



GOOGLE'S CREATIVE SANDBOX

Il recente lavoro del designer britannico per un evento estivo sulla spiaggia di Cannes gli offre l'occasione di creare un ambiente completo, nel quale la grafica si appropria di uno scenario d'eccezione, in un esempio perfettamente riuscito d'integrazione tra diverse discipline

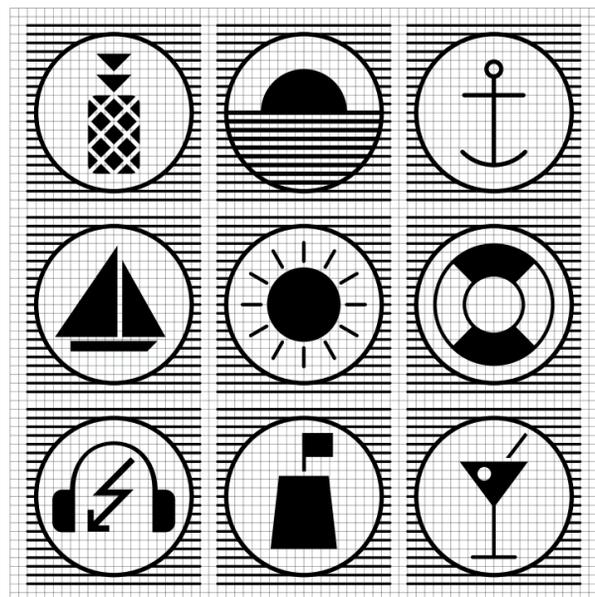
A project by Anthony Burrill for a summer event on the beach at Cannes was an opportunity to create a complete environment, where graphic design dominates the scene and successfully integrates the special features of the different areas

Anthony Burrill

Sopra: a sinistra, progetto del Beach Bar decorato con i pittogrammi a tema; tutti gli elementi grafici sono a tema nautico come il pattern di ancore e tramonti ripetuti (sopra a destra e pagina a fianco). Sotto: i pittogrammi sono stati progettati usando una semplice griglia modulare

Above: left, the beach bar with its nautical-themed pictograms. The graphic designer Anthony Burrill used modular, mix-and-match patterns of anchors, sunsets, sailing boats, headsets and more (above and opposite page). Below: the icons were designed using a simple modular grid

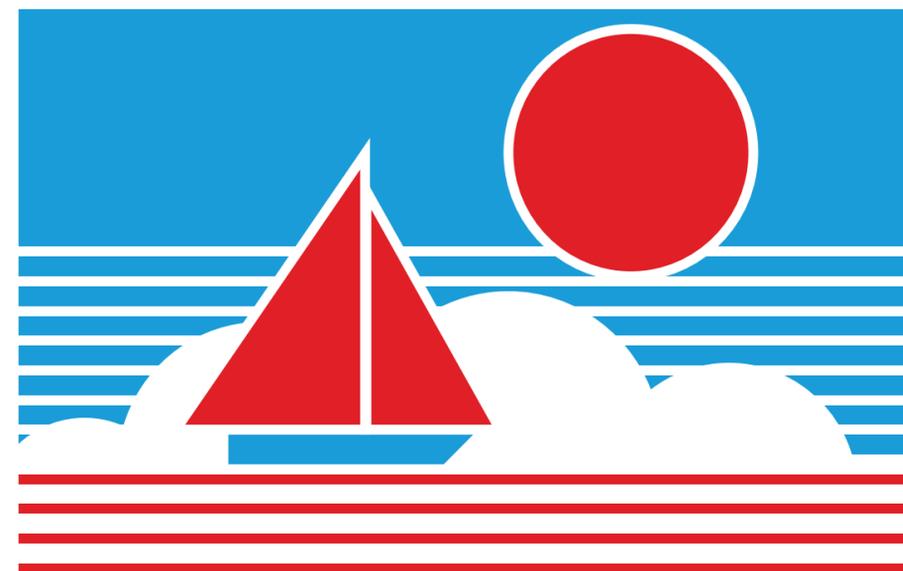
Pagina accanto: in alto a sinistra, una serie di slogan semplici e positivi disseminati per la spiaggia invitano a divertirsi usando lo spazio; in alto a destra, l'ingresso alla spiaggia è segnato dal progetto grafico e dalla palette di colori primari per creare un'atmosfera visiva d'impatto e coinvolgente



Quest'estate, sulla spiaggia del Lions International Festival of Creativity di Cannes, Google ha scelto di creare un padiglione da utilizzare come punto di ritrovo per i delegati presenti alla manifestazione, ma anche come ambiente rilassato per socializzare, partecipare a laboratori e assistere a conferenze e presentazioni. L'invito a lavorare al progetto è arrivato da Flourish, studio londinese di produzione creativa incaricato di progettare e costruire la struttura. Il loro brief è stato molto semplice: dare spazio a un linguaggio visivo personale, efficace e stimolante. Si tratta del progetto più ampio a cui abbia lavorato come grafico e ha rappresentato una straordinaria opportunità per creare un ambiente completo in uno scenario d'eccezione. Dopo il primo incontro con Flourish e Google, ho cominciato a sviluppare un indirizzo visuale e insieme abbiamo messo a punto un preciso approccio al

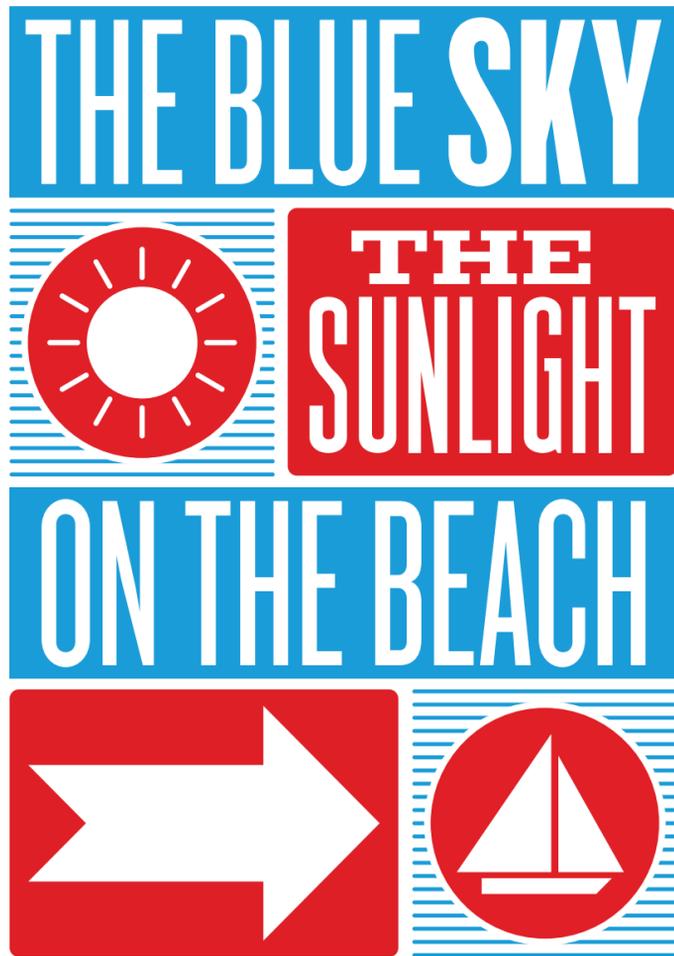
progetto: l'idea era di mantenerlo semplice e tuttavia ricco sul piano visivo. Per realizzare uno spazio coerente ma dotato di una forte identità visuale ho scelto una tavolozza di colori basata solamente su rosso bianco e blu. Poi, una volta raggiunto l'accordo sul concetto di base, ho iniziato a lavorare alla creazione di numerose applicazioni grafiche, dando vita a una gamma modulare di caratteri tipografici, modelli, icone, forme e texture. Su questa base, ho quindi sviluppato il design per ciascuna area della spiaggia, con i diversi spazi dotati di una loro precisa identità all'interno dello schema complessivo. Sono stato incoraggiato a trattare il lavoro come se fosse un mio progetto esclusivo, così da conferirgli personalità e calore. Inoltre, non ho mai avuto la sensazione di lavorare al programma di una multinazionale, e tutte le decisioni sono state prese velocemente e con grande energia. Mi sono sentito trasportato dallo

This page: above left, simple slogans were posted around the beach, making positive statements that were an invitation for people to enjoy and use the space; top right, the entrance steps to the beach. Large graphics and a red, white and blue colour palette create a striking, engaging look



slancio dell'iniziativa e, per quanto le scadenze fossero molto strette, grazie a una serie regolare di incontri e a un'ottima comunicazione tutto è progredito rapidamente e senza intralci. Dopo aver sviluppato la parte grafica, è iniziato il processo di produzione. I singoli elementi sono stati fabbricati in Inghilterra, quindi spediti in Francia per l'assemblaggio in loco. Durante questa fase, nella settimana precedente al festival, il team mi ha inviato regolari aggiornamenti sull'avanzamento dei lavori, corredati da immagini della costruzione. È stato emozionante vedere come il nostro progetto si stesse materializzando. Sono arrivato a Cannes subito dopo il termine dei lavori di costruzione, quando il padiglione era aperto ai delegati già da un paio di giorni. Il primo incontro con lo spazio si è rivelato sorprendente: alla luce del sole era sfavillante e aveva un impatto molto forte. L'atmosfera era rilassata, tutti trovavano l'ambiente

molto piacevole, si stava bene. E, per quanto conoscessi lo spazio fin nei dettagli attraverso lo schermo del mio computer, niente poteva prepararmi alla sensazione di esserci fisicamente, di vedere il mio lavoro su una scala di questo tipo, applicato a così tanti particolari diversi. Una delle mie iniziative preferite è stato il chiosco per la stampa di magliette: i visitatori erano invitati a disegnare un esemplare personalizzato tramite una app interattiva touch screen che utilizzava una serie predeterminata di elementi di design, motivi di sfondo, icone, testi e forme, combinandole in modo digitale sullo schermo. I progetti finiti venivano poi stampati su una maglietta realizzata in un esemplare unico, tiratura limitata a uno! Di sera, l'uso dello spazio cambiava per accogliere eventi come cene e concerti. L'ambiente prevedeva la presenza di numerosi schermi ed era importante che i contenuti on-screen avessero un'identità omogenea. Insieme con Paul Plowman, con il quale collaboro da anni, ho disegnato una serie di grafiche in movimento, contenute in visuali modulari da utilizzare in loop, che hanno ulteriormente contribuito a enfatizzare il collegamento visivo tra le diverse aree e tra le attività diurne e quelle serali. Utilizzando motivi, icone e testi ripetuti come mattoni da costruzione, abbiamo potuto creare rapidamente variazioni flessibili che hanno funzionato bene in combinazioni random. In tutto il padiglione sulla spiaggia è stato impiegato un linguaggio grafico molto vivido, che trasmetteva un tono leggero e invitante, incoraggiando nel contempo i visitatori a utilizzare gli spazi come volevano, a sentirsi liberi e rilassati. Sono molto soddisfatto dell'esito di questo progetto multiforme e, per quanto mi sia già capitato di lavorare a numerose iniziative di grafica applicata a un ambiente, questa rappresenta l'integrazione meglio riuscita tra le diverse discipline. @



**CREATIVE
SANDBOX**

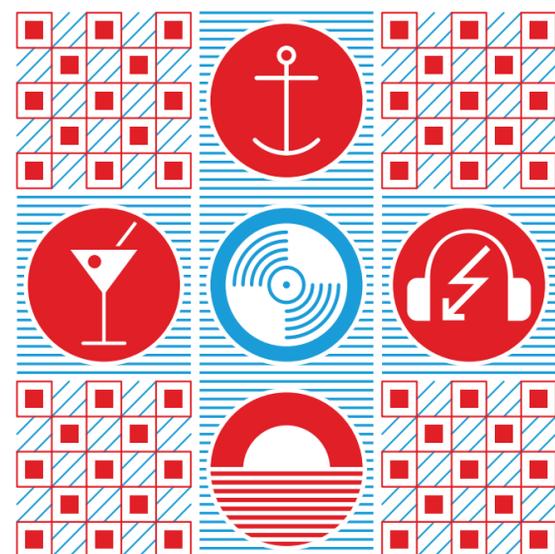
**GOOGLE'S
CREATIVE SANDBOX**

This past spring, from 15 to 21 June, Google had a space on the beach at the Cannes Lions International Festival of Creativity. The environment served as a meeting point for delegates to the festival, a relaxed spot for socialising, taking part in workshops and listening to inspiring talks. I was invited to work on the project by Flourish, a creative production company from London that was responsible for the design and build of the beach. The brief was simple: to give the space a unique, striking and engaging look. This is one of the largest projects I've undertaken as a designer and it was a wonderful opportunity to create a complete environment in an amazing setting. After our initial meeting, I began to develop a visual concept, working closely with Flourish and Google. Together we developed an approach to the project that was simple, but still visually rich. I decided on a red, white and blue

palette, the aim being to create a coherent space with a strong visual identity. Once the initial direction had been agreed, I set to work creating the numerous graphic modules of typography, patterns, icons, shapes and textures. Based on these, I developed the design for the different areas of the beach, each with its own identity within the larger scheme. I was encouraged to treat it as my own project and to give it personality and warmth. It didn't feel like working on a corporate project: all decisions were made quickly and with great energy. I was carried along by the momentum of the project, and although the schedule was tight, with regular meetings and good communication it progressed rapidly and smoothly. Once the graphic design had been developed, production began. The individual elements were fabricated in the UK, then shipped over to France for final construction on site. During this phase, the week prior to the festival, the team sent me regular progress updates and photographs

Pagina a fianco, da sinistra: gli elementi grafici sono stati disegnati per combinarsi; usare un approccio modulare ha reso possibile accorciare i tempi di progetto combinando icone, pattern e caratteri tipografici velocemente; pensata come uno spazio flessibile, la spiaggia si anima anche di notte con diverse attività, e la grafica pensata su sfondo nero. A destra: durante il giorno, la spiaggia offre un'atmosfera rilassata con talk e dimostrazioni interattive

■ Opposite page: the graphic elements were easy to fit together to make new combinations. Using a modular approach made the design process possible in the short time given. Combining icons, patterns and type quickly produced new layouts. At night, the beach had to be flexible and host many different activities. The graphics at night were all made on black backgrounds. Right: during the day, the beach was very relaxed with talks and interactive demonstrations



of the build. It was exciting to see all of our work becoming real. I arrived in Cannes once construction had been finished and the space had been opened for a couple of days. Seeing the site for the first time was amazing, it looked so bright and dazzling in the sunlight. The atmosphere was relaxed, everybody was enjoying being in the space, it felt good. Although I knew the environment well via my computer screen, nothing could prepare me for the feeling of being in the space, seeing my work on a 1:1 scale and applied to so many different things. One of my favourite on-site activities was the T-shirt printing booth. Users were invited to design their own unique garment via an interactive touch-screen app that utilised the supplied design elements (background patterns, icons, text and shapes), combining them digitally on screen. Finished designs were then printed on a T-shirt. Each was unique: a limited edition of one! During the evening, the usage of the space changed to accommodate

**INTERESTED
IN
INTERESTING**

dinner events and music performances. The environment housed numerous screens and it was important for on-screen content to have a consistent identity. I designed a series of motion graphics with my long-term collaborator Paul Plowman. They were modular, looping visuals that helped emphasise the visual link between the different areas, daytime and evening activities. Using the building blocks of repeated patterns, icons and text we were able to quickly create flexible variations that worked well in random combinations. Bold typography was utilised across the beach, injecting a welcoming and light-hearted mood while encouraging visitors to use the space as they wanted – to feel relaxed and inspired. I was very happy with the outcome of this multi-format project, and although I've worked on numerous graphic and environmental design projects, this one represents the most seamless integration of the disciplines. @

Sopra: alcune delle T-shirt realizzate usando l'immagine grafica sono state proiettate sullo schermo a produrre nuove combinazioni di pattern. A sinistra: la frase "interessato a ciò che è interessante" è diventata lo slogan per descrivere la spiaggia, luogo coinvolgente, divertente e d'ispirazione

■ Above: examples of T-shirt designs made using the original graphics combined on a computer screen to produce new combinations and patterns. Left: the phrase "Interested in Interesting" became important when describing the beach, whose design aimed at being engaging, exciting and inspiring