

 tportal.hr



[FOTO] Kako razmišljaju vodeći hrvatski marketingaši? 'Tajni dokumenti Brukete i Žinića', izloženi u galeriji Oris, donose uvid u kreativni proces nagrađivanog dvojca

U bilježnicama je registriran kreativni proces koji je doveo do nekog projekta, tu su i tragovi na koji su način vodili svoj studio sve ove godine i organizirali posao, svi uspjesi, neuspjesi, nagrade i duboke krize kroz koje su prošli

Izložba **'Tajni dokumenti Brukete i Žinića'**, s 54 bilježnice u kojima su **Davor Bruketa** i **Nikola Žinić** proteklih dvadeset godina bilježili svoje poslovne ideje, ali i trenutke iz privatnog života, otvorena je u četvrtak u galerijskom prostoru **Oris Kuće arhitekture**.

Davor Bruketa i Nikola Žinić kreativni su direktori agencije **Bruketa&Žinić&Grey** koja djeluje kao *brand design hub* međunarodne mreže reklamnih agencija Grey.

Bruketa kaže kako je u tim bilježnicama registriran kreativni proces koji je doveo do nekog projekta, tu su i tragovi na koji su način vodili svoj studio sve ove godine i organizirali posao, svi uspjesi, neuspjesi, nagrade i duboke krize kroz koje su prošli.

Otkrivaju i neke vrlo privatne stvari, dodaje, od rođenja djece do gubitka najmilijih, početaka i krajeva nekih ljubavi do neobičnih črčkarija i žvrljotina 'koje možda nisu uvijek črčkarije i žvrljotine nego alat koji nam pomaže da se fokusiramo na sastancima'.



'Ljudi često misle da ne slušamo i da bez veze šaramo po bilježnicama, ali dokazano je da rad ruke pomaže radu mozga i često upravo tada zapišemo prve impresije o zadatku koji je pred nama i koje su nam izvor inspiracije za finalno rješenje', rekao je.

Žinić: 'Ima tu materijala i za nekog dobrog psihijatra'

Žinić vjeruje da bi se sa skicama, crtežima, idejama, rasporedima i ostalim 'tajnim' detaljima obuhvaćenima u tim bilježnicama koje pokazuju tijek vremena mogao opisati i njihov profesionalni put, ali dodaje i kako "ima tu materijala i za nekog dobrog psihijatra" koji bi mogao ocijeniti njihove ličnosti.

'Zanimljivo mi je da u nekim momentima nastaje dijalog svjesnog i nesvjesnog, a tek nakon nekog vremena pronađeš smisao, jedan crtež koji u to vrijeme možda nije imao neko značenje nakon nekog vremena dobije značenje unutar određenog konteksta, ali i što neke greške ponavljamo', dodao je.

Objasnio je da uvijek pišu u Moleskine bilježnice jer one imaju priču, iako je kao brend nastao devedestih, inspiraciju crpi iz crnih tekica 19. i 20. stoljeća iz Francuske, u koje su umjetnici bilježili svoje misli i pretočili ih u umjetnički rad. 'Ta priča nam je jako bliska', kaže Žinić.

Tek kada odlutamo možemo pronaći ono što tražimo

Siniša Waldinger, izvršni kreativni direktor Bruketa&Žinić&Grey, ističe kako su se od svih snažnih poslovnih ličnosti koje su prohujale hrvatskom poslovnom scenom od osamostaljenja, preko burne tranzicije do danas, jedino Bruketa i Žinić odvažili otvoriti svoje tekice za javnost.

Po njegovim riječima, izložba ima dvojaku vrijednost – s jedne strane čisto faktografsku, jer pruža jedinstven uvid u ključne misli koje je dizajnerski dvojac zapisivao na sastancima tijekom prošlih četvrt stoljeća na kojima su sudjelovali glasoviti tajkuni kojih više nema, suvremeni poslovni ljudi koji i danas vode najuspješnije hrvatske kompanije i inovatori čije je vrijeme tek danas došlo ili tek dolazi.

'S druge strane, vrijednost izložbe ponajviše je u tome što svjedoči o snazi i inspiraciji koja nam dolazi iz odlutalih misli – ono kad na sastanku više ne čujete glasove sugovornika, kad se vaš duh uzdigne i lebdi nad prostorijom, a vi kao u dubokoj hipnozi u tekicu zabilježite nešto bitno i inspirativno, nešto što će tek možda za koji dan, dok pregledavate bilješke sa sastanka otvoriti neku novu ideju ili novu priču', dodao je.

'Tekice Brukete i Žinića govore o tome da tek kad odlutamo možemo pronaći ono što tražimo', ustvrdio je Waldinger u predgovoru izložbe.

Posjetitelji će, među ostalim, moći vidjeti bilješke o njihovom prvom putovanju u Azerbajdžan kada su dobili tender za velikog lokalnog naručitelja, kao i vrijeme devalvacije azerbajdžanske valute koja je preko noći ugrozila egzistenciju njihovog studija u Bakuu.

Zabilježena su i slavlja oko proglašenja Best of the best na Red Dotu, osvajanja prve D&AD olovke i višekratnih imenovanja agencijom godine, kao i žiriranja London international awards u Las Vegasu i Art directors club u New Yorku.

Tu su i tragovi uspješnih investicija poput akvizicije Populara u Beogradu i onih manje uspješnih, poput Brokule&Ž, kao i ideje iza dobivenih i izgubljenih natječaja za projekte.

Od osnutka 1995. pod nazivom Bruketa&Žinić OM, ta je agencija osvojila preko 600 nagrada za oglašavanje i dizajn, Cannes Lion, D&AD, Art Directors Club New York, Red Dot, Clio, Cresta, **Effie**, Epica, London International Awards, MIXX Europe i brojne druge.

Američki Advertising Age proglasio ju je međunarodnom malom agencijom 2013. godine, a britanski Campaign 2014. svrstao među vodeće neovisne agencije na svijetu.

Na globalnom **Effie** Indexu učinkovitosti 2012. rangirana je drugom najučinkovitijom neovisnom agencijom. Proglašena je Agencijom godine jedanaest puta.

Izložbu se, uz slobodan ulaz i epidemiološke mjere, može pogledati do 31. prosinca (do 12 sati) te od 10. siječnja do 15.

T-Portal, 16.12.2021.

Evidencijski broj / Article ID: 10004880

Naslov / Title: [FOTO] Kako razmišljaju vode i hrvatski marketingaši? "Tajni dokumenti Brukete i Žinića",

URL: [Originalni link](#)

OTS: 252561



siječnja. Za 24. i 31. prosinca Oris Kuća arhitekture najavljuje radno vrijeme do 12 sati.