



NACIONAL.HR



Nacionalovih sedam

ANSELMO TUMPIĆ

NAGRADA U CANNESU 'Zaključanim vinom provociramo ljude da malo uspore ritam'

29.07.2024. 20:39

AUTOR: DUBRAVKO JAGATIĆ



Anselmo Tumpić i Sara Prenc sa svojim su studijem još prošle godine osvojili velik broj međunarodnih nagrada u području dizajna, a nagrada u Cannesu potvrda je njihove originalnosti



Anselmo Tumpić i Sara Prenc osvojili su krajem lipnja canneskog lava za kreativnost u tržišnim komunikacijama za dizajn pakiranja posebnog izdanja vina teran Barrique vinarije Franc Arman iz Vižinade

Studio Tumpić/Prenc osvojio je nedavno prestižnu nagradu za kreativnost u tržišnim komunikacijama Cannes Lions za projekt „Vrijeme je za tvoje vrijeme“ – bocu odležanog vina teran Barrique, zaključana u kutiju i nedostupnu za otvaranje do određene razine sazrijevanja.

Kada je Franc Arman davne 1850. godine zasadio svoj prvi vinograd u selu Narduči kod Vižinade u Istri, nije mogao ni sanjati da će gotovo 170 godina kasnije njegov teran Barrique doći u središte pažnje najpoznatijih svjetskih kreativaca i to u francuskom Cannesu. Oliver Arman, voditelj i vlasnik vinarije Franc Arman, zbog specifičnosti metode sazrijevanja poznatog istarskog crnog vina, sa željom da ga što bolje plasira na svjetsko tržište, potražio je pomoć dizajnerskog studija Tumpić/Prenc iz Rovinja kako bi ovo profinjeno vino dobilo svoje prikladno dizajnersko ruho koje će ga predstavljati na najbolji mogući način. Ne samo što su Anselmo Tumpić i Sara Prenc pogodili u srž njegove želje, već su za svoje dizajnersko rješenje dobili prestižnog canneskog lava (Cannes Lions), najugledniju svjetsku nagradu za kreativnost u tržišnim komunikacijama. Njihov projekt „Vrijeme je za tvoje vrijeme“ sastoji se od boce odležanog vina koja je zaključana u kutiju i nedostupna za otvaranje do određene razine sazrijevanja. Bocu prati mobilna aplikacija koja putem QR koda s kutije tijekom duljeg perioda vlasniku boce šalje poruke koje ga educiraju o povijesti enologije i ljepoti vinarstva, a u za to predviđeno vrijeme i šifru za otvaranje vina s porukom “Vrijeme je za tvoje vrijeme”.

Cannes Lions nastao je po uzoru na slavni filmski festival u Cannesu i do sada se samo šest hrvatskih radova izborilo za canneskog lava, a ovo je prvi put da su čak dva hrvatska rada ušla u finale natjecanja iste godine. Naime, uz osvojenog lava za dizajn vinskog pakiranja, Studio Tumpić/Prenc finale je ove godine zaslužio i dizajnom ambalaže maslinova ulja Istriana. Međutim, upućenima u rad tog studija to nije bilo iznenađenje jer su znali da je prošle godine kao hrvatska agencija osvojila najveći broj međunarodnih nagrada. Od osnutka 2017. rade marketinške kampanje, vizualne identitete i dizajn pakiranja te interaktivne izložbe. Među naručiteljima njihovog rada su BMW, Valamar, Jadran galenski laboratorij, Turistička zajednica Istarske županije, Grad Rovinj i Istarsko narodno kazalište, a osvojili su neke od najprestižnijih nagrada na svijetu kao što su: Red Dot Best of the Best, European Design Award Best on Show, IIID Award, Communication Arts Award, Art Directors Club Europa, Pentawards, Epica, **IdejaX**, European Design Award Best on Show, D&AD, IIID Award, London International Award, Design Intelligence Award, Communication Art Award, ADC Europa, SoMo borac, Nagrada Hrvatskog dizajnerskog društva, ZGDW Award, nagrada Zagrebačkog salona itd. Stoga ne čudi da je Anselmo Tumpić ove godine bio član žirija prestižne britanske dizajnerske nagrade D&AD Pencil.

‘Bocu prati mobilna aplikacija koja putem QR koda s kutije vlasniku boce šalje poruke o enologiji i ljepoti vinarstva’

Kad su čuli da su osvojili canneskog lava za kojeg se natjecalo oko 26.000 radova iz cijelog svijeta te da su time prestigili čak i diva kao što je Coca-Cola, Anselmo Tumpić i Sara Prenc bili su ponosi.

“U tržišnim komunikacijama to je zaista najprestižnija nagrada, priznanje koje svaki kreativac želi dobiti, ne postoji niti jedna nagrada iznad ove. Kreativci ove industrije iz cijelog svijeta tih se tjedan dana smjeste u Cannes. Primjerice, jedan od govornika na ovogodišnjem festivalu bio je Elon Musk. Tako da nam priznanje u tako elitnom društvu imponira. Nama je to uspjelo ove godine s jednim nama



zaista bitnim projektom za vinariju Franc Arman. Zanimljivo je da sam osam godina radio u Milanu za velike brendove poput BMW-a i Minija i s projektima za te brendove uspio sam se plasirati tek u finale. Tako da mi je zaista ogromno zadovoljstvo osvojiti lava s domaćim brendom i vlastitom agencijom”, rekao je Anselmo Tumpić. Njihova ideja bila je specifična jer su spojili tradicionalni grafički dizajn s interaktivnim sadržajem. Željeli su, pojašnjava Anselmo Tumpić, potaknuti potrošača na razmišljanje te ga “provocirati” da barem u interakciji s ovim proizvodom uspori svoj užurbani životni ritam.

“Proizvod je namijenjen vinoljupcima više platežne moći koji se nerijetko bore s nedostatkom vremena. To je u suprotnosti s proizvodom kao što je vino koje zahtijeva strpljenje u cijelom procesu stvaranja, od branja grožđa do sazrijevanja vina. Zato smo odlučili bocu terana zaključati u kutiju i učiniti je nedostupnom za konzumaciju. Vlasnik kutije primoran je čekati pravi trenutak za njeno otvaranje. Zanimljiv nam je bio kontrast digitalnog suvremenog alata kao što je aplikacija, koja je tipična upravo za naš suvremeni ubrzani stil života i analogne kutije sa zaključanim vinom. Kutija je morala imati analogni mehanizam da ne bude u prevelikom raskoraku s proizvodom. Tek kada aplikacija pošalje šifru, korisnik će okrenuti točan broj na brojčaniku i otvoriti kutiju”, govori Tumpić.

‘Nakon Cannesa, javio nam se jedan veliki proizvođač alkoholnih pića izvan Hrvatske, sada smo još u pregovorima’

Sara Prenc pojasnila je koliko na njihovu ideju korištenja aplikacije za mobitel utjecala činjenica što kupci vina često prerano otvaraju vina, koja još nisu dovoljno sazrela:

“Vina, posebice crna poput terana, s vremenom postaju sve bolja, ali u neznanju i nestrpljenju neki ih potrošači prerano otvaraju. Specifičnost ovog posebnog izdanja leži u tradicionalnoj metodi sazrijevanja, što zahtijeva strpljenje. Upravo smo se time vodili kada smo ovu bocu terana zaključali u kutiju i učinili je nedostupnom za konzumaciju. Osim što sazrijeva vino, s vremenom se educira i njegov vlasnik, a za to je zaslužna aplikacija dostupna putem QR koda s kutije. Tijekom duljeg perioda, aplikacija jednom tjedno šalje poruke koje će educirati korisnika o povijesti enologije i ljepoti vinarstva te mu, u za to predviđeno vrijeme, poslati šifru koja otvara vino na kojem će ga dočekati poruka “Vrijeme je za tvoje vrijeme”. Aplikacija je bitna jer osim što daje šifru za otvaranje kutije, ima i edukativnu funkciju.” Oliver Arman izjavio je da je nakon plasmana ovog projekta porastao interes za njihovim vinima i da je prodaja buteljiranih vina porasla 15 posto. To pokazuje kako dizajn i ovakva ideja mogu utjecati na prodaju i bolji plasman na tržištu jer ovakav projekt, ističe Sara Prenc, osim funkcionalne uloge, može biti izvrstan alat za promociju brenda, a malim vinarima, koji nemaju velike budžete, često i jedini.

“Činjenica da postoji proizvod koji je zaključan i nedostupan za konzumaciju privlači pozornost i o njemu se priča. Proizvodi se stavljaju na tržište da se mogu konzumirati, a ovdje imamo jedan proizvod koji na prvi pogled radi suprotno. Međutim, ovaj projekt nije samo priča o konzumaciji kvalitetnog vina, nego ide dalje i stvara novo iskustvo potrošača s vinom. Tako da takav projekt ima

određenu inovativnost koja je omogućila vidljivost za brend i dijelom utjecala na prodaju cjelokupnog asortimana. U tome nam je pomogla suradnja s agencijom Abeceda komunikacije koja je organizirala predstavljanje cijele priče u javnosti”, kaže Sara Prenc.

Osim što su vina u Istri, ali i u ostatku Hrvatske već godinama sve traženija na stolovima širom svijeta, posljednjih godina znatno se poboljšao i dizajn vinskih flaša i etiketa. Anselmo Tumpić smatra da su domaći brendovi koji zadnjih godina bilježe velike uspjehe dosta mladi brendovi u usporedbi sa svjetskim, renomiranim imenima te da im to daje određenu fleksibilnost u komunikaciji s tržištem jer ne robuju dugogodišnjoj tradiciji. Druga stvar je činjenica da je struka u Hrvatskoj, posebno u segmentu dizajna, zaista kvalitetna, ističe, tako da spoj tih dvaju elemenata stvara uspješno brendirane proizvode.



Sara Prenc objasnila je i koliko im činjenica da je njihov studio od 2017. osvojio impresivan broj nagrada za dizajn širom svijeta otvara vrata za nove poslove:

“Moram priznati da nam ta priznanja daju više benefita. Kao prvo, daju nam neku smjernicu da smo na dobrom putu, stavljaju nas na svjetsku mapu agencija s određenim renomeom. S obzirom na to da smo odlučili raditi iz manje sredine kao što je Rovinj, pomažu nam da budemo prepoznatljivi unatoč



toj činjenici gdje se nalazimo. I zadnji benefit je upravo taj da nam daju mogućnost otvaranja novih poslovnih prilika, tako nam se jave i klijenti izvan Hrvatske koji zahvaljujući tim festivalima saznaju za nas jer traže kvalitetnog partnera za njihov brend.” Štoviše, nakon ove nagrade stigla im je i vrlo konkretna poruka:

“Zapravo, javio nam se jedan veliki proizvođač alkoholnih pića izvan Hrvatske, sada smo još u pregovorima.”

Studio je osvojio i nagradu za dizajn ambalaže maslinova ulja Istriana u kategoriji Dizajn/hrana.

“Istriana je novi brend maslinova ulja koji je odlučio istarsko maslinovo ulje plasirati isključivo izvan Hrvatske, na europsko i američko tržište, jer je vlasnik brenda Amerikanac. Naš zadatak je bio kroz pakiranje komunicirati da je istarsko, odnosno hrvatsko maslinovo ulje među najboljima na svijetu, ako ne i najbolje, i to na tržištima koja ne znaju da mi imamo takvo maslinovo ulje, odnosno da su naša ulja i kvalitetnija od primjerice talijanskih ili španjolskih. Zato smo pakiranje povezali sa slavnom prošlošću istarskog poluotoka koji je u vrijeme Rimskog Carstva slovio kao sinonim za kvalitetu maslinovog ulja. Naime, postoji zapis iz tog perioda koji uspoređuje španjolsko maslinovo ulje s istarskim i kaže kako je ono španjolsko gotovo dobro kao ono istarsko. Tako je naše suvremeno pakiranje stvorilo poveznicu s nekadašnjim amforama koje su se koristile za transport maslinova ulja. Razlomljeni dijelovi amfora ponovno su posloženi u smislenu cjelinu i tako komuniciramo ponovno otkriveno znanje u stvaranju vrhunskog maslinova ulja”, kaže Anselmo Tumpić.

No, na koji način pristupaju svakom novom projektu i što im je najvažnije kada kreću u razvijanje ideje za dizajn:

“Najbitnije nam je ispričati neku specifičnu priču određenog naručitelja kroz dizajn. Primjerice, gradski bazen Rovinj pozicioniran je tik uz more te se kroz ogromnu staklenu stijenu, dok se leži u bazenu, gleda u more. Kao da je voda bazena zapravo ekstenzija morske vode. Tako smo identificirali jedan predmet neophodan za kupališta na našem dijelu Jadrana, a to je ručnik, koji je ujedno isto tako važan na bazenima. Ručnik je stilizacijom prisutan na svim dijelovima signalizacije – viseći sa stropa, bočno ili s pločica. Svaka ikona ima svoju boju, čime je ostvarena raznolikost i živahnost dotadašnjeg neutralnog prostora. Ručnik je klasičan, na vodoravne crte, koje služe kao baza za postavljanje grafičkih elemenata. Signalizacija na neki način slavi svoj grad time što također podsjeća na njegove kultne “tiramole””, ispričala je Sara Prenc.



Studio Tumpić/Prenc specifičnu priču određenog naručitelja prezentira kroz dizajn pa je u slučaju Gradskog bazena Rovinj stilizirani ručnik prisutan na svim dijelovima signalizacije, a pakiranje ulja Istriana stvara poveznicu s amforama

Anselmo Tumpić bio je i sam u žiriju prestižne britanske dizajnerske nagrade D&AD Pencil, odnosno Design and Art Direction. Objasnio je kakav je to bio zadatak:

“Biti pozvan u tako prestižan žiri kao što je D&AD je zaista bila velika čast. Bilo je nezaboravno iskustvo žirirati s vrhunskim stručnjacima iz cijelog svijeta, s kojima sam žirirao u kategoriji Pakiranje. Žiriranje je trajalo dva dana. Prvog dana smo u jednoj velikoj prostoriji pregledavali sve pristigle projekte i odabrali one koji su vrijedni da uđu u finale. Drugog dana smo dodjeljivali bronce te iz tih bronci kasnije izvlačili srebra i zlata. Poseban doživljaj je bila lokacija u središtu Londona pa smo tijekom cijelog procesa kroz prozor gledali na Big Ben.”

‘Ovo je u tržišnim komunikacijama zaista najprestižnija nagrada. Jedan od govornika na festivalu bio je i Elon Musk’

O tome kako bi ocijenio hrvatski dizajn danas u svijetu i što bi trebalo poduzeti da se on što više primjenjuje u imidžu i brendiranju Hrvatske, on zaključuje:

“Da bi dizajn bio kvalitetan, treba imati i dobar proizvod koji će biti osnova na kojoj se gradi priča. Ja sam s 18 godina otišao iz Hrvatske, najprije kao student, a kasnije i radio u raznim oglašivačkim agencijama. Bilo je to 1995. Tada je imidž Hrvatske bio jako vezan uz ratne 90-e, bivšu državu i slično. Mislim da se u narednih 30-ak godina dosta napravilo na promjeni te percepcije. Ljudi poput Rimca su na to, po mom mišljenju, dosta utjecali. Što se tiče hrvatskog dizajna, on je zaista kvalitetan u svjetskim razmjerima, mislim da se kvalitetnim proizvodima i kroz kvalitetan dizajn može



promovirati Hrvatsku, ali to je dugotrajan proces. Neke države su se dobro brendirale kroz kvalitetu vlastitog proizvoda pa tako možemo vidjeti proizvode koji koriste stilizirane nacionalne boje na pakiranjima, kao sinonim kvalitete, jer tako povećavaju mogućnost prodaje. Ja bih za kraj postavio jedno pitanje: bi li se naši proizvodi bolje izvozili kada bi imali naše kvadratiće na pakiranju?"



NACIONAL
business
& banking

Specijalizirani prilog
za bankarstvo,
financije i investicije

Broj 28 / srpanj 2024.

OZNAKE: ANSELMO TUMPIĆ, NAGRADA U CANNESU, SARA PRENC, TERAN BARRIQUE, VINARIJA FRANC ARMAN





BENČIĆ NAJAVILA! 'Zatražit ćemo ocjenu ustavnosti zbog obveze Grada Korčule da plati odštetu'

29.07.2024., 17:02



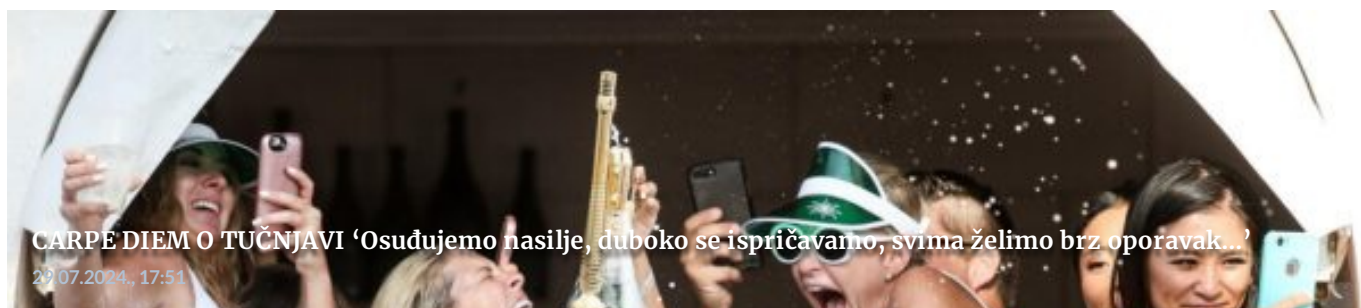
'PLAKALI SU I LJUDI IZ HITNE' 17-godišnjak ubio dvoje i ranio devetero djece na plesnoj...

29.07.2024., 16:24



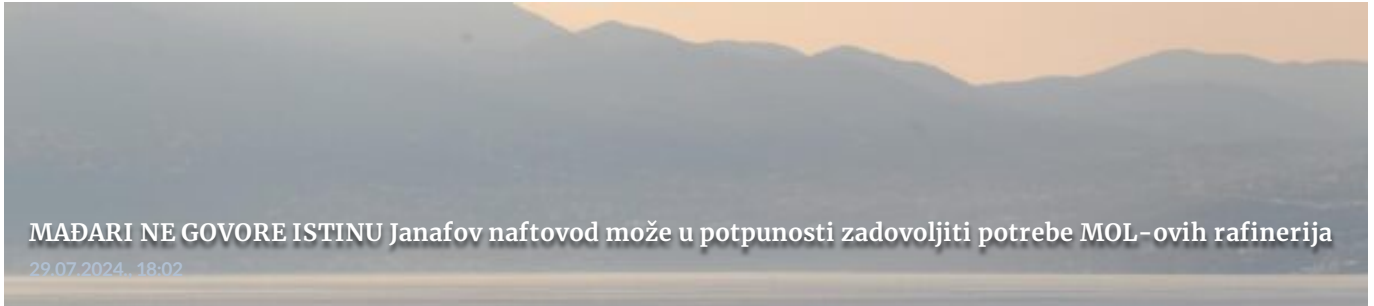
MAĐARI U PANICI Presušuje naftovod Družba, traže se alternativni pravci dobave ruske nafte

29.07.2024., 16:06



CARPE DIEM O TUČNJAVI 'Osuđujemo nasilje, duboko se ispričavamo, svima želimo brz oporavak...'

29.07.2024., 17:51



MAĐARI NE GOVORE ISTINU Janafov naftovod može u potpunosti zadovoljiti potrebe MOL-ovih rafinerija

29.07.2024. 18:02

Komentari

LOGIN

REGISTRACIJA

Morate biti ulogirani da biste dodali komentar.

VI BIRATE! Pavličekovi strahovi zbog uniseks toaleta ili Baukova nada za hrvatski jezik? Glasajte!

Aktualno



ODUŠEVLJENA JE Gradonačelnica želi zadržati olimpijske krugove na Eiffelovom tornju

29.07.2024., 19:48



MALO, ALI VESELI Benzin od utorka jeftiniji za tri centa, dizel za četiri

29.07.2024., 19:16



'KRISTI' POTOPILA BALTIK Stotine tisuća ljudi bez struje, posebno teško u Vilniusu

29.07.2024., 18:50



DETALJI STRAVIČNE NESREĆE Moldavac na A1 ubio troje u nesreći dok je švercao migrante

29.07.2024., 18:24



IPAK BEZ ODLIČJA Hrvatski kanuist Matija Marinić sjajan, ali do medalje se nije moglo



29.07.2024., 18:11

RADIO NACIONAL

01 4104 004
01 4104 005

091 621 6554

SLUŠAJ NAS

NACIONAL

EXKLUZIVNI DOKUMENTI

ORBITEL I VE SANADERA MOŽE PRODATI SKUPOCJENU TILU U ZAGREBU IAKO DRŽAVA NIJE NAPLATILA SVU ŠTETU KOJU JU JE SANADER PROIZVEO KAO VA KORUPCIJSKE HOBOTNICE

DARKO ŠTIMAC OKRIVIO JE PREMIJERA PLEMKOVIĆA IER PRILIKOM ODLASKA U MIROVINU NIJE DOBIO OČEKIVANIH 40.000 EURA IZ DRUGOG MIROVINSKOG STUPA

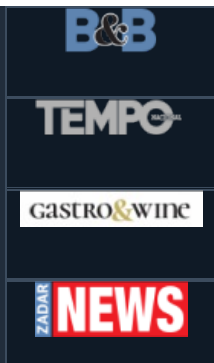
NACIONAL.HR

ZAGREB NEWS

megaWATT

NAVIGARE

RADIO NACIONAL



ZAŠTITA PRIVATNOSTI
UVJETI KORIŠTENJA
IMPRESSUM
KONTAKT
CJENIK OGLAŠAVANJA
EU PROJEKT



Povežite se s nama!