



IDEJAX Uspjeh za istarski dizajnerski studio nacionalnom natjecanju kreativnosti

Grand Prix za Studio Tumpić/ Prenc na Danima komunikacija

Ovaj projekt Famëa pokazuje koliko snažna može biti naizgled samo jedna etiketa. Naime, samo pomoću nje uspjeti smo ispričati priču jednog grada, kaže Anselmo Tumpić

Priredio Mladen RADIĆ

ROVINJ ► Dani komunikacija, jedan od najvećih regionalnih festivala kreativnosti i komunikacija u Rovinju su, kroz gotovo sto programskih sadržaja i više od dvjesto govornika, okupili nekoliko tisuća sudionika.

Najistaknutije izdanje

Rekordne brojke zabilježene su i na ovogodišnjim festivalima. IdejaX, nacionalno natjecanje kreativnosti koje već godinama okuplja najbolje ideje i projekte domaće komunikacijske industrije, zabilježilo je više od 220 prijava, čime je potvrđeno njegovo dosad najistaknutije izdanje.

Upravo se na IdejiX, među najboljim radovima domaće kreativne scene, ove godine istaknula Famëa, s dva

osvojena zlata i jednim srebrom, ali i najvećom nagradom, Grand Prixom.

- Ovaj projekt pokazuje koliko snažna može biti naizgled samo jedna etiketa. Naime, samo pomoću nje uspjeti smo ispričati priču jednog grada. Zahvalni smo klijentu na ukazanom povjerenju, a posebno nas raduje što je projekt zauzvrat prepoznat i višestruko nagrađen. Tako je prošle godine postao i najnagrađivaniji hrvatski projekt pakiranja na međunarodnoj razini, izjavio je kreativni direktor agencije Anselmo Tumpić.

Prošle je godine projekt bio nagrađivan na natjecanjima Communication Arts, European Design Awards i Pentawards, a nakon Zagreb Design Weeka, na domaćoj sceni svoju kvalitetu ove godine potvrđuje i na Danima komunikacija.

- Ovo je rezultat jedne zais-ta lijepe i uspješne suradnje.



Od trenutka kada sam kreativnom timu predstavila svoj novi proizvod i ciljeve, odmah su i u potpunosti shvatili bit i vrlo promišljeno to pretvorili u vizualno rješenje etikete. Već pri

prvom uvidu u koncept znala sam da je to upravo ono što našem brendu treba. Dosadašnje nagrade samo potvrđuju da su tu vrijednost prepoznali i drugi, izjavila je Petra Runko,

vlasnica brenda Famëa.

Iza ovog domišljatog pakiranja linije maslinovih ulja stoji Studio Tumpić/Prenc, koji je u suradnji s tiskarom Etikgraf oživio ideju šarenih

rovinjskih kućica.

Domišljato pakiranje

Inspiriran vizualnim identitetom Rovinja, projekt interpretira grad kroz boce koje simboliziraju kuće, pri čemu svaka varijacija boje i oblika odražava različite intenzitete maslinovog ulja. Dizajn tako gradi jasnu i prepoznatljivu vizualnu priču koja prenosi koncept i privlači pažnju kupaca bez potrebe za dodatnim komunikacijskim elementima, što ujedno donosi i uštedu za klijenta. Istovremeno, proizvod postaje svojevrsni hommage gradu i njegovoj zajednici.

Večer prije, na dodjeli Bal-Cannesa, natjecanja koje nagrađuje najrelevantnije kreativne projekte i profesionalce iz cijele regije, agencija za isti projekt slavila srebrom u kategoriji dizajna ambalaže za male naklade.