodzi. To jest ten problem. Jak może mnie oceniać ktoś, kto nawet nie jest w stanie mieć takich skojarzeń, jak ja mam. Klient mówi: myśmy to badali, to jest niezrozumiałe. Wtedy ja próbuję na siłę wyłączyć skojarzenia, myślenie wynikające z kilkudziesięciu lat edukacji mojego mózgu. Ciężko jest.

## Oddajcie krzyż Chrystusowi



Kontrowersyjny billboard / komentarz do akcji pod Pałacem Prezydenckim

### ➤ Nadchodzi czas głupich reklam?

Niestety już są głupie. Jednak choć ludzie mówią, że nie lubią reklam to i tak je oglądają, czego mam dowód na każdym rogu: w aptece chociażby, gdzie równolegle z kampaniami wzrasta sprzedaż konkretnego leku.

### ➤ Czego brakuje Ci na rynku reklamy?

Szacunku i zaufania do projektanta. To jest podstawowa rzecz. Ludzie nadal jak się leczą, to idą do lekarza. Ale projektują wszyscy. Po co zatrudniać grafika, jeśli potem na każdym kroku mówi się mu co ma robić, nie dając mu szansy by coś zaproponował. Można nie mieć od razu pełnego zaufania do grafika no name, ale szacunek musi być. Tym bardziej w stosunku do ludzi z dorobkiem i autorytetem. Brakuje mi także cennika, który funkcjonował w PRL-u i to było genialne. Każda firma przystępując do zlecenia z góry wiedziała, ile będzie musiała zapłacić i nikt nie kombinował.

### ➤ Teraz za to mamy wyścig szczurów.

Dokładnie. Na twoje miejsce aplikują nowi, którzy oferują niższe ceny, bo liczy się cena a nie jakość. Tego nie rozumiem.

### ➤ Jakie projekty realizujesz obecnie?

Wracam do mojej misyjności. Z jednej strony jest to próba mówienia ludziom, że kultura jest ważna, a biała ściana w domu to kompromitacja. Mówienie, że mnie nie stać na kupienie grafiki do domu, to nieprawda, bo nie wykonałem prostej czynności i nie poszedłem do galerii. Można tam kupić grafiki po 100-200 zł, tyle samo, ile kosztuje obrazek w Ikea. Można kupić i po kilka tysięcy. Jest to wyłącznie kwestia budżetu. Pomyślałem sobie, że najwyższy czas, aby pomyśleć o tym, co będzie po nas. Zaczęłem robić te edukacyjne projekty z dziećmi. Zaprosił mnie Hotel Gołębiowski na wakacyjne szkoły rysowania. W momencie, kiedy przychodzi matka i pyta: „Co pan zrobił mojej córce, że zamiast iść na konie, chce rysować?”, mówię, że może ona to lubi. Matka zdziwiona odpowiada, że córka nigdy nie rysowała, a dziecko na to, „bo mi nie pozwalają”. Rodzice uważają, że szpanersko jest wysyłać dzieci na naukę gry na fortepianie, na squasha, tenisa, na konie, a zajęcia rysunku są oldskulowe. Myślę, że gigantyczna jest tutaj rola szkoły, która wycofując się z zajęć plastycznych i muzycznych produkowała estetyczne kaleki. Do zajęć powrócono, ale z jakimś bzdurnym programem. Mój syn w podstawówce uczył się o stylu romańskim. Powinno się uczyć estetyki, podstaw. Umiejętności dobrania kolorów. Zakochania w barwach. Nie to, że wychodząc na ulice widzimy wszystkich w odcieniach czerni i szarości. Ten smutek przenika do środka. Ludzie też stają się zli i szarzy.

### ➤ Szkoły nie uczą kreatywnego myślenia.

Całe nasze szkolnictwo jest ułożone w ramach. Dzieci mają wyłącznie zeszyty do ćwiczeń, które już zawierają gotowe odpowiedzi na końcu. Nie uczymy ich samodzielnego myślenia, a co dopiero kreatywnego. Z drugiej strony kiedy miałem teraz z Sony zajęcia z rysowania na tabletach okazało się, że dzieciaki świetnie poruszają się w aplikacjach, tylko dla nich rysowanie jest nudne i przegrywa ze strzelaniem i wyścigami. Jeśli jednak z takiej grupki 50 wyjadaczy gier, znajdziesz trzy osoby zainteresowane rysunkiem to już jest sukces. Trzeba to robić. Jest to także kwestia producentów sprzętu. W urządzeniach powinna być z marszu wgrana aplikacja umożliwiająca rysowanie. Misyjność polega na tym, że musi być grupa misyjna. Jeżeli wszyscy narzekają, że ludzie przestają czytać, chodzić do teatru, a z drugiej strony u siebie w mediach nie używają słowa książka, spektakl, film, bo się boją o sprzedaż, to misyjność zanika.

### ➤ Ostatnio można było zobaczyć twoją autorską kolekcję dla Empiku.

Ale wiesz, że ludzie też mieli o to do mnie pretensje? „Jak to Andrzej! Ty taki artysta w Empiku?” A dlaczego nie? W momencie, kiedy zorientowałem się, że



Autorska kolekcja porcelany dla Empiku



Okładki do serii kryminałów Joanny Chmielewskiej



Plansza z kalendarza "Street Art by Andrzej Pągowski" dla firmy Virako

## NAJLEPSZE PROJEKTY TO TE ODRZUCONE

ludzie chodzą do galerii handlowych i spędzają tam połowę życia, moją pierwszą myślą, było to, że tam też musi być kontakt ze sztuką i kulturą. Ludzi próbuje się na siłę z galerii wyciągnąć i się przegrywa - do miejsc gdzie nie ma parkingów, szatni - a to są przecież podstawowe wygody. Swego czasu proponowałem jednemu właścicieli galerii handlowej, żeby stworzyć na jej terenie miejsce do spotkań kulturalnych z góry zakładając, że musi być dofinansowane przez pozostałych najemców. Pomysł nie spotkał się z aprobatą, a szkoda.

### ➤ Kolejne projekty realizowałeś z firmą Sony.

Nasza współpraca z Sony rozpoczęła się od testowania sprzętu. Ja jestem takim człowiekiem, że jak mi dadzą palec to sięgam po rękę. Zасыpywałem ich pomysłami i tak powstała seria ikon kina. Powstało kilkanaście portretów. W jesiennym debiucie modelu Sony XPERIA Z3 w Europie, aplikacja z kolekcją Pągowskiego była wgrana na telefon. Dla mnie to niewątpliwie wielki sukces korporacyjny. Następnie przygotowaliśmy wystawę, która będzie prezentowana do marca w wybranych hotelach w Polsce. Można obejrzeć ją było np. w łódzkiej Wytwórni. Korporacja doceniła, że nie jest to jakaś tam grafika zrobiona na tablicy ale, że Andrzej Pągowski wykonał kreację, którą warto się pochwalić. Kolejnym krokiem było zrobienie etui na telefon. Mamy przygotowane wzory, które pójdą niebawem do produkcji. To jest taki modelowy przykład wykorzystania wartości dodanej, jaką jest nazwisko twórcy.

### ➤ Nie zapominajmy o okładkach kryminałów Chmielewskiej.

To też niesamowita historia. Zwrócił się do mnie wydawca - firma Olesiejuk. Zaproponowali mi zrobienie 50 tomów Chmielewskiej. Kultowa autorka z bardzo brzydkimi okładkami kultowych kryminałów. Po-

stanowiliśmy zrobić nową edycję dla nieco młodszych odbiorców. Byłem święcie przekonany, że moje pierwsze propozycje nie przejdą. Okazało się, że przeszły. Zrobiliśmy bardzo odlotową, czystą graficznie pracę. Jeśli chodzi o typograficzną część, mogła mi Magda Błażków. Wykonaliśmy super designerską serię i poszło. Nie wiedziałem czy to wypali? Czy to się sprzeda? Zagorzali fani uważali to wręcz za świętokradztwo, ale młodym fanom bardzo się spodobało.

### ➤ Jaki będzie ten najbliższy rok?

Niestety, będzie wyborczy.

### ➤ Politycy znów pokochają reklamę zewnętrzną.

Dokładnie. Najgorsze jest to, że reklama polityczna jest na zenującym poziomie. Piękna była kampania Hanny Zdanowicz w Łodzi. Świetne billboardy z jej zdjęciami, np. siedzącej na schodach, taka fajna, normalna osoba. Przypominają mi się czasy Playboya - przepraszam pani prezydent - dziewczyna z sąsiedztwa. Taki przekaz okazał się skuteczny. Przegrały naburmuszone głowy na białym tle i z wielkim logo partii. Pani Hanna wygrała w pierwszej turze bezapelacyjnie, a inni musieli w II turze walczyć. Znaczenie ma, czy kampania wyborcza jest kampanią polityczną - czyli „bijemy się po łapach” czy jest to akcja kreująca pewne wartości. Mam na swoim koncie kilka dobrych, dużych, wygranych kampanii - łącznie z kampanią prezydencką. W każdym innym kraju byłaby zapewne do mnie kolejka polityków. Współpracowałem z kilkoma europosłami, których moje kampanie umieścili w Europarlamencie. Myślę, że jest się czymś chwalić. Partie produkują jednak kreacje po tanioci, w oparciu o nudne szablony, gdzie główny lider stoi z małym liderem i trzyma go za rękę.

### ➤ Jaki będzie ten rok dla branży reklamowej, kreatywnej? Prognozowane są wzrosty.

Myślę, że dobry. Nasze społeczeństwo powolutku się odbija. Oczywiście jest to też bardzo brutalne powiedzenie, ponieważ występują strasznie duże różnice zarobkowe. Zauważyłem, że ludzie z ugruntowaną pozycją lub dobrym portfolio mają pracę. Zaczyna się liczyć dorobek. Jeżeli przeciętny klient w Polsce woli kupić markowy wyrób, to marketer także będzie sięgał po sprawdzonego twórcę. Mam nadzieję, że ten rok przyniesie zmniejszoną ilość przetargów cenowych, w których przestałem startować, bo to nie ma sensu. Najlepiej, by branża zaczęła mówić jednym głosem - inaczej przegramy. Wszelkie mi znane przypadki dumpingu cenowego zakończyły się fatalnie - np. spadkiem jakości wykonywanych usług.

### ➤ Czego byś życzył naszym Czytelnikom i sobie?

Jak najwięcej dobrych wiadomości w OOH magazynie.

Rozmawiał Robert Załupski

**ANDRZEJ PĄGOWSKI** – Urodzony w 1953 roku. Absolwent Akademii Sztuk Pięknych w Poznaniu, Wydział Grafiki, dyplom u prof. Waldemara Świerzego. Jest autorem ponad 1200 plakatów wydanych drukiem od 1977 roku w Polsce i zagranicą. Ponadto zajmuje się ilustracją książkową i prasową, jest autorem okładek wydawnictw płytowych, scenografii teatralnych i telewizyjnych, scenariuszy filmów i teledysków. Uprawia malarstwo.

Od roku 1986 był dyrektorem artystycznym i graficznym wielu pism, najdłużej w polskiej edycji miesięcznika „Playboy”.

W 1989 roku rozpoczął pracę w reklamie, nie przerywając indywidualnej twórczości graficznej.

Swoje prace Andrzej Pągowski prezentował na licznych wystawach indywidualnych w kraju i zagranicą. Pągowski jest też laureatem kilkudziesięciu nagród polskich i zagranicznych, w tym kilkunastu najwyższych trofeów na Międzynarodowym Konkursie na Najlepszego Plakat Filmowy i Telewizyjny w Los Angeles oraz kilku nagród głównych na Międzynarodowym Konkursie na Plakat Filmowy w Chicago. Jego prace znajdują się w najslawniejszych muzeach świata, m.in. w MoMA w Nowym Jorku i San Francisco, Centrum Pompidou w Paryżu, Museum of Art w Tokio.



Plakat na festiwal jazzowy



Ilustracja „Amerykańskie marzenie” do kwartalnika CHAMPION



Plakat Teatru Muzycznego VARIÉTÉ w Krakowie