



Legendarne hrvatske reklame: Simpa ti i ja, Žuja, 'Bok, Janica je! Kaj ima novoga?'

Davne 1999. izašla je prva reklama za **Simpa mobilne tarife**. Reperske stihove "Simpa ti i ja" nema tko nije ppravljao po cijele dane. U sklopu iste kampanje izašlo je više legendarnih pjesama poput Simpa zeko, Simpa ti&ja, Simpa non-stop i Simpa božićna, na kojima su surađivali i brojni popularni glazbenici.

Prije nekoliko godina najveći hit sezone bio je **Milo Hrnić koji je postao zvijezda reklame** za Erste banku. On objašnjava mladom Andrijažasto nema vremena ići u banku. Ima treninge - pa ga se prikazuje kako katanom reže lubenicu, kao lik iz igrice Fruit Ninja, hobi - pa ga vidimo kako jaše jednoroga, probe s bendom - kadar u kojem divlja s pankerima, a mora snimati i spotove - pa ga vidimo kako jaše na kugli za rušenje zidova pokraj natpisa MYLO, i izgleda poput Miley Cyrus u sličnom spotu.



[Jeste li je vidjeli? Odlične reakcije: Presnijišna reklama za pivo oduševila je regiju, a evo kako je bilo na snimanju](#)

Polarni medo iz reklame za bonbon, koji u restoranu mora platiti više nego što želi pojesti, dobio je bronačni **Effe** dok je Publicisova reklama iz iste priče, **sa gorilom i zecom u supermarketu**, predstavljena na natjecanju za najbolje ideje IdeaX.

Posljednja viralna reklama, i još jedna u nizu od **Ožujskog piva, je "Ožujsko Slaveni"**. Goran Navojec, Goran Bogdan i Rene Bitorajac trojac je koji je već "standardno" zvijezda u reklamama Ožujskog, a ovih dana predstavljena je nova kampanja "Ostajemo di smo". Reklama nas vraća **1400 godina u prošlost, u 7. stoljeće** i na Veliku seobu naroda, na mukotrpan put koji su naši preci morali prijeći kako bi došli tu gdje smo danas. Almir Okanović iz BBDO-a rekao je da je ovo riskantna ideja, a takve su i sve ideje koje predstavljaju. Kanović je rekao kako se htio malo i **našaliti sa susjedima**, a cijeli je projekt bio pomalo "frkovit" jer su ideje dobre, ali pomalo riskantne i "rubne". Kad je Ožujskom predstavio ideju, prvo su se uplašili, ali su imali beskrajno povjerenje s obzirom na sve prijašnje projekte. Osim toga, istraživanja su potvrdila da takav sadržaj "prolazi". Reakcije su na kraju bile pozitivne, a svi su oduševljeni, pisali smo na [Večernjem.hr](#).

Koja vam je reklama najbolja?

Moramo se prisjetiti još jedne odlične reklame Ožujskog u kojem se spominju **sva duhovita ili čudna imena gradova** i mjesta u Lijepoj našoj. Ponekad zvuče čudno, ponekad smiješno, ali ljepših imena gradova i sela nema ni Europa cijela. Jer naša su mjesta zakon, kaže opis reklame postavljene na YouTube. I **komentari na društvenim mrežama** govore o uspjehu ovih reklama.

Još malo šale na vlastiti račun dolazi iz "radionice" IMAGO za reklamu "**CROmpiri**". Svojevremeno su ovu kampanju objasnili ovako: "Nova kampanja poručuje da je krumpir, od kojeg je napravljen Čipi Čips, kao i Hrvati – **jedinstven, prepoznatljiv** i nezaustavljiv."

Kad smo već kod hrane i pića, prisjetili smo se i reklame za Karlovačko pivo, a u njoj se pojavljuju i **Severina te Žera iz Crvene jabuke**. Reklama je izašla 2005. godine. Među konkurencijom od tri tisuće radova iz više od 60 zemalja, koliko ih je pristiglo za prestižnu nagradu FAB, ova reklama marketinške agencije BBDO odabrana je za nagradu u kategoriji najboljih TV spotova za alkoholno piće. Fora u reklamama je što tadašnji legendarni trojac iz njihovih reklama, **Bojan Navojec, Krešimir Mikić i Leon Lučev**, umjesto Severine koja se baci u publiku na koncertu, izaberu bocu, a pjevačica završi na podu.

Nazalost, na YouTubeu nije uploadana odlična reklama naše **skijašice Janice Kostelić** iz koje je proizašla legendarna rečenica: "Bok, Janica je, kaj ima novoga?" Janica leži u bolničkom krevetu, nakon ozljede. Ona je u to vrijeme, ranih 2000-ih bila zaštitno lice Croneta. Iako se ozlijedila i bila u bolnici, s reklamama nisu prestali, a onda su snimili jednostavnu - ona leži u krevetu i tipka po mobitelu, pa nazove nekoga i izgovori tu rečenicu.



Foto: screenshot