

CURRICULUM VITAE

AUG 2014 / 2016 ...

**TAEVAS
OGILVY**
ART
DIRECTOR

JAN - JUL / 2014
NEWAY AD / DISAINER

JUL - NOV / 2013
REFLEX / DISAINER

NOV - NOV / 2012
TENTWELWE / DISAINER

2009 - 2013
TARTU KUNSTIKOOL
KUJUNDUS - GRAAFIKA ERIALA / KESK-ERI

JAN - APR / 2011
HYRIA / SOOME
DISAINERINA ERIALANE PRAKTIKA

2000 - 2009
PÄRNU VÄIKE VABAKOOL
PÕHIKOOL

ADOBE ILLUSTRATOR
x x x x x x x x x

ADOBE PHOTOSHOP
x x x x x x x x x

ADOBE INDESIGN
x x x x x x x



1. FAZER DESSERTS PAKEND KAVAND 1 2015/ FAZER DESSERTS PACKAGE DESIGN 1 2015

Töö lähteülesanne oli luua pakend, mis tekitab isu, kannab endas skandinaavialikku tunnetust, annab edasi toote kõrgemat kvaliteeti ning õigustab ka pisut kõrgemat hinnaklassi. Tahtsin, et sellest tuleks toode, mida oleks hea tunne võtta kaasa oma panusena koosviibimisele sõpradega või rõõm kinkida parimale sõbra(nna)le.

My task was to design a package that would be appetizing, have a scandinavian feel, give an impression of high quality and justify higher price. I wanted it to be a product one could proudly take to a friends gathering of be happy to give as a gift to best friend.

2. FAZER DESSERTS PAKEND KAVAND 2 2015 /FAZER DESSERTS PACKAGE DESIGN 2 2015

Sama toote uus kavand. Siin lisandus lähteülesandele võtmefraas – rich in taste. Otsustasin šnitti võtta Alice'i teepoost ning leidsin need maitsumad-kui-päris koogikeste illustratsioonid, millest õhkab rikkalikkust. Need on "hüperkoogikesed".

Same Product, new draft. Here my brief got a new keyword – rich in taste. I decided to borrow from Alice's tea party and found these tastier-than-real-cake illustrations, which sparkle in richness. I like to call them "hyper-cakes".

3. FAZER DESSERTS PAKEND KAVAND 3 2016 / FAZER DESSERTS PACKAGE DRAFT 3 2016

Arendasin eelmist kavandit edasi – lisandusid autoriillustratsioonid ning hüperkoogikesed asendasin kodusemate, "päris" toodetega. Püüdlesin endiselt maitserikkuse, kvaliteedi ja high-end tunnetuse poole.

Further development of the previous draft – added author illustrations and replaced hypercakes with cozy, "actual" products. I still pursued richness in taste, quality and high-end feeling.

4. VANAEMA TEEPAKID 2016/GRANDMA TEA PACKS 2016

Minu vanaema on nii kaua kui ma mäletan korjanud erinevaid taimi, neid kuivatanud ja pakendanud, et nendest teha teed. Viimasel ajal on ta pakendanud kasutatud paber-suhkrupakkidesse, mis paraku teevad keeruliseks ilma paki sisse piilumata teha kindlaks millise teega on tegemist. Tegin Memmele kingituse ning lahendasin selle probleemi.

My grandma has for as long as i can remember, picked different plants, dried and packaged them to make tea. Recently she has utilized used sugar-packaging made of paper, which unfortunately make it very hard to know the contents without peeking inside. I made a gift to my granny and solved this issue.

5. LA'BELLE PASTA PAKEND 2015/LA'BELLE PASTA PACKAGE 2015

Söögitegemine on kunst nagu maalimine. Tahtsin toidu ja kunsti vahele tõmmata paralleeli luues pastakuju akvarell-stiilis.

Cooking is an art like painting. I wanted to draw a parallel between food and art creating pasta shapes in the style of aquarelle-paints.

6. FRISKO PROTEIINIJOOK KAVAND 2015 / FRISKO PROTEIN DRINK DESIGN 2015

Proteiinijook, mille sihtgruppi iseloomustavad laused "Feeling good – living better" ja "Fit & Active". Lähteülesandeks oli luua tootele kujundus, mida võiks võtta osana päevasest tervislikust elustiilist. Tahtsin lainega edasi anda toote jogurtist konsistentsi, värvidega erinevaid maitseid ning metalliga tugevust, mida annab aktiivne eluviis. Pudelil on tarbija jaoks taaskasutusväärtus.

Protein drink that describes it's target group with phrases like "Feeling good – living better" and "Fit & Active". My task was to create a design that can be incorporated into everyday healthy lifestyle. With the wave i wanted to express the products yoghurt texture, different tastes with different colours and strength that sporty lifestyle provides, with metal. Bottle is reusable by consumer.

7. KÄSITÖÖÕLU KAVAND 1 2016 / CRAFT BEER DESIGN 1 2016

Käsitööõlu etiketi kujundus – tekstipõhine versioon. Lähtusin kujunduse loomisel üldisest kontseptsioonist: etteantud pudelikujust, mis meenutab mu jaoks vanaaegset apteegitoodet, medikamendipudelit ning üldisest ida-Eesti (kus seda õlut ka valmistatakse) kuvandist, seda kirjeldavast tekstist.

Design of craft beer label – text-based version. I based my design on the overall concept: pre-selected bottle, which reminds an old pharmacy-bottle and the overall image of Eastern-Estonia (where the beer is brewed) – a text which describes it.

8. KÄSITÖÖÕLU KAVAND 2 2016 / CRAFT BEER DESIGN 2 2016

Käsitööõlu etiketi kujundus – illustratsioonipõhine versioon. Lõin ise illustratsioonid, mis seostuvad Ida-Eesti stampidega ning laenasin värvid anarhistlikelt liikumistelt andmaks neile jõulist kaalu.

Design of craft beer label – illustration-based version. I created the illustrations, which correspond to preconceptions of Eastern-Estonia and borrowed the colours from anarchist movements to give them more powerful weight.

9. MICK PEDAJA BRANDING 2015/ MICK PEDAJA BRANDING 2015

CD Cover/Branding

Mick Pedaja artistilogo ja plaadikujundus. Tundes Micku hästi tundus mulle sel hetkel teda parimalt iseloomustama omamoodi spirituaalse kompassi kujund, kus on erinevad teed ja rajad. Seega proovisin kujutada inimese (kõige laiemas tähenduses) kompassi. Kujundist lähtuvalt ning maalähedust arvesse võttes sündis käsitööna puidust plaadiümbris ning kotid ja meened, mida jagati Micku esikplaadi Hooandja toetajatele

Musician-singer Mick Pedaja's artist logo and CD-cover design. Knowing Mick well, i felt that at this moment a kind of a spiritual compass with different roads, pathways was the right symbol to describe him. I tried to design a human (in the broadest sense) compass. From this shape and accounting for Mick's love of nature, a hand-made wooden cd-cover, bags and different mementos were born, which was distributed to Mick's supporters on Hooandja (estonia's Kickstarter).

10. ANU LING BRANDING 2016

Lähteülesandeks oli "tee midagi ägedat". Logoni jõudsin katsetades läbi erinevaid kujundeid nõelasilmast monogrammini. Just nendest kahest lõpptulemus ka sündis. Valasin selle moemaailma stilistikasse ning lõin terve tema brändi graafilise ilme.

My task was to "create something cool". I arrived to this logo by trying out different shapes from the eye of the needle to a monogram. These two are the ones that made it into the final version. I poured it all into fashion-world style and created the brands whole graphical image.