



BRUKETA&ŽINIĆ&GREY

Koји K

BRUKETA&ŽINIĆ&GREY ima 25 godina. Koji k smo napravili u tih četvrt stoljeća? Ovo je tiskani oglas o tome.

Najvažnije od svega, imali smo čast surađivati s nekima od najtalentiranijih ljudi u ovoj zemlji te raditi za neke od najpametnijih i najzanimljivijih žena i muškaraca u Hrvatskoj i mnogim drugim zemljama. Beskrajno smo zahvalni za to iskustvo, ništa od ovoga ne bi bilo moguće bez zajedničke ambicije iz koje je proizašlo na tisuće ideja o kojima se pričalo. Ovo su samo neke od njih.

Sa Zagrebačkom bankom napravili smo Vremenski trezor, kampanju koja će trajati još 95 godina. S Podravkom smo kreirali kuharicu koju treba ispeći prije upotrebe kako bi otkrili Podravkine tajne recepte. S Addiko Bankom smo organizirali "festival" bankarske poezije, a s A1 kreirali mobilnu aplikaciju koja je pronašla način da klinci uče pravopis.

Za bračku smo vinariju Stina napravili najmanju etiketu na svijetu, kao i potpuno praznu etiketu koja otvara prostor za kreativnost. S Croatia osiguranjem smo kreirali imidž kampanju koju je fizički posjetilo 100.000 ljudi, a za Podravku pokrenuli vlak koji je uzvanike odveo 60 godina u prošlost. S Franckom smo princu Harryu, ususret utakmici Engleske i Hrvatske, poslali paket finog čaja od kamilice. Za smirenje.

S Adrisom smo kreirali čitav niz godišnjih izvješća i monografija, poput knjige koja svijetli u mraku i knjige koju je nemoguće uništiti, a mnoge od njih proglašene su nekima od najbolje dizajniranih knjiga na svijetu. Adris nam je omogućio i da sudjelujemo u

procesu brendiranja najambicioznijih hotela na Jadranu.

Zbog Hajduka je limenka Karlovačkog promijenila boju, a songovi iz reklama za Žuju i Tele2 pjevali su se na stadionima. Zahvaljujući Karlovačkom, imali smo priliku među prvima reagirati na COVID-19 krizu. Rebrandirali smo VIP, a za Tele2 dizali revoluciju. Čovjek koji je komunicirao samo pjevajući (čak i s policijom) promovirao je stambene kredite za RBA.

Zahvaljujući Neostaru, sudjelovali smo u prvoj prodaji rabljenog automobila online putem, a dizajnirali smo i za Rimac automobile. Za Future Tense konferenciju Komunikacijskog laboratorija kreirali smo identitet koji se mijenja ovisno o tome što ljudi pišu na Twitteru, a s Muzejem prekinutih veza omogućili smo bivšim parovima da raskinu svoje ljubavne lokote na ogradama po cijelome svijetu.

S Podravkom i uz pomoć njezinih kupaca, dizajnirali smo 32.000 različitih etiketa Vegete. KiKi song ima milijune pregleda na YouTubeu i taj broj raste čak i nakon puno godina od objavljivanja. Za svoju smo dušu dizajnirali prve inkluzivne satove na svijetu, a s Hrvatskom poštom prvu poštansku marku koja ti kaže gdje se trenutno nalazi tvoja pošiljka.

S The Coca-Cola Company smo na 27 tržišta poslali krave na godišnji odmor u kampanji za AdeZ. S TZ Zagreb smo napravili gejmificirani vodič kroz grad u obliku aplikacije, a s HZJZ-om hakirali popularni talent show kako bi upozorili na problem maloljetničkog alkoholizma.

Organizirali smo online razmjenu neželjenih božićnih poklona, zatim izložbu na kojoj su izloženi bili po-

sjetitelji, kao i Motovun Film Festival te PechaKucha Nights Zagreb. Za Radgonske gorice smo kreirali proizvod — prvo pjenušavo vino na svijetu koje se proizvodi, prodaje i kuša u potpunome mraku. Neko smo vrijeme proizvodili gaće od organski uzgojenog pamuka.

O takvim su idejama kroz tisuće objava izvještavali mediji kao što su: New York Times, Independent, Der Spiegel, Kurier, Advertising Age, AdWeek, Campaign, Communication Arts, designboom, Dezeen, Gizmodo, How, I.D., LBBOnline, Novum, Page, Print, Shots, The Dieline, The Drum, Corriere della Sera, brojni regionalni i gotovo svi hrvatski mediji.

Te su ideje osvojile i preko 600 nagrada, a ovo su samo neke od njih: druga najučinkovitija agencija prema globalnom Effie Indexu; međunarodna mala agencija godine prema američkom časopisu Advertising Age; jedna od 17 vodećih neovisnih agencija na svijetu prema britanskom časopisu Campaign; uvrštenje među 200 najboljih dizajnera ambalaže na svijetu prema časopisu Lürzer's

Archive; 11 puta Agencija godine u Hrvatskoj (zadnji put 2020.); 3 puta Cannes Lions finalist; 21 puta Red Dot, uključujući i Best of the Best; MIXX Europe; Euro Effie finalist; Clio srebro; 6 D&AD olovaka; 3 puta Art Directors Club New York, uključujući i Design Sphere kokcu; Art Directors Club of Europe zlato; 4 puta London International Award, među kojima i Best of the Best; 2 puta Design Week; jedan od 50 najbolje dizajniranih knjižnih omota na svijetu (AIGA); 3 puta Cresta; 4 puta Epica; Dieline zlato; Brand Impact Award; 13 puta MIXX; 2 puta Zlatna kuna; Najbolja BalCannes agencija i mnoge druge nagrade.

Sve u svemu, nije loše za početak.

POGLEDAJ
IDEJE