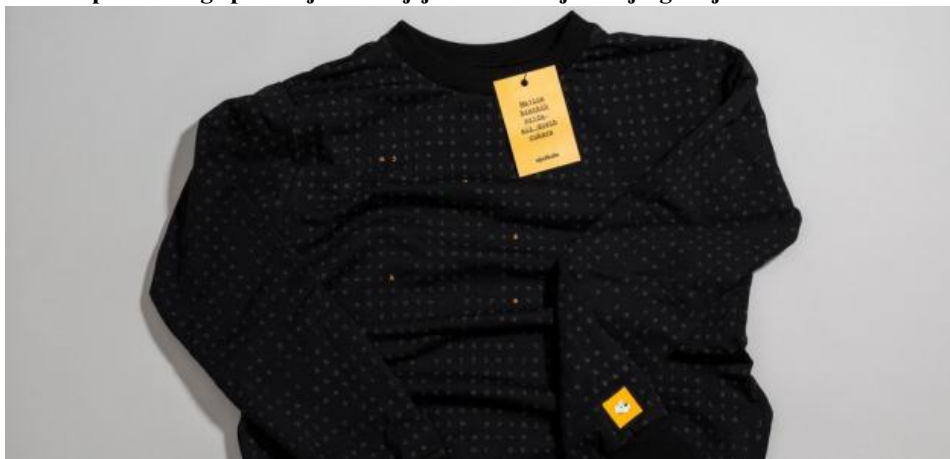




Njuškalo majica – knjiga na Zagreb Design Weeku

Prva majica – knjiga na svijetu ekskluzivno je izložena na Zagreb Design Weeku na zadovoljstvo zaljubljenika u dizajn koji prate moderne trendove nosive tehnologije. Njuškalo je time široj javnosti približio inovativni koncept ‘Kratke priče za dugo pamćenje’ zahvaljujući kreativnoj kuhinji agencije Švicarska.



Jedinstvena odjevna

kolekcija dio je njihove limitirane serije povodom desete godišnjice poslovanja, s NFC-etiketom na rukavu majice. Svatko tko očita etiketu svojim pametnim telefonom, otvara mrežnu stranicu na kojoj su kratke priče deset domaćih pisaca na temu oglasa. Urednik tog prezentacijski unikatnog presjeka suvremene hrvatske proze je Miroslav Mićanović, književni urednik, specijaliziran za kratke priče.

‘Njuškalo je prije više od deset godina unio potpunu revoluciju na tržište, bilo da je riječ o poslovnom konceptu, pristupu korisnicima ili marketinškoj komunikaciji. Isti taj model pratimo i danas, usvajajući sve ono što nam je donijelo moderno doba, pa smo tako s posljednjim B2B proizvodima pokazali još jedan kreativan iskorak na našem putu digitalnog lidera, povezujući offline svijet Rokovnika kratkih priča i ostalih merchandise proizvoda s online okruženjem, zahvaljujući majici s implementiranom nosivom tehnologijom’, istaknula je Tamara Ašanin, direktorica marketinga Njuškala.

Iz Švicarske pojašnjavaju da je NFC (Near Field Communication) sveprisutnija kratica za bežičnu tehnologiju koja radi na malim udaljenostima, a primjenjuje se od modne industrije do načina plaćanja ili zaključavanja vrata. Ipak, prema njihovim saznanjima, takvo je spajanje kreativnih izričaja, u ovom slučaju mode i književnosti preko odjeće s NFC čipom koji vodi na originalna literarna djela, jedinstveno u svijetu.

‘Sve je krenulo od rokovnika, kao osnovnog predmeta kojeg za Njuškalo pripremamo svake godine. Prvi iskorak je bio kada smo ga unaprijedili u knjigu, odnosno Rokovnik kratkih priča, nadovezujući se ujedno na desetu obljetnicu Njuškala. Nezaobilazna nam je uvijek i offline-online poveznica te smo zato primijenili najmodernije mogućnosti nosive tehnologije. Vlasnik majice tako te priče uvijek ima nadohvat ruke, dok čeka u redu ili se vozi tramvajem’, rekla je Ana Lozica, kreativna direktorica iz agencije Švicarska i podsjetila kako je inovativnost projekta prepoznao i stručni žiri na **Danima komunikacija** s brončanom nagradom **IdejaX**. Dodala je i kako nema razloga za brigu – ‘priče’ neće nestati dok je majica u pranju jer je NFC-etiketa vodonepropusna.

Njuškalo i Švicarska nastavili su razvijati mogućnosti primjene modernih trendova, pa su tako sa Švenk produkcijom osmislili posljednja tri TV spota u kojem je poseban kut i dinamika kretanja postignuta snimanjem isključivo s GoPro kamerom, što je prvo takvo snimanje reklame u Hrvatskoj. Redatelj Nevio Marasović gledateljima je prenio, iz prvog lica, konkretna iskustva stvarnih osoba čiji je život promijenio Njuškalo. Tematski se ta kampanja tako ponovno nadovezuje na priče, samo te priče nisu fikcija već doživljaji stvarnih ljudi.

Naime, iako život ne čine predmeti, već uspomene i trenuci, oni se stvaraju na različite načine: u dječjoj nosiljci iz oglasa, zvukovima iz starog radija ili DJ opreme iz kategorije glazbala, zaljublivanjem u ljubimca – simpatičnu ‘njušku’ koja traži novi dom ili pak onog limenog, na četiri kotača, koji te više neće iznevjeriti te početkom novog životnog poglavlja u vlastitom stanu... Upravo su to priče stvarnih ljudi koji su djelić svojeg života pronašli na Njuškalu, a zatim postali protagonisti TV kampanje ‘S Njuškalom povezuju nas priče’. Teško je pronaći nekoga tko nije barem jednom nešto kupio ili prodao na



Njuškalu: sitnicu iz kategorije strojeva i alata ili auto-moto dijelova, možda nešto veće, poput bicikla ili vikendice... Ipak, jedno je zajedničko: život novih vlasnika uvijek postaje bogatiji za neko novo iskustvo, doživljaj, uspomenu – i priču koja je započela na Njuškalu.

A. S.

