

Business.hr  
Ponedjeljak 19.04.2010.

Industriji tek nakon Američkog kolapsa i zamiranja kineske i japanske tržišta.

**ELIZABETA PEŠIĆ** iz ministarstva u PR

u planiranju i realizaciji komercijalnih projekata s podrškom odnosa s javnošću

19.04.2010. na godišnjem Obilježju je u Gospiću Gospićopolitan.



**DRENA MILJEVIĆ**, ravnateljica Instituta za ambalažu i iskarstvo, idejna je začetnica projekata CROPAK i njegove Studentske kreativne radionice

# Dobro poznajmo znanja i

**S**est najboljih studentskih rješenja za dizajn i vizualni poznavala brenda Atlantic grupe - aftershavea Balon, izabranih prošloga tjedna među 26 rješenja koja su ušla u prvu selekciju natječe se ove godine za nagradu CROPAK. U studentskoj kreativnoj radionici toga dopunjanja u organizaciji tvrtke Tectusa, Instituta za ambalažu i iskarstvo te časopisa Ambalaža sudjelovali su studenti riječke Akademije primijenjenih umjetnosti, splitske Umjetničke akademije, zagrebačkoga Grafičkoga i Arhitektonskog fakulteta, a pobjedničko će rješenje biti proglašeno 7. svibnja u okviru FESTA CROPAK-a.

Drena Miljević, ravnateljica Instituta za ambalažu i iskarstvo, idejna je začetnica projekata CROPAK i njegove Studentske kreativne radionice, koja je organizirana drugi put. Realizaciju idejnog razvoja i promicanja ambalažne i grafičke struke počela je, ističe, prije 9 godina, kada je u sklopu Tectusa osnovala Institut za ambalažu i iskarstvo.

**Projekt brend**  
"Želimo pridonijeti jačanju suradnje između gospodarstvenika, inženjerskih tvrtki i međunarodnih organizacija, što postižemo kroz različite aktivnosti Instituta", kaže

**NARUČITELJIMA GOTOV PROIZVOD, STUDENTIMA ISKUSTVO**  
Originalnim rješenjima na tržište rada

**DIZAJNERSKA RJEŠENJA** studenta T. Marinčića (lijevo) i Z. Jergovića (desno)



Boris Radulović, Tomislav Mandić, Miro Tomić i Igor Toplak s Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu te Zvonimir Jergović i Mari Fileš s Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci autori su najboljih dizajnerskih rješenja za brend Revlon, ocijenio je stručni sud. Dean Vranić, glavni kreativni direktor reklamne agencije

Imago, kao supervisor Studentske kreativne radionice kaže: da je isprva bio skeptičan jer je mislio da Balon nije najprikladniji zahtak za studente. "S obzirom na male izmjene u zahtjevima nam je čimbrila, očekivao sam slična rješenja, ali dobili smo pune originalnih rješenja visoke kvalitete kojima naručitelj doista može biti zadovoljan

# akiranje biznisa

Milijerd ističu kako je CROPAK jedan od najprepoznatljivijih projekata Instituta. Njegove nagrade dodjeljuju se u 13 kategorija.

Prilagodivši smo kategorije interesima i dosezima tržišta, a svake godine bilo je nominirano više od 150 proizvoda. Dizajneri, proizvođači ambalaže i vlasnici robnih marki prepoznaju važnost CROPAK-a", ističe Miljević.

**Sveučilišta partneri**  
A naši dizajneri ne samo da rado sudjeluju, već i ostvaruju zapažene rezultate. Brojni su primjerci ambalaža proizvedeni iz CROPAK-a koji su se doticali na WorldStaru,

najvažnijem svjetskom natjecanju za ambalažu.

Medu njima je realiziran Krasovič Vic kretera, rad studenta Akademije primijenjene umjetnosti u Rijeci Marina Krstićića Furica, pobjednik lanijskog studentskog CROPAK-a.

Djelovanje Instituta za ambalažu, ističe njegova ravnateljica, prepoznala su i sveučilišta u Hrvatskoj koja su im potpora u radu. Suradnja gospodarstva, profesionalnog dizajna i obrazovnih ustanova temeljna je cilj projekta Studentske kreativne radionice, kaže idejna začetnica CROPAK-a Hroje Rejmanović

hrvoje.rejmanovic@business.hr

Sudjelovan kao supervisor i prvi je naša mlade ljude što prije upućeni u realnost tržišta", objasnio je.

U sklopu festivala ambalaže na kojem će, osim studentima, nagrade dopisati najboljoj ambalaži na hrvatskom tržištu. CROPAK u regiji REGPAK, odžak će se međunarodno natjecanje o trendovima u ambalažnoj industriji.



# BIBLIJA

## OČIMA VELIKIH SLIKARA

POČIVAJEŠKI ČIME I VERNISKE UMJETNOSTI  
U POKRETNOSTI I KREATIVNOŠĆI



**19,90**

**večernji edicija**

**19,90 kn U prodaji.**

Plus: više od 120 slika u ilustracijama na prošlogodnji broj udela, u više od 170 stranica.

**večernji shop**

### Sve tajne sportskog ribolova od sada su u vašim rukama

TEHNIKE I TAJNE RIBOLOVA MUDRICOM

**69**

**večernji edicija**

**69 kn Od sutra.**

**večernji shop**

### ambalaza

**Dobar znak CROPAK**

ambalaza za ambalazu CROPAK

- 100% parafinirani
- 100% otporni na vodu i masnoću
- 100% otporni na toplinu
- 100% otporni na mraz
- 100% otporni na kiselinu
- 100% otporni na alkalinu
- 100% otporni na UV zračenje
- 100% otporni na ogrebotine
- 100% otporni na ogrebotine
- 100% otporni na ogrebotine
- 100% otporni na ogrebotine

**150**

**večernji edicija**

**www.ambalaza.hr**

10. travnja 2010. ZNANOST

**fenomene i u CESN-u i s vrha vulkana na otoku La Palma**

Uzbuđujuće događaje u posljednja dva dana izazvala je izjava američke NASA, koja je objavila da je u blizini otoka La Palma u Kanarima, zapadno od Španjolske, uočena jedna od najjačih eksplozivnih vulkanskih aktivnosti ikad. U vrijeme izjave, vulkan je bio u fazi izlivanja lave, a iz njega su se podigli ogromni dimni stubovi. NASA je objavila da je u blizini otoka La Palma uočena jedna od najjačih eksplozivnih vulkanskih aktivnosti ikad. U vrijeme izjave, vulkan je bio u fazi izlivanja lave, a iz njega su se podigli ogromni dimni stubovi.

**99 kn u prodaji** Vidite još 22 naslova (dokumenta i ogledala) i više knjiga. Dobiti otkaz. **večernji shop**

**Dobara žezbe izu ženeve**

U ovom broju, kao i u svim ostalim brojevima, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti. Također, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti.

**Dobara žezbe izu ženeve**

U ovom broju, kao i u svim ostalim brojevima, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti. Također, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti.

**100 RATOVI STOLJEĆA**

KOLLEKCIJA OD 99 EPIZODA NA 6 DVD-ima  
STEKATE UVOD U NAJVEĆE I NAJIZOLNIJE RATOVE U PROŠLOM STOLJEĆU KAO NIKAD DO SADE!

**99 kn u prodaji** Vidite još 22 naslova (dokumenta i ogledala) i više knjiga. Dobiti otkaz. **večernji shop**

**Dobara žezbe izu ženeve**

U ovom broju, kao i u svim ostalim brojevima, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti. Također, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti.

**Dobara žezbe izu ženeve**

U ovom broju, kao i u svim ostalim brojevima, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti. Također, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti.

**Dobara žezbe izu ženeve**

U ovom broju, kao i u svim ostalim brojevima, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti. Također, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti.

**Dobara žezbe izu ženeve**

U ovom broju, kao i u svim ostalim brojevima, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti. Također, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti.

**Dobara žezbe izu ženeve**

U ovom broju, kao i u svim ostalim brojevima, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti. Također, možete pronaći zanimljive i korisne informacije o najnovijim istraživanjima i otkrićima u području znanosti.

Novosti, 29. travnja 2010., VEČERNJI LIST | 49



**Ljudi mi ne vjeruju kada im kažem da bi mi život bio krajnje dosadan da se svakodnevno ne bavim glazbom.**

*svetki izborni glazbenik*

**LINK DANA**  
http://www.vecernji.hr

**Zakonski apsurdni  
Inspektor HTV-a htjeli naplatiti  
preplatu na videoradove u HOLLU**

Inspektor HTV-a pokušava naplatiti preplatu na videoradove u HOLLU. Inspektor HTV-a pokušava naplatiti preplatu na videoradove u HOLLU. Inspektor HTV-a pokušava naplatiti preplatu na videoradove u HOLLU.

**Nagrada Najbolje prozne i publicističke knjige u 2009.**

**Značajnije izdavačke nagrade**

**Publicistički i prozni prvaci Mirko Kovač i Miljenko Jergović**

**Urednik: Mirko Kovač i Miljenko Jergović**

**SVJETSKI DAN PLESA**  
Iz bogatije iz predstava danas se slavni plesni umjetnici

**KONCERT**  
Maksim Mrvica na Prokurativama

**FESTIVAL**  
Subverzivni posvećeni socijalizmu, najavljeni žičani i veslanje

**Publicistički i prozni prvaci Mirko Kovač i Miljenko Jergović**

**Ljudi mi ne vjeruju kada im kažem da bi mi život bio krajnje dosadan da se svakodnevno ne bavim glazbom.**

**Urednik: Mirko Kovač i Miljenko Jergović**

**DOBAR ZNAK CROPAK**

**Amalbele sa znakom CROPAK:**

- nisu proizvođači
- nisu proizvođači
- nisu proizvođači
- nisu proizvođači
- nisu proizvođači

**FESTA CROPAK 2010 - DOGAĐANJA**

- 6. do 8. veljače 2010. godine
- 6. do 8. veljače 2010. godine
- 6. do 8. veljače 2010. godine
- 6. do 8. veljače 2010. godine
- 6. do 8. veljače 2010. godine

**Najbolje Queer Zagreb**

**Strane fundacije izvukle Queer, dolaze nam performer i porneri**

**Uspjehi raznolikosti stvaraju**

**www.vecernji.hr**

**www.vecernji.hr**

**www.vecernji.hr**

**www.vecernji.hr**

**www.vecernji.hr**

# Tragedija Nogometaš Goran Tunjić (32) umro tijekom utakmice između Mladosti i H. sokola U 35. minuti utakmice srušio se i umro unatoč brznoj intervenciji

Tunjić je bio oženjen, no nije imao djece, a radio je kao trgovac u trgovini bijelom tehnikom Gorenje

**Novosadski dopisnik**  
VINKOVCI - Goran Tunjić (32) iz Trakovara, član nogometne momčadi HNK Mladost iz Vinkovaca, umro je na stadionu koji je igrao ključ u seriji utakmica između HNK Mladosti i HNK Sokola iz Zagreba. Umro je u 35. minuti utakmice, nakon što se srušio na terenu u 35. minuti utakmice.

### Kako se dogodilo

Tragedija dogodila je u 35. minuti utakmice između HNK Mladosti i HNK Sokola. Tunjić je bio oženjen, no nije imao djece, a radio je kao trgovac u trgovini bijelom tehnikom Gorenje.

Tragedija dogodila je u 35. minuti utakmice između HNK Mladosti i HNK Sokola. Tunjić je bio oženjen, no nije imao djece, a radio je kao trgovac u trgovini bijelom tehnikom Gorenje.

### Kako se dogodilo

Tragedija dogodila je u 35. minuti utakmice između HNK Mladosti i HNK Sokola. Tunjić je bio oženjen, no nije imao djece, a radio je kao trgovac u trgovini bijelom tehnikom Gorenje.



Na stadionu Mladosti na nogometnom igralištu jučer se dogodila tragedija. Umro je Goran Tunjić.



Kao dječak bio je mlađi te je imao šumove na srcu

Nakon što je nekoliko dana u OS Anadolija, Gostivar, Maršić je stigao u Tuzlu, vladajući i nekoliko utakmica u kojima je bio dobar u svim aspektima, ali je bio i loš u drugim aspektima. Onaj koji je igrao ključ u seriji utakmica između HNK Mladosti i HNK Sokola iz Zagreba. Umro je u 35. minuti utakmice, nakon što se srušio na terenu u 35. minuti utakmice.

## Autobomba Prvooptuženom za atentat ukinut pritvor Želio me ubiti krunski svjedok, a ne Filipović

U slučaju, nekoliko mjeseci nakon što je ubijen predsjednik Srbije, krunski svjedok, ali ratni zločin je trebalo učiniti



Prvooptuženom za atentat ukinut pritvor. Želio me ubiti krunski svjedok, a ne Filipović. U slučaju, nekoliko mjeseci nakon što je ubijen predsjednik Srbije, krunski svjedok, ali ratni zločin je trebalo učiniti.

Prvooptuženom za atentat ukinut pritvor. Želio me ubiti krunski svjedok, a ne Filipović. U slučaju, nekoliko mjeseci nakon što je ubijen predsjednik Srbije, krunski svjedok, ali ratni zločin je trebalo učiniti.

## Remetinečki zatvorenici odbijali hranu zbog prenapučenosti ćelija

Nepodnošljiva uvjetna osiguranja u pripremi namirnice u Remetinec 40 zatvorenika jučer je odbilo hranu. Za podizanje se trebalo vratiti na radni mjesto. Odbijaju samo namirnice hranu - poručio nam je

Remetinečki zatvorenici odbijali hranu zbog prenapučenosti ćelija. Nepodnošljiva uvjetna osiguranja u pripremi namirnice u Remetinec 40 zatvorenika jučer je odbilo hranu. Za podizanje se trebalo vratiti na radni mjesto. Odbijaju samo namirnice hranu - poručio nam je

**FEST A CROPAK** **TEGTUS** **ambalaza**

**Dobar znak! CROPAK!**

**Ambalaza sa znakom CROPAK**

- nije prečesto
- jasni i izvrsni izgled
- otporna je na otjecanje
- u potpunosti prilagođena
- jednostavna za rukovanje
- vrhunski dizajn
- pouzdana i sigurna

**FEST A CROPAK 2010 - DOŠLA JE!**

- Najbolji odjel za pakovanje
- "Pravilna i ambalaza industrije"
- Dvojna nagrada najboljih ambalaza na svjetskoj izložbi CROPAK 2010
- Dvojna nagrada najboljih ambalaza u regiji

**RECIPIENT 2010**

- Stalno najbolja kvaliteta
- Godišnja nagrada Vijeća Zajednice ambalazara HNK
- Suvremena i inovativna

Priljubite se svakodnevnom dopunjenju sa ambalazom iz naših tvornica u Vinkovcima i regiji!

**www.ambalaza.hr**

FEST.A CROPAK 2010.



Idejna začetnica projekta Drena Milijević ŽARKO BAŠIĆ/PIXSELL

## U najboljoj CROPAK ambalaži pakirani su i najbolji proizvodi

**U kreativnoj radionici CROPAK-a novi bi izgled trebao dobiti Ralon, kojemu već 25 godina nije promijenjen dizajn**

Zašto je CROPAK dobar znak, moto je sedmog festivala najbolje ambalaže na hrvatskom tržištu FEST.A CROPAK koji se u organizaciji tvrtke Tectus, Instituta za ambalažu i tiskarstvo i stručnih časopisa Ambalaža i REGprint od 6. do 8. svibnja održava u rovinjskom hotelu Park.

Prema riječima Drene Milijević, idejne začetnice projekta, direktorice Tectusa i ravnateljice Instituta za ambalažu i tiskarstvo, ovogodišnja poruka CROPAK-a jasnija je no ikad i za proizvod i za dizajnera, proizvođača i potrošača. Kriteriji i odabir ambalaže CROPAK strogo su definirani. Ambalaža koja ulazi u natjecanje posve ispunjava zaštitnu funkciju, zdravstveno je ispravna, dobro označena, ergonomski prilagođena, „prijateljska“ prema okolišu, vrhunski dizajnirana, posebna, drukčija, a to se u različitim kategorijama festivala i nagraduje istoimenom nagradom. Na potrošaču je pak da je prepoznata kao proizvod s dodanom vrijednošću. Gotovo je pravilo da najbolja ambalaža pakira i najbolje proizvode, objašnjava D.

Milijević. Na ovogodišnjem CROPAK-u nagrade se dodjeljuju u osam kategorija, za tehničku izvedbu, ambalažu hrvatskog i stranog proizvoda/serije na hrvatskom tržištu, dizajn, prototip, studentski rad, eko CROPAK i CROPAK godine. Svi dobitnici nagrada ulaze u svjetsku konkurenciju za prestižnu nagradu WorldStar, a ove je godine, doznajemo, prvi put pokrenut i REGpak, nagrada za najbolja ambalažna ostvarenja domaćih robnih marki na regionalnom tržištu. Nakon Kraševih krekerica Vic u prošloj godini, studentska kreativna radionica CROPAK pred novim je izazovom – redizajnom Ralona, legendarnog aftershavea brojnih generacija, kojemu već 25 godina nije promijenjen minimalistički dizajn ambalaže. Stanjem u ambalažnoj industriji, svjetskim trendovima, bojenjem, biorazgradivošću, gospodarenjem ambalažnim otpadom i brojnim drugim aktualnim temama bavit će se pak dvodnevno međunarodno savjetovanje CROPAK-a Trendovi u ambalažnoj industriji. (jra)

**Ambalaža mora biti zdravstveno ispravna, dobro označena...**

[www.vecernji.hr](http://www.vecernji.hr); 5.4.2010.; Rubrika Biznis – Ekonomija;  
<http://www.vecernji.hr/biznis/u-najboljoj-cropak-ambalazi-pakirani-su-najbolji-proizvodi-clanak-121086>

AKTUALNO **BIZNIS** SPORTAL KULTURA SCENA ŽIVOT REGIJE ZAGREB


Ekonomija Kompanije Tržišta Osobne financije Tehnobiz Manager.hr

OBJAVA: 05.04.2010 / 16:20 PRIKAZA: 262

FEST.A CROPAK 2010.

## U najboljoj CROPAK ambalaži pakirani su i najbolji proizvodi

Kreativna radionica CROPAK pred novim je izazovom – redizajnom Ralona, legendarnog aftershavea brojnih generacija, kojemu već 25 godina nije promijenjen minimalistički dizajn ambalaže.



VEZANI ČLANCI

Otvoren natjecaj za izbor najbolje ambalaže na hrvatskom tržištu

TAGOVI

Piše: Jolanda Rak Šajin

Zašto je CROPAK dobar znak, moto je sedmog festivala najbolje ambalaže na hrvatskom tržištu FEST.A CROPAK koji se u organizaciji tvrtke Tectus, Instituta za ambalažu i tiskarstvo i stručnih časopisa Ambalaža i REGprint od 6. do 8. svibnja održava u rovinjskom hotelu Park.

### CROPAK, FEST.A CROPAK, Drena Milijević, jra

Prema riječima Drene Milijević, idejne začetnice projekta, direktorice Tectusa i ravnateljice Instituta za ambalažu i tiskarstvo, ovogodišnja poruka CROPAK-a jasnija je no ikad i za proizvođača i dizajnera, proizvođača i potrošača. Kriteriji i odabir ambalaže CROPAK strogo su definirani. Ambalaža koja ulazi u natjecanje posve ispunjava zaštitnu funkciju, zdravstveno je ispravna, dobro označena, ergonomski prilagođena, „prijateljska“ prema okolišu, vrhunski dizajnirana, posebna, drukčija, a to se u različitim kategorijama festivala i nagrađuje istoimenom nagradom. Na potrošaču je pak da je prepoznata kao proizvod s dodanom vrijednošću. Gotovo je pravilo da najbolja ambalaža pakira i najbolje proizvode, objašnjava D. Milijević.

Na ovogodišnjem CROPAK-u nagrade se dodjeljuju u osam kategorija, za tehničku izvedbu, ambalažu hrvatskog i stranog proizvoda/serije na hrvatskom tržištu, dizajn, prototip, studentski rad, eko CROPAK i CROPAK godine. Svi dobitnici nagrada ulaze u svjetsku konkurenciju za prestižnu nagradu WorldStar, a ove je godine, doznajemo, prvi put pokrenut i REGpak, nagrada za najbolja ambalažna ostvarenja domaćih robnih marki na regionalnom tržištu.

Nakon Kraševih krekerica Vic u prošloj godini, studentska kreativna radionica CROPAK pred novim je izazovom – redizajnom Ralona, legendarnog aftershavea brojnih generacija, kojemu već 25 godina nije promijenjen minimalistički dizajn ambalaže. Stanjem u ambalažnoj industriji, svjetskim trendovima, bojenjem, biorazgradivošću, gospodarenjem ambalažnim otpadom i brojnim drugim aktualnim temama bavit će se pak dvodnevno međunarodno savjetovanje CROPAK-a Trendovi u ambalažnoj industriji.

E-mail Print Ocjeni: ★★★★★ Objavi: f t

STUDENTSKI CROPAK 2010.

## Atlanticov Ralon na studentskom redizajnu

Prvim videokonferencijskim satom Studentske kreativne radionice CROPAK 2010. danas službeno počinje natjecanje za izbor najbolje ambalaže na hrvatskom tržištu u kategoriji studentskih radova. Radionica se održava u organizaciji tvrtke Tectus, Instituta za ambalažu i časopisa Ambalaža. Trajat će pet tjedana, provodi se u suradnji s Atlantic grupom, a mentor je Dean Vranić, glavni kreativni direktor Imago reklamne agencije. Više od 100 studenata radit će grafičkom dizajnu predloška za ambalažu linije proizvoda aftershave branda Ralon, desetljećima kulturne marke

te vrste proizvoda, koja je i lani na hrvatskom tržištu bila druga volumno najprodavanija marka proizvoda za njegu poslije brijanja.

U radionicu su uključeni studenti riječke Akademije primijenjenih umjetnosti, splitske Umjetničke akademije, Grafičkog fakulteta i Agore - Visoke škole tržišnih komunikacija iz Zagreba.

Pobjednik lanijske Studentske kreativne radionice Marino Krstajić Furić iz Rijeke sa svojim dizajnom Kraševih Vic krekeri plasirao se na 26. mjesto na natječaju za najbolju ambalažu na svijetu u kategoriji WorldStar Student.

OGLAS

---



**b.hr**

> mediji  
> marketing  
> prodaja

22-23

business.hr  
Srijeda 10./3./2010



RALON Kultnome brendu studenti će dati novo ruho  
ARHIVA BUSINESS.HR

## DIZAJN Atlantic redizajnira aftershave

Prvom brief-radionicom u ponedjeljak je otvoren natječaj za novi dizajn Ralona, losiona za mušku njegu poslije brijanja, u kojem je Atlantic grupa odlučila dati priliku studentima završnih godina studija dizajna iz Zagreba, Rijeke i Splita, kojih se na natječaj u sklopu Studentske

kreativne radionice CROPAK 2010 prijavilo više od stotinu. Cilj radionice, druge u organizaciji tvrtke Tectus, Instituta za ambalažu i tiskarstvo iz Zagreba te stručnog časopisa Ambala, sinergijsko je djelovanje profesionalaca dizajnerske struke, srodnih obrazovnih ustanova i društveno odgovornog gospodarstva. Radove studenata ocjenjivat će stručni ocjenjivački sud, a pobjednik će biti proglašen 7. svibnja u sklopu središnjeg regionalnog događaja za ambalažnu industriju FEST.

A CROPAK 2010, u Rovinju. Pobjednik natjecanja bit će u mogućnosti sudjelovati i na svjetskom natječaju za najbolju ambalažu, WORLDSTAR. Proizvod koji je kroz desetljeća postao dio kolektivne memorije, poput Startasa, Gavrilovićke ili Bajadere, kani se tako novim izgledom približiti i novim generacijama. Ralon je lani bio drugi najprodavaniji brend u kategoriji njege poslije brijanja na hrvatskom tržištu; s udjelom 10 posto na drugom je mjestu, iza Beiersdorfove Nivee.

**CROPAK 2010.** Studentska kreativna radionica nudi polaznicima jedinstvenu priliku

## Pobjednik natječaja za redizajn Ralona odlazi na svjetsko natjecanje

**Više od sto studenata pet tjedana sudjelovat će u natjecanju za izbor najbolje ambalaže na domaćem tržištu**

Pred hrvatskim je studentima jedinstvena prilika da se okušaju u dizajnu i redizajnu ambalaže legendarnog brenda aftershavea Ralon, a pobjednik će moći sudjelovati i na svjetskom natjecanju za najbolju ambalažu Worldstar. Naime, i službeno je s prvom radionicom u

ponedjeljak točno u podne počelo natjecanja za izbor najbolje ambalaže na domaćem tržištu u kategoriji studentskih radova.

U radionicu koja će trajati pet tjedana uključeni su studenti Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, Umjetničke akademije Sveučilišta u Splitu, Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Agore – Visoke škole tržišnih komunikacija s pravom javnosti iz Zagreba. Ralon



**Popularni after shave osvanut će u novom ruhu**

je kulna marka aftershave proizvoda koja već desetljećima drži izvrsnu poziciju na tržištu te je i u 2009. na hrvatskom tržištu Ralon bio druga najprodavanija marka proizvoda za njegu poslije brijanja.

Radionica se provodi u suradnji s Atlantic Grupom iz Zagreba pod budnim okom mentora i supervizora Deana Vranića, glavnog kreativnog direktora Imago reklamne agencije d.o.o. (mbb/VLM)

### **Bira se najbolja ambalaža na našem tržištu**

ZAGREB - U ponedjeljak je održan prvi sat Studentske kreativne radionice Cropak 2010, kojim je službeno označen početak natjecanja za izbor najbolje ambalaže na hrvatskom tržištu u kategoriji studentskih radova. Radionicu su već drugi put organizirali tvrtka Tectus, Institut za ambalažu i tiskarstvo IAT te stručni časopis »Ambalaža«. U ovogodišnju je radionicu uključeni studenti Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, Umjetničke akademije Sveučilišta u Splitu i Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu te samostalni studenti studija dizajna Arhitektonskog fakulteta u Zagrebu. Petotjedna radionica provodi se u suradnji s Atlantic Grupom iz Zagreba i pod budnim okom tri mentora te supervizora Deana Vranića, glavnoga kreativnog direktora reklamne agencije Imago. [M. M.]

---

CROPAK 2010.

## Studentska kreativna radionica



U ponedjeljak je održan prvi sat Studentske kreativne radionice CROPAK 2010. Njime je službeno označen početak natjecanja za izbor najbolje ambalaže na hrvatskom tržištu u kategoriji studentskih radova. Radionica se drugi put održava u organizaciji tvrtke Tectus d.o.o., Instituta za ambalažu i tiskarstvo - IAT iz Zagreba te stručnog časopisa Ambalaža. Petotjedna radionica održava se u suradnji sa zagrebačkom Atlantic Grupom i pod budnim okom troje mentora te supervizora Deana Vranića, glavnoga kreativnog direktora Imaga, zagrebačke reklamne agencije.

Cropak Traži se novi izgled za drugi najprodavaniji losion nakon brijanja na hrvatskom tržištu

## Studenti redizajniraju Ralon

**Uz superviziju Deana Vranića, glavnog kreativnog direktora reklamne agencije Imago, studenti trebaju redizajnirati bočicu losiona i prilagoditi ga novoj ciljnoj publici**

Za mjesec dana legendarni losion poslije brijanja Ralon zasjat će u novome dizajnerskom ruhu. Naime, prošle je tjedna u Sveučilišnom računskom centru (SRCE) započela s radom druga po redu petotjedna Studentska kreativna radionica Cropak 2010. Organizatori radionice, tvrtka Tectus, Institut za ambalažu i tiskarstvo (IAT) te časopis Ambalaža, u Cropak 2010 uključili su 100 studenata završnih godina riječke Akademije primijenjenih umjetnosti, splitske Umjetničke akademije, zagrebačkog Grafičkog fakulteta te samostalne studente Studija dizajna Arhitektonskog fakulteta u Zagrebu.

Prema riječima Drene Miličević, direktorice Tectusa i ravnateljice IAT-a te idejne začetnice Studentske kreativne radionice, jedan od ciljeva Cropaka 2010 je "stimerijsko djelovanje profesionalaca dizajnerske struke, srodnih edu-

kacijskih ustanova i društveno odgovornog gospodarstva na poticanju kreativnosti studenata".

### Definiran zadatak

"Drugi aspekt radionice jest i što ranije uključivanje budućih stručnjaka u procese promišljanja ambalaže stvarnog proizvoda s aspekta grafičkog dizajna, uz stručno vodstvo i po konkretno definiranom zadatku", istaknula je Miličević prilikom otvaranja radionice.



POVEZIVANJE SVEUČILIŠTA S REALNIM GOSPODARSTVOM UVIJEK JE DOBRA PLATFORMA DA SE UČINI KORAK NAPRIJED

Slaven Fischer HURA

### primjeni

#### Dizajn nije izdvojen proces

O skupoj dizajnu hrvatskih proizvoda široke potrošnje Fischer nema osobito mišljenje. "Kao što dizajn nije izdvojen proces, tako ni ocjena dizajna hrvatskih proizvoda široke potrošnje ne može biti izolirana od nate svekolike realnosti, od stanja u gospodarstvu do našeg kulturnog kruga. Ukratko, u Hrvatskoj imamo sjajnih "svjetskih" primjera, ali oni su tek iznimke", zaključuje Fischer.



A konkretni su zadatak studenti dobili zahvaljujući Atlantic grupi, partneru ovogodišnje radionice. Uz superviziju Desna Vranića, glavnog kreativnog direktora reklamne agencije Imago, studenti trebaju redizajnirati bočicu čuvenog losiona poslije brijanja Ralon i približiti ga novoj ciljnoj publici.

Iako mnogi misle kako je Ralon tek nostalgичni dio prošlosti, pomalo je nevjerojatan podatak da je taj losion poslije brijanja prošle godine bio drugi najprodavaniji proizvod za njegu poslije brijanja na hrvatskom tržištu. U Atlantic grupi tvrde kako su odložili novi vizualni identitet Ralona tražiti

kav model suradnje kao što je Cropak 2010. "Povezivanje sveučilišta s realnim gospodarstvom uvijek je dobra platforma da se učini korak naprijed, pa je tako i Cropak 2010 projekt koji treba pozdraviti. S druge strane, za mi je što na popisu ovogodišnjih sudionika nema i studenata Studija dizajna što pokazuje, u interesu kvalitete, da i kod ovakvih natječaja treba posvetiti dužnu pažnju adekvatnom dogovoru oko autorskih prava", kazao je Slaven Fischer, predsjednik Uprave Udruženja društva za tržišno komuniciranje HURA.

Na pitanje mogu li ovakve radionice na kojima sudjeluju mladi ljudi donijeti i nove ideje u dizajn domaćih proizvoda široke potrošnje, Fischer odgovara sa skepsom.

"Bez obzira na razinu kvalitete studentskih radova, mislim da ovako posavljani projekti imaju prvenstveno edukacijsku ulogu te bi bilo pretenciozno govoriti da unose "svježe vjetrove" u dizajn hrvatske ambalaže. Dizajn danas nije izdvojen, samostalan proces već je "u sredini svega". Ovo govorim referirajući se na svakodnevnu praksu i saznanje koliko različitih elemenata direktno ili indirektno utječe na proces rada u dizajnu pa firme i na konačni rezultat", tvrdi Fischer.

Prema njegovom mišljenju, budućnost dizajna je u multidisciplinarnim timovima te bi možda i kod ovakvih studentskih projekata valjalo razmisliti o širenju liste visokoškolskih institucija tevan najuže struke. ♦

Studenti će za svoj rad biti i novčano nagrađeni, ali puno je važnija afirmacija

FOTO: M





MLADI DIZAJNERI

## **Losion Ralon u novom ruhu**

Proizvod za mušku njegu poslije brijanja Ralon uskoro će dobiti novi vizualni identitet. Za novo ruho pobrinut će se studenti završnih godina studija dizajna iz Zagreba, Rijeke i Splita koji će u sklopu Studentske kreativne radionice CROPAK 2010 raditi na novom izgledu Ralona. Pobjedničko rješenje osvanut će na policama supermarketa i drogerija za nekoliko mjeseci.

●T.M.

Grazia; stranica 46; 18. ožujka 2010.



## *Novo ruho*

Atlantic Grupa odlučila je kroz proces redizajna legendarnog losiona za mušku njegu poslije brijanja Ralon dati priliku studentima završnih godina da kreiraju novi izgled proizvoda, koji će već za nekoliko mjeseci moći i vidjeti na policama trgovina.



**U NOVOM RUHU**

Legendarni proizvod za mušku njegu poslije brijanja Ralon uskoro će dobiti nov izgled. Za njegov redizajn i nov grafički izgled bit će zaslužni studenti dizajna iz Zagreba, Rijeke i Splita. Ralon je lani bio drugi najprodavaniji losion poslije brijanja na hrvatskom tržištu.

losion poslije brijanja  
after shave



## Želite poslovati brzo i učinkovito?

15. ožujak 2010. | Tomislav Pili

### Studenti redizajniraju Ralon

*Uz superviziju Deana Vranića, glavnog kreativnog direktora reklame agencije Imago, studenti trebaju redizajnirati bočicu losiona i približiti ga novoj ciljnoj publici*

Za mjesec dana legendarni losion poslije brijanja Ralon zasjat će u novome dizajnerskom ruhu. Naime, prošli je tjedna u Sveučilišnom računskom centru (SRCE) započela s radom druga po redu petotjedna Studentska kreativna radionica Cropak 2010. Organizatori radionice, tvrtka Tectus, Institut za ambalažu i tiskarstvo (IAT) te časopis Ambalaža, u Cropak 2010 uključili su 100 studenata završnih godina riječke Akademije primijenjenih umjetnosti, splitske Umjetničke akademije, zagrebačkog Grafičkog fakulteta te samostalne studente Studija dizajna Arhitektonskog fakulteta u Zagrebu. Prema riječima Drene Milijević, direktorice Tectusa i ravnateljice IAT-a te idejne začetnice Studentske kreativne radionice, jedan od ciljeva Cropaka 2010 je "sinergijsko djelovanje profesionalaca dizajnerske struke, srodnih edukacijskih ustanova i društveno odgovornog gospodarstva na poticanju kreativnosti studenata".



#### Definiran zadatak

"Drugi aspekt radionice jest i što ranije uključivanje budućih stručnjaka u procese promišljanja ambalaže stvarnog proizvoda s aspekta grafičkog dizajna, uz stručno vodstvo i po konkretno definiranom zadatku", istaknula je Milijević prilikom otvaranja

#### ALATI

- 🗨️ Komentiraj članak
- 👤 Podijeli s drugima
- 📄 Pošalji članak
- 📄 Rss
- 📄 Ispiši članak
- 🔍 Smanji slova
- 🗳️ Broj glasova: 0 | Prosjeck: 0%

hr - studenati redizajniraju ralon



Studenti će za svoj rad biti i novčano nagrađeni, ali puno je važnija afirmacija

aspekta grafičkog dizajna, uz stručno vodstvo i po konkretno definiranom zadatku", istaknula je Milijević prilikom otvaranja radionice. A konkretni su zadatak studenti dobili zahvaljujući Atlantic grupi, partneru ovogodišnje radionice. Uz superviziju Deana Vranića, glavnog kreativnog direktora reklame agencije Imago, studenti trebaju redizajnirati bočicu čuvenog losiona poslije brijanja Ralon i približiti ga novoj ciljnoj publici. Iako mnogi misle kako je Ralon tek nostalgijni dio prošlosti, pomalo je nevjerojatan podatak da je taj losion poslije brijanja prošle godine bio drugi najprodavaniji proizvod za njegu poslije brijanja na hrvatskom tržištu. U Atlantic grupi tvrde kako su odlučili novi vizualni identitet Ralona tražiti kroz suradnju sa studentima jer čitav proces u tom kontekstu nadilazi značaj klasičnog unajmljivanja reklamne agencije.

#### Vrijednost u afirmaciji

"Iako je sama vrijednost investicije nešto viša od uobičajenog troška redizajna kroz angažman agencije, trošak kao dio procesa ulaganja u razvoj mladih potencijala smatramo opravdanim. Odabrani će rad biti i novčano nagrađeni, no najveća je



vrijednost ipak, procjenjujemo, u afirmaciji mladih talenata i prilici da za svoj talent i rad dobiju i priznanja struke čak na svjetskoj razini", smatraju u Atlanticu. Predstavnici struke pozdravljaju ovakav model suradnje kao što je Cropak 2010. "Povezivanje sveučilišta s realnim gospodarstvom uvijek je dobra platforma da se učini korak naprijed, pa je tako i Cropak 2010 projekt koji treba pozdraviti. S druge strane, žao mi je što na popisu ovogodišnjih sudionika nema i studenata Studija dizajna što pokazuje, u interesu kvalitete, da i kod ovakvih natječaja treba posvetiti dužnu pažnju adekvatnom dogovoru oko autorskih prava", kazao je Slaven Fischer, predsjednik Uprave Udruženja društava za tržišno komuniciranje HURA. Na pitanje mogu li ovakve radionice na kojima sudjeluju mladi ljudi donijeti i nove ideje u dizajn domaćih

#### Ispiši članak

- 🔍 Smanji slova
- 🗳️ Broj glasova: 0 | Prosjeck: 0%

#### KLJUČNE RIJEČI

- Cropak - nagrada za najbolju ambalažu
- ATGR (Atlantic Grupa d.d.)
- dizajniranje proizvoda u RH

Moje preplate >

potencijama

smatramo

opravdanim. Odabrani će rad biti i novčano nagrađen, no najveća je vrijednost ipak, procjenjujemo, u afirmaciji mladih talenata i prilici da za svoj talent i rad dobiju i priznanja struke čak na svjetskoj razini", smatraju u Atlanticu. Predstavnici struke pozdravljaju ovakav model suradnje kao što je Cropak 2010. "Povezivanje sveučilišta s realnim gospodarstvom uvijek je dobra platforma da se učini korak naprijed, pa je tako i Cropak 2010 projekt koji treba pozdraviti. S druge strane, žao mi je što na popisu ovogodišnjih sudionika nema i studenata Studija dizajna što pokazuje, u interesu kvalitete, da i kod ovakvih natječaja treba posvetiti dužnu pažnju adekvatnom dogovoru oko autorskih prava", kazao je Slaven Fischer, predsjednik Uprave Udruženja društava za tržišno komuniciranje HURA. Na pitanje mogu li ovakve radionice na kojima sudjeluju mladi ljudi donijeti i nove ideje u dizajn domaćih proizvoda široke potrošnje, Fischer odgovara sa skepsom. "Bez obzira na razinu kvalitete studentskih radova, mislim da ovako postavljene projekti imaju prvenstveno edukacijsku ulogu te bi bilo pretenciozno govoriti da unose "svježe vjetrove" u dizajn hrvatske ambalaže. Dizajn danas nije izdvojen, samostalan proces već je "u sredini svega". Ovo govorim referirajući se na svakodnevnu praksu i saznanje koliko različitih elemenata direktno ili indirektno utječe na proces rada u dizajnu pa time i na konačni rezultat", tvrdi Fischer. Prema njegovom mišljenju, budućnost dizajna je u multidisciplinarnim timovima te bi možda i kod ovakvih studentskih projekata valjalo razmisliti o širenju liste visokoškolskih institucija izvan najuže struke.

#### Primjeri

##### **Dizajn nije izdvojen proces**

O ukupnom dizajnu hrvatskih proizvoda široke potrošnje Fischer nema osobito mišljenje. "Kao što dizajn nije izdvojen proces, tako ni ocjena dizajna hrvatskih proizvoda široke potrošnje ne može biti izolirana od naše svekolike realnosti, od stanja u gospodarstvu do našeg kulturnog kruga. Ukratko, u Hrvatskoj imamo sjajnih "svjetskih" primjera, ali oni su tek iznimke", zaključuje Fischer.

# Portal Limun.hr; rubrika Vijesti dana; 9. ožujka 2010.

<http://limun.hr/main.aspx?id=564191>

Početna > [Vijesti](#) > [Vijesti dana](#) > Studentska kreativna radionica CROPAK 2010

pošalj prijatelju | [fb](#) | [twitter](#) | [rss](#) | [hr](#) | [eng](#)

## Studentska kreativna radionica CROPAK 2010

9.3.2010 10:24:00 | [Izvor: portal.limun.hr](#)

Hrvatski studenti okuštati će se u dizajnu i redizajnu ambalaže legendarnog Ralona, a pobjednik će biti u mogućnosti sudjelovati i na svjetskom natjecanju za najbolju ambalažu, WORLDSTAR, stoji u priopćenju.

Točno u podne, u Sveučilišnom računskom centru - SRCE, 8. ožujka, počinje Prvi sat Studentske kreativne radionice CROPAK 2010. Njime se službeno označava i početak natjecanja za izbor najbolje ambalaže na hrvatskom tržištu u kategoriji studentskih radova. Radionica se po drugi put odvija u organizaciji tvrtke Tectus d.o.o., Instituta za ambalažu i tisкарstvo - IAT iz Zagreba te stručnog časopisa Ambalaža.

Cilj Radionice je sinergijsko djelovanje profesionalaca dizajnerske struke, srednjih edukacijskih ustanova i društveno odgovornog gospodarstva na poticanju kreativnosti studenata te što ranijeg uključivanja budućih stručnjaka u procese promišljanja ambalaže stvarnog proizvoda s aspekta grafičkog dizajna, uz stručno vodstvo i po konkretno definiranom zadatku.

U ovogodišnju Radionicu uključeni su studenti Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, Umjetničke akademije Sveučilišta u Splitu, Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Agore - Visoke škole tržišnih komunikacija s pravom javnosti iz Zagreba. Petotjedna Radionica provodi se u suradnji s Atlantic Grupom iz Zagreba te pod budnim okom mentora i supervizora, Deana Vranića, glavnog kreativnog direktora Imago reklamne agencije d.o.o. iz Zagreba. Više od 100 studenata radić će na izradi grafičkog dizajna predloška za ambalažu linije proizvoda legendarnog aftershave branda Ralon. Ralon je kulturna marka aftershave proizvoda koja već desetljećima drži odličnu poziciju na tržištu te je i u 2009. na hrvatskom tržištu Ralon bio druga volumno najprodavanija marka proizvoda za njegu poslije brijanja.

Radove studenata ocjenjivat će stručni ocjenjivački sud po strogo utvrđenim kriterijima i pravilima ocjenjivanja, a pobjednik će biti proglašen u sklopu središnjeg regionalnog događaja za ambalažnu industriju FESTA CROPAK 2010, u Rovinju.

Pobjednik Studentske kreativne radionice CROPAK 2009, Marino Krstačić Furić, student Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, sa svojim dizajnom Kraševih Vic krekerera plasirao se na visokom 26. mjestu na natjecanju za najbolju ambalažu na svijetu u kategoriji WorldStar Student. Osvojivši Certificate of Recognition najavio je kvalitetu hrvatskog dizajnerskog naraštaja čije vrijeme tek dolazi, navodi se u priopćenju.

Uključeni su studenti Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, Umjetničke akademije Sveučilišta u Splitu, Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Agore - Visoke škole tržišnih komunikacija s pravom javnosti iz Zagreba. Petotjedna Radionica provodi se u suradnji s Atlantic Grupom iz Zagreba te pod budnim okom mentora i supervizora, Deana Vranića, glavnog kreativnog direktora Imago reklamne agencije d.o.o. iz Zagreba. Više od 100 studenata radić će na izradi grafičkog dizajna predloška za ambalažu linije proizvoda legendarnog aftershave branda Ralon. Ralon je kulturna marka aftershave proizvoda koja već desetljećima drži odličnu poziciju na tržištu te je i u 2009. na hrvatskom tržištu Ralon bio druga volumno najprodavanija marka proizvoda za njegu poslije brijanja.

Radove studenata ocjenjivat će stručni ocjenjivački sud po strogo utvrđenim kriterijima i pravilima ocjenjivanja, a pobjednik će biti proglašen u sklopu središnjeg regionalnog događaja za ambalažnu industriju FESTA CROPAK 2010, u Rovinju.

Pobjednik Studentske kreativne radionice CROPAK 2009, Marino Krstačić Furić, student Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, sa svojim dizajnom Kraševih Vic krekerera plasirao se na visokom 26. mjestu na natjecanju za najbolju ambalažu na svijetu u kategoriji WorldStar Student. Osvojivši Certificate of Recognition najavio je kvalitetu hrvatskog dizajnerskog naraštaja čije vrijeme tek dolazi, navodi se u priopćenju.

Uključeni su studenti Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, Umjetničke akademije Sveučilišta u Splitu, Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Agore - Visoke škole tržišnih komunikacija s pravom javnosti iz Zagreba. Petotjedna Radionica provodi se u suradnji s Atlantic Grupom iz Zagreba te pod budnim okom mentora i supervizora, Deana Vranića, glavnog kreativnog direktora Imago reklamne agencije d.o.o. iz Zagreba. Više od 100 studenata radić će na izradi grafičkog dizajna predloška za ambalažu linije proizvoda legendarnog aftershave branda Ralon. Ralon je kulturna marka aftershave proizvoda koja već desetljećima drži odličnu poziciju na tržištu te je i u 2009. na hrvatskom tržištu Ralon bio druga volumno najprodavanija marka proizvoda za njegu poslije brijanja.

Radove studenata ocjenjivat će stručni ocjenjivački sud po strogo utvrđenim kriterijima i pravilima ocjenjivanja, a pobjednik će biti proglašen u sklopu središnjeg regionalnog događaja za ambalažnu industriju FESTA CROPAK 2010, u Rovinju.

Pobjednik Studentske kreativne radionice CROPAK 2009, Marino Krstačić Furić, student Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, sa svojim dizajnom Kraševih Vic krekerera plasirao se na visokom 26. mjestu na natjecanju za najbolju ambalažu na svijetu u kategoriji WorldStar Student. Osvojivši Certificate of Recognition najavio je kvalitetu hrvatskog dizajnerskog naraštaja čije vrijeme tek dolazi, navodi se u priopćenju.

Portal Rep.hr; Rubrika edukacija i događanja; 9. ožujka 2010.

<http://rep.hr/vijesti/edukacija-i-dogadanja/redizajn-ralona-prepusten-studentima/1410/>

**Redizajn Ralona prepusten studentima**

Kategorija: Edukacija i događanja      Objavljeno: 09.03.2010.  
Autor: rep.hr

**Atlantic Grupa raspisala je natjecaj za redizajn aftershavea Ralon na koji se mogu javiti studenti završnih godina dizajna iz Zagreba, Rijeke i Splita.**

Na natjecaj se već prijavilo preko stotinu studenata, a studentske kreativne radionice CROPAK 2010 osmišljene za potrebe ovog projekta vodit će profesor Dean Vranić.

Pobjednik će biti proglašen 7. 5. 2010. godine u sklopu srednjeg regionalnog događaja za ambalažnu industriju FEST.A CROPAK 2010 u Rovinju, a moći će sudjelovati i na svjetskom natjecanju za najbolju ambalažu WORLDSTAR.

O cijelom natjecanju detaljnije je izvjestio portal [ambalaža.hr](http://ambalaža.hr).

**\* DODAJ KOMENTAR**  
Morate biti prijavljeni da bi mogli komentirati članak

**\* KOMENTARI**  
Nema unešenih komentara...

**\* VEZANE VIJESTI**  
Nema unešenih/vezanih članaka...

**\* VIJESTI**  
Edukacija i događanja

Kategorija: Edukacija i događanja - 09.03.2010.  
**Redizajn Ralona prepusten studentima**


Atlantic Grupa raspisala je natjecaj za redizajn aftershavea Ralon na koji se mogu javiti studenti završnih godina dizajna iz Zagreba, Rijeke i Splita.

[Očisti](#)

**\* ANKETA**  
Mobilni kojeg proizvođača biste najradije kupili (ne razmišljajući o cijeni)?

- Apple (iPhone)
- Google/HTC (Nexus)
- LG
- Motorola
- Nokia
- RIM (Blackberry)
- Samsung
- Sony Ericsson
- neki drugi

**Rezultati** [Glasaj](#)



Portal briefing.mht; PR; 9. ožujka 2010.

<http://www.briefing.hr/Naslovnica/tabid/36/ctl/Details/mid/389/ItemID/11154/Default.aspx>

PR Wire:

**Atlantic Grupa: Atlantic Grupa kroz natječaj sa studentima dizajna traži novi izgled kulturnog aftershavea**



Prvom brief-radionicom jučer je otvoren natječaj za novi dizajn kulturnog RALONA. Atlantic Grupa odlučila je kroz proces redizajna legendarnog losiona za mušku njegu poslije brijanja – RALON – dati priliku studentima završnih godina da kreiraju novi izgled proizvoda koji će već za nekoliko mjeseci moći i vidjeti na policama trgovina. Proizvod koji desetljećima uspješno održava svoju poziciju na tržištu, prošle je godine bio drugi najprodavaniji brend u kategoriji njege poslije brijanja na hrvatskom tržištu.

Snaga brenda i kvaliteta proizvoda RALON na tržištu stavljaju ravnopravno uz rame s renomiranom svjetskom konkurencijom, pa je RALON tako s udjelom od deset posto na drugom mjestu iza Beiersdorfove Nivea-e, a s novim ruhom udahnut će život za nova desetljeća prepoznatljivosti kod kupaca i nove uspjehe na tržištu.

Proizvod koji je kroz desetljeća postao dio kolektivne memorije, generacijska legenda poput Startasa, Gavrilovičke ili Bajadere, odlučio se novim izgledom dodatno približiti i novim generacijama. Za osvježeni izgled kulturnog aftershavea pobrinut će se studenti završnih godina studija dizajna iz Zagreba, Rijeke i Splita (Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, Umjetničke akademije Sveučilišta u Splitu, Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Agore - Visoke škole tržišnih komunikacija s pravom javnosti iz Zagreba), kojih se na natječaj u sklopu Studentske kreativne radionice CROPAK 2010 prijavilo preko stotinu. Radionica će se odvijati pod budnim okom njihovih profesora i Deana Vranića, glavnog kreativnog direktora reklamne agencije Imago

Studenti kroz projekt Studentske kreativne radionice CROPAK 2010 u sponzorskoj suradnji s RALONOM dobivaju jedinstvenu priliku da rade na dizajnu proizvoda koji će uskoro moći naći na policama dućana u susjedstvu, supermarketa i drogerija diljem zemlje te će tako neposredno vidjeti rezultat svog talenta i primijenjenog obrazovanja. Radionica studentima pruža priliku za prvi susret s budućim profesionalnim životom, a RALON će u tom procesu u mnoštvu svježih ideja izabrati i nagraditi najbolje rješenje. Tako će ovaj tradicionalni brend retro štitla dobiti novi, osvježeni izgled, a studenti dizajna iznimnu priliku pokazati svoj talent na proizvodu s kojim tisuće muškaraca završava svoj dnevni ritual brijanja.

Spoj kreativne energije i entuzijazma mladih studenata te snaga tradicije brenda RALON nesumnjivo su dobitna kombinacija koja će nam još jednom pokazati bezvremensku kvalitetu klasika. Cilj ove radionice, druge u organizaciji tvrtke Tectus d.o.o., Instituta za ambalažu i tiskarstvo - IAT iz Zagreba te stručnog časopisa Ambala, sinergijsko je djelovanje profesionalaca dizajnerske struke, srodnih edukacijskih ustanova i društveno odgovornog gospodarstva na poticanju kreativnosti studenata te što ranijeg uključivanja budućih stručnjaka u procese promišljanja ambalaže stvarnog proizvoda s aspekta grafičkog dizajna, uz stručno vodstvo i po konkretno definiranom zadatku. Radove studenata ocjenjivat će stručni ocjenjivački sud po strogo utvrđenim kriterijima i pravilima ocjenjivanja, a pobjednik će biti proglašen 7.5.2010. godine u sklopu središnjeg regionalnog događaja za ambalažnu industriju FEST.A CROPAK 2010, u Rovinju.

Pobjednik natjecanja bit će u mogućnosti sudjelovati i na svjetskom natječaju za najbolju ambalažu, WORLDSTAR. Prošlogodišnji se pobjednik Studentske kreativne radionice CROPAK 2009, Marino Krstčić Furić, student Akademije primijenjene umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, podsjetimo, svojim dizajnom Kraševih Vic krejera plasirao se na visoko 26. mjesto na natječaju za najbolju ambalažu na svijetu u kategoriji WorldStar Student. Osvojivši Certificate of Recognition najavio je kvalitetu hrvatskog dizajnerskog naraštaja čije vrijeme tek dolazi.

Gabrijela Kasapović  
Direktorica Korporativnih komunikacija

Portal [www.cro-rss.com](http://www.cro-rss.com); Rubrika ekonomija; 11.ožujka 2010.;  
[http://www.cro-rss.com/article\\_bira\\_se\\_najbolja\\_ambala%9Ea\\_na\\_na%9Aem\\_tr%9Ei%9Atu\\_6186585.htm](http://www.cro-rss.com/article_bira_se_najbolja_ambala%9Ea_na_na%9Aem_tr%9Ei%9Atu_6186585.htm)

> OBRAZOVANJE POLITIKA POSAO **EKONOMIJA** NOVAC

DRUŠTVO » EKONOMIJA » LIMUN - CROEMI VIJESTI

**Zaradite 200€**  
samo sa registracijom. Posjetite naše stranice i saznajte više  
[www.ein-opportunity.net](http://www.ein-opportunity.net)

Google oglasi

## Bira se najbolja ambalaža na našem tržištu

● [pročitaj cijeli članak](#)    Četvrtak, 11. Ožujak 2010. 09:10

U ponedjeljak je održan prvi sat Studentske kreativne radionice Cropak 2010, kojim je službeno označen početak natjecanja za izbor najbolje ambalaže na hrvatskom tržištu u kategoriji studentskih radova. Radionicu su već drugi put organizirali tvrtka Teclus, Institut za ambalažu i tiskarstvo IAT te stručni časopis "Ambalaža".

U ovogodišnju je radionicu uključeni studenti Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, Umjetničke akademije Sveučilišta u Splitu i Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu te samostalni studenti studija dizajna Arhitektonskog fakulteta u Zagrebu.

Petočlana radionica provodi se u suradnji s Atlantic Grupom iz Zagreba i pod budnim okom tri mentora te supervizora Deana Vranića, glavnoga kreativnog direktora reklamne agencije Imago. Source/Author Vjesnik/PressCut more...

Google oglasi

# RADIONICA: Studenti za Atlantic osmišljavaju nov izgled brenda Ralon

Atlantic Grupa u projekt se uključila da bi studentima omogućila prvo radno iskustvo, ali i kako bi dobila svježih i originalnih rješenja za jedan od najdugovječnijih brendova

foto ANTE LIVAJIĆ  
www.antonio.com.hr

Šestero studenata protekli je tjedan dobilo jedinstvenu priliku predložiti radni koncept Atlantic grupe. Četvero ušlo i dvoje potom tekondferencije izabrali su svoju viziju novog dizajna Atlanticova proizvoda za muška njege nakon biranja Ralona. Odbavljena sastanaka samo je dio više od stotinu studenata koji su se uključili u program Studentske kreativne radionice Cropak 2010., koju ove godine sponzorira Atlantic grupa. Projekt je zamišljen tako da svi dobivaju Atlantic grupu na navede koji je ušla u studentsku radionicu dobiva nov i svjež izgled Ralona, a studenti neprocjenjivo iskustvo rada na projektu. U sveopsežnijoj radionici uključili su se studenti Akademije primijenjenih umjetnosti iz Rijeka, Umjetničke akademije iz Splita, Grafičkog fakulteta iz Zagreba i Agencije, Visoke škole tržišnih komunikacija prvom javnosti iz Zagreba. Cilj radionice traje pet tjedana, a nazočjete će se proglasiti pobjednik čiji će rad poslati u novo Ralono lice.

Za nekoliko mjeseci pobjedničko rješenje moći će se vidjeti na policama supermarketa i drugdje diljem zemlje. Tako će ovaj tradicionalni brend retro štihla dobiti nov osjećen izgled, a studenti dizajna iznimno priliku pokazati svoj talent na proizvodu s kojim tisuće muškaraca završava dnevni ritual brisanja - objasnio je Marko Kufrić koji vodi radionicu u ime Atlantic grupe.

**Vise od stotinu prijava** Ova, druga po redu, radionica Cropak ima bolji odziv od prethodne, pa u projekt se uključilo više od stotinu studenata iz raznih dijelova Hrvatske. Od njihovih je radova izabrano 20-ak najboljih, a potom se od tih radova profiliralo šest finalista, četiri s Grafičkog fakulteta iz Zagreba i dvoje s Akademije primijenjenih umjetnosti iz Rijeka. Znameniti šest finalista bit će izabran jedan rad koji će predstavljati Ralon.

Cilj radionice općenito je društvenu odgovornost kompanije, u ovom slučaju Atlantic grupe, i kreativnu snagu studenata. Sponzor cijele radionice je Dean Vrančić, kreativni direktor Imago reklamne agencije, pa studenti mogu čuti i profesionalno mišljenje u ovom radu. Vrančić je nadležan rad studenta i mentora, ali i zadao zadatak, na kojem se temelji ovogodišnja radionica.



Dean Vrančić, kreativni direktor Imago reklamne agencije, s mentorima i studentima

Cijela je radionica osmišljena kako bi se studentima približila stvarnost, odnosno usjeti koji vladaju na radnom mjestu. Mladi ljudi koji traže prvi posao ne znaju kako je raditi na pravom projektu i više su akademski orijentirani. Stoga je radionica osmišljena da se cijeli projekt radi kao u stvarnoj agenciji ili dizajnerskom studiju, od prvog do posljednjeg koraka - objasnio je Vrančić.

Iako većina studentskih radova nije bila na razini rada profesionalne agencije, rješenja koja su osmišljena bila su brzojaka, a zanimljiva i drukčija. Do takvih se originalnih rješenja na drukčiji način ne bi došlo, smatraju voditelji radionice. Finalisti s Grafičkog fakulteta iz Zagreba nisu krili svoje odake vjenju što su doprinosili do finala i što će možda upravo njihovi radovi odnijeti prvo mjesto.

**Nov pogled na dizajn** - Ova je radionica bila koristan jer sam video što znači predstavljanje rad pred publikom. Radionica mi je pružila i priliku da ispitam svoje govorne vještine. Kritike koje sam dobio bile su konstruktivne i korisne. Iznimno mi se sviđalo što sam dobio prvi

liku iskoristiti znanje o dizajnu i primijeniti ga na stvarnom projektu - rekao je dojmoro o studentskoj radionici Boris Budaković. Smatra kako je Cropakova radionica izvrsna prilika za svakog studenta jer mu se pruža prilika da vlastiti rad na samo nekoliko mjeseci ugleda na polici trgovina. Njegovu kolegu Igoru Topolku najviše se sviđalo to što radionica omogućuje studentima iskustveni se znanjem kreirajući.

- Na ovaj su se radionici mogli steći nova iskustva i nova znanja, a na taj se način stvarati novi pogledi na dizajn i kreativnost. Najviše mi se sviđalo što sam stekao nova poznavanja i izmijenio iskustva s mentorima, ali i s drugim studentima. Takve radionice mogu promijeniti život studenta jer ga potiču na rad i suradnju na kreativnost. Posebice mi se sviđela i zgodna atmosfera koju su stvorili mentori i njihav način komunikacije sa studentima - rekao je Toplak. Trećem finalistu Tomislavu Marčiću najviše se sviđalo to što studenti mogu kontaktirati profesionalcima iz svoje branše, što im može pomoći kada budu tražili posao, kao i činjenica što su imali priliku vidjeti kako se radi na profesionalnom projektu.

- Pred cijelom smo grupom mi studenti prezentirali svoje radove te dobili komentari i

## ODLUČNA REFERENCIJA

### Natječajem do boljeg životopisa

Cropak radionica iznimno je prilika da studenti poboljšaju i prilike za buduće zaposlenje. - Studenti mogu pokazati da su spremni za rad na tržištu, a ono što su napravili na radionici mogu uvijek pokazati budućem poslodavcu. U svakom slučaju dobivaju - objasnio je Josip Bata, asistent s Grafičkog fakulteta iz Zagreba, koji je studentima pomogao. Studentima koji nemaju radnog iskustva u stvari najbolji posao ovog moglo biti iznimno korisni, posebice da se izdvoje od konkurencije pred potencijalnim poslodavcima. Sudjelovanje u radionici tako može dobro doprinijeti inače često prazne studentske životopise.

kritike, zapravo povratne informacije, ali i smjernice govora kojima bismo trebali nastavit raditi. Što se više mogu rad, to sam mislio da je on savršen, ali kritike mentora bile su dobrodošle i usmjerile su me u pravom smjeru. Ova je projekt i iznimno koristan za studente jer im pomaze steći iskustva koja će im biti potrebna kada se zaposle. Dobro je i za nametanje jer upoznaje buduću suradnike - rekao je Marčić.

**Iskustvo prije svega** Njegovu kolegu Miru Tomičiću sviđalo se to što su studenti dobili priliku za razvijanje vlastitih sposobnosti, ali i to što su stekli reference za buduće zaposlenje.

- Najviše sam se veselio komentarima koji su bili vezani uz moj rad jer su ih dali ljudi koji inače imaju brojna iskustva u struci. Komentari su bili korisni jer su nas sačinjavali u pravom smjeru i objasnili nam na čemu još trebamo raditi. Dobili smo i priliku predstavnici rad pred članovima menadžmenta Atlantic grupe, a moj je zadatak bio objasniti ih da sam napravio najbolje rješenje za novi izgled Ralona. Htio li moj rad biti najbolji ili ne, nije najvažnija stvar, jer je cijela radionica bila jedinstveno iskustvo - rekao je Miro Tomić. ■

BUSINESS

# Zašto je Piše: Blanka Đoko **CROPAK** dobar znak!

FESTA CROPAK 2010, kako sam naziv sugerira, festival je ambalaže, a čini ga više srodnih događanja – međunarodno savjetovanje "Trendovi u ambalažnoj industriji", dodjela nagrada najboljoj ambalaži na hrvatskom tržištu CROPAK 2010, dodjela nagrada najboljoj ambalaži u regiji REGPAK 2010, Studentska kreativna radionica CROPAK 2010, Godišnja sjednica Vijeća Zajednice ambalažera HGK i Gospodarska izložba. No krenimo redom.

**O**vogodišnje središnje događanje za ambalažnu stručnu javnost iz Hrvatske i zemalja u regiji, FESTA CROPAK 2010, u organizaciji tvrtke Tectus d.o.o. iz Zagreba, Instituta za ambalažu i tiskarstvo i stručnih časopisa Ambalaža i REGprint, održat će se od 6. do 8. svibnja u hotelu Park u Rovinju. Generalni pokrovitelj je WPO – Svjetska organizacija za ambalažu, a pokrovitelji su EPIC – Europski konzorcij instituta za ambalažu, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva RH, Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitosti RH i Hrvatska gospodarska komora. Partner je IstraGrafiKa d.d. iz Rovinja, a sponzor Vetropack Strazha d.d. iz Huma na Sutli. Medijski partneri su časopis Smart, Večernji list i portal www.vecernji.hr te televizija Kapital Network.



## U utakmici vrhunska ambalaža

CROPAK se u široj javnosti, polako ali sigurno, uvukao u pore svakodnevnice. Na sam spomen te riječi javnost zna da se radi o nagradi za najbolju ambalažu na hrvatskom tržištu. U sedmoj godini održavanja mono Zašto je CROPAK Dobar znak više no ikad ima svoju poruku, kako za proizvođač, tako i za dizajnera, proizvođača i potrošača. Nagrade se dodjeljuju u osam kategorija – tehnička izvedba ambalaže, ambalaža hrvatskog proizvođača/serije, ambalaža inozemnog proizvođača/serije na hrvatskom tržištu, dizajn, prototip, studentski radovi,

80 SMART

EKO CROPAK i CROPAK godine. Dobitnici nagrada nominiraju se i u svjetskoj konkurenciji za prestižnu nagradu WorldStar. CROPAK nagrada pokrenuta je s ciljem potpore kvalitetnim ostvarenjima, a sve veći broj prijavljenih radova i vrhunska rješenja zasigurno su dobar znak za budućnost hrvatske industrije ambalaže.

## Usporedba dizajna i tehnologije

Ove je godine pokrenut REGPAK, nagrada za najbolju ambalažu na regionalnom tržištu – Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Hrvatska, Makedonija, Slovenija i Srbija. Cilj REGPAK-a je prikaz najviših dostiga ambalažnih ostvarenja domaćih robnih marki koje regija nudi. S obzirom da IAT, kao član Svjetske organizacije za ambalažu (WPO), ima mandat za cijelu regiju, ambalaža nagrađena REGPAK-om izravno se može nominirati za WorldStar i na taj način na tom prestižnom svjetskom natjecanju predstaviti i afirmirati svoje kvalitete. Što nudi ambalažna industrija regije, otkrit će se na svibanjskom FESTA CROPAK-u u Rovinju. Bit će to dobra prilika usporediti tehnološke i dizajnerske dostige zemalja regije.

## Vrhunski predavači, sjajne teme

Na međunarodnom savjetovanju "Trendovi u ambalažnoj industriji" predavači iz renomiranih hrvatskih i svjetskih institucija i tvrtki održat će predavanja koja će tradicionalno privući velik broj sudionika. Navest ćemo neke od njih: Stanje u ambalažnim industrijama Hrvatske i svjetski trendovi (Enis Kancelić, predsjednik Zajednice ambalažera, HGK), Ambalaža kao brand (Boris Ljubčić, Studio International d.o.o., Hrvatska), Propisi i preporuke EU za boje na ambalaži prehrambenih proizvoda (Thomas Pflüster, Ink Academy, Huber Group, Njemačka), Ambalaža i migracije - legislativa EU, metode testiranja (Michael Pitzl, Austrijski institut za kemijaku i tehnološka istraživanja, Austrija), Shelf Ready Packaging – trend ili potreba (Zoran Golek, GA Consulting d.o.o., Hrvatska) i druge.



Kategorija – CROPAK GODINE 2009

Serijski: "SMS maslinova ulja"

Vizualni serijski: Sms d.o.o., Split

Dizajn: Boris Ljubčić, Studio International d.o.o., Zagreb

Proizvođač etikete: Eti trade d.o.o., Pazin

## Dobitna kombinacija

Jos se jedna lijepa stvar događa na inicijativu organizatora. Zvuči nevjerojatno, ali je istinito: Ralon, legendarni afreshave koji je svjedočio životima mnogih generacija, nakon dugaačkih 25 godina mijenja dizajn ambalaže. Pripadnici srednje generacije će pomisliti da mu je već odavno bilo vrijeme, a oni stariji će vjerojatno osjetiti sjetu i nostalgiju za nekim stariim vremenima na koje ih Ralon, mnogima poznat pod nazivom Pitralon, podsjeća. No vlasnik branda, Atlantic Grupa, osigurao je da svi na kraju budu zadovoljni. Odbacili su taj vrlo zanimljiv, ali i osjetljiv zahtjev posjetnici studentima s Akademije primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, Umjetničke akademije Sveučilišta u Splitu, Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu te samostalnim studentima Studija dizajna Arhitektonskog fakulteta u Zagrebu. Zadatak se realizira pod okriljem druge po redu Stu-



(Zoran Gošek, GA Consulting d.o.o., Hrvatska) i druge.



grebu. Zadatak se realizira pod okriljem druge po redu Studentske kreativne radionice CROPAK 2010 - natjecanja za izbor najbolje ambalaže na hrvatskom tržištu u kategoriji Studentskih radova, pod pokroviteljstvom triju Sveučilišta u Hrvatskoj. Spoj kreativne energije i entuzijazma studenata, snaga tradicije branda Ralon i organizacija Instituta za ambalažu i tiskarstvo nesumnjivo su dobitna kombinacija za ovogodišnju petojednu Radionicu. Pobjednik automatizmom odlazi na natjecanje za najbolju ambalažu na svijetu WorldStar. Podsjetimo, pobjednik Studentske kreativne radionice CROPAK 2009, Marino Krstić Furić, student Akademije primijenjene umjetnosti Sveučilišta u Rijeci, svojim dizajnom Kraševih Vica kretera plasirao se na visoko 26. mjesto na natjecanju za najbolju ambalažu na svijetu u kategoriji WorldStar Student. Osvojivši Certificate of Recognition, najrivo je kvalitetu hrvatskog dizajnerskog narajata čije vrijeme tek dolazi.

**Kategorija – CROPAK GODINE 2008**  
Serije: Kvalitetno vino Dalja  
Vlasnik proizvođa: Istravino d.d., Rijeka  
Dizajni: Vanja Covicli, Studio Covicli, Zagreb  
Proizvođač ambalaže: Graficar d.d., Ludbreg, Vetropack Strina d.d., Hum na Selli

SMART 81

## BUSINESS

Drena Milijević, ravnateljica Instituta za ambalažu i tiskarstvo

# Iza nas stoji ozbiljan rad

**O** pripremama FESTA CROPAK-a, novostima u organizaciji i samom značaju događaja koji okuplja hrvatsku i svjetsku ambalažnu industriju razgovarali smo s idejnom začetnicom Drenom Milijević. Osim što je ravnateljica Instituta za ambalažu i tiskarstvo, ona je direktorica tvrtke Tectus d.o.o. iz Zagreba i glavna urednica stručnih časopisa za ambalažnu i grafičku industriju Ambalaža i RE-Gprint.

orijentir u tome koliko domaća industrija slijedi trendove u promišljanju ambalaže. Pomaci u edukaciji u području zaštite okoliša i uspostavi sustava gospodarenja ambalažnim otpadom također su značajni te očekujemo nominacije i iz tog područja. Za svaku sponzornu kategoriju prijave pristižu i tek po završavanju Natjecaja moći ćemo objaviti konačan broj nominiranih.

**Prošle ste godine pokrenuli Studentsku kreativnu radionicu CROPAK, što se pokazalo iznimno uspješnim projektom. Naime, pobjednički rad plasirao se na visoko mjesto na svjetskom natjecanju za najbolju ambalažu.**

Tectus d.o.o. iz Zagreba i glavna urednica stručnih časopisa za ambalažnu i grafičku industriju Ambalaža i RE-Gprint.

**Kako teku pripreme za FESTA CROPAK 2010. događaj koji je u vašoj organizaciji već sedmu godinu zaredom?** FESTA CROPAK skup je više događanja značajnih za ambalažnu industriju u Hrvatskoj i regiji, a svaki je zasebna cjelina te zahtijeva puni angažman. Organizacijske aktivnosti za sljedeći FESTA CROPAK počinju doslovno završavanjem prethodnog te se i FESTA CROPAK 2010 priprema već godinu dana. Dodjela nagrada najboljoj ambalaži na našem tržištu CROPAK zahtijeva je organizacijska cjelina, ali zahvaljujući dosadašnjem iskustvu i precizno definiranim Natjecajima i pravilniku, nema nepoznanica i iznenađenja te pripreme teku po planu.

**Što očekujete ove godine? Ima li promjena u broju prijava u odnosu na prošlu godinu?** S nestrpljenjem očekujemo što će nam ove godine pokazati domaći proizvođači ambalaže u kategoriji „Tehnička izvedba“, vlasnici robnih marki u kategoriji „Ambalaža proizvođač/serije“ te dizajneri i agencije u kategoriji „Dizajn“. Kategorija „Ambalaža inozemnog proizvođač/serije“ na hrvatskom tržištu značajan je usporedni

**Prošle ste godine pokrenuli Studentsku kreativnu radionicu CROPAK, što se pokazalo iznimno uspješnim projektom. Naime, pobjednički rad plasirao se na visoko mjesto na svjetskom natjecanju za najbolju ambalažu te time potvrdilo kvalitetu hrvatskog dizajnerskog narajata koji dolazi. Možete li čitateljima Smarta objasniti o kakvom je projektu riječ?**

Cilj Radionice je sinergijsko djelovanje profesionalaca dizajnerske struke, edukacijskih ustanova i gospodarstva te poticanje kreativnosti studenata i što ranije uključivanje budućih stručnjaka u procese promišljanja ambalaže stvarnog proizvođač/serije s aspekta grafičkog dizajna, uz stručno vodstvo i po konkretno definiranim zadatku poznatog vlasnika robne marke. Sponzor ovogodišnje Radionice je Atlantic Grupa, a predmet je grafički dizajn i redizajn linije proizvođača Ralon. Događaj će odvijati pod pokroviteljstvom Sveučilišta u Rijeci, Splitu i Zagrebu.

Ove godine, uz stručno vodstvo memora i superviziju autora kreativnog zadatka Deana Vranića, studenti redizajniraju liniju afinske Ralon, nominirajući svoje radove za nagradu CROPAK 2010 i dobivaju priliku da se najbolji rad realizira u praksi. Nagradivanje studenata, memora i institucija te autorska prava detaljno su definirana Pravilnikom Kreativne radionice uz suglasnost i prihvaćanje svih sudionika Radionice.

**Zaito se natjecati i osvojiti nagradu CROPAK?**



### Nagrada CROPAK

Nagrada se sastoji od objekta CROPAK (autor Boris Ljubičić) i certifikata primatelju nagrade. Dobitnici nagrada stječu pravo korištenja znaka CROPAK s oznakom godine u kojoj je dodijeljen, u promotivne i ostale svrhe, sukladno osobnim interesima, te aplikacije znaka CROPAK na ambalažu nagrađenog proizvođač/serije. Dobitnici nagrada se obvezuju istaknuti CROPAK pri svakom javnom i medijskom predstavljanju nagrađene ambalaže u godini u kojoj je nagrada dodijeljena.



Kategorija – CROPAK GODINE 2007  
 Proizvod: Jamnica split-bos nošiljka  
 Proizvođač ambalaze: Kaplari d.d., Vojnić  
 Dizajn: Tea Klitšević, Agrokor – promocija i dizajn, Zagreb  
 Vlasnik proizvoda: Jamnica d.d., Zagreb

Kriteriji i sam odabir CROPAK ambalaze strogo su definirani. CROPAK ambalaza u potpunosti ispunjava zahtjevnu funkciju, zdravstveno je ispravna, dobro osnažena, ergonomski prilagođena, prijateljska prema okolišu, vrhunski dizajnirana, posebna, drugačija. Dobitnik nagrade CROPAK sigurno želi priznanje za veliki trud pri stvaranju takve ambalaze. Potrošač treba prepoznati da proizvod s CROPAK ambalažom ima dodanu vrijednost, a mi ga o tome moramo educirati, što sustavno i činimo. Gotovo je pravilo da najbolja ambalaža pakira i najbolje proizvode. Osim toga, dobitnici CROPAK nagrada stječu pravo izravne nominacije za WorldStar.

**Osjeca li se utjecaj krize u ambalažnoj industriji u Hrvatskoj? Po vašem mišljenju, kakva je budućnost pred tom industrijom?**

Nesoporno je da opća kriza ne pošteđuje nikoga pa tako ni ambalažnu industriju. Prave posljedice će se tek ogledati tijekom vremena, a sada mi se čini da ima dosta opreza, rješavanja postojećih balasta i nadržanosti u domaćoj industriji u očekivanju stvarnih efekata krize. Troškovi se racionaliziraju, ima i otpuštanja djelatnika i, što je posebno štetno, kriza se ogleda i na edukaciji i informiranju, iako svi znamo koliko je to važno. Ipak vjerujem da će ambalažna industrija, preteći prehrambenu, uspješno „preživjeti“ i ći naprijed.



Kategorija – CROPAK GODINE 2006  
 Proizvod: Brachia – maslinovo ulje – maslina  
 Proizvođač ambalaze: Studio Cro-ker, Zagreb, Sitopapir d.o.o., Zagreb  
 Dizajn: brosko Sevdarović, Jelena Zelnik, TRIOVAJEDAN vizualne komunikacije d.o.o., Zagreb  
 Vlasnik proizvoda: Brachia p.a., Susepetar na Braču

POČEO FESTIVAL AMBALAŽE FEST.A CROPAK 2010



## Trendovi u ambalažnoj industriji



Boris Ljubičić i Erna Kancelić



Drena Miljević

**ROVINJ** - Unatoč krizi više od 160 gospodarstvenika okupilo se na dvogodisnjem, sedmom po redu festivalu ambalaže **FESTA, CROPAK**, koji se od četvrtka održava u rovinjskom hotelu Park.

**FESTA CROPAK** je svjetski događaj u ambalažnoj industriji Hrvatske i regije, a namijenjen je konzorcijima i proizvođačima ambalaže, dizajnerima, istaknuta su svima koji su na bilo koji način vezani uz ambalažu. Ovogodišnji partner festivala, koji organizira Institut za ambalažu i istraživanje, tvrtka Techtus iz Zagreba te stručni časopisi **Ambalaža** i **REGprint**, konferencijska je tvrtka Istraživačka, kao vodeći hrvatski proizvođač i izvoznik komercijalne ambalaže.

Festival je otvorila Drena Miljević, predsjednica Instituta za ambalažu i istraživanje, koja je naglasila da se gospodarstvenici odazivaju i na sve segmente u proizvodnji ambalaže, ali da se unatoč tome festival ipak održava, a da istu valja gledati i kao nešto pozitivno odnosno u njoj pronaći i priliku za nešto novo i originalno.

Uvodno predavanje o stanju u ambalažnoj industriji u Hrvatskoj i o svjetskim trendovima održao je Erna Kancelić, direktor istraživačke i predsjednik Zajednice ambalažara hrvatske pri Hrvatskoj gospodarskoj komori, koji je također kazao da se u svim segmentima



Studentski radovi

ima ambalaže, odnosno materijalima od kojih se ona proizvodi bilježi pad, ovim u proizvodnji ambalaže od metala.

Glavna tema ovogodišnjeg festivala su trendovi u ambalažnoj industriji, a predavači su svjetski stručnjaci na tom području. Tako je o ambalaži kao brandu govorio poznati dizajner Boris Ljubičić, a o razvoju, proizvodnji i upotrebi ambalaže te ostalim srodnim temama Thomas Polster, Michael Pitzl, Bruno Birgmaier te Zoran Bošak.

U sklopu manifestacije dodijelit će se nagrade za najbolju ambalažu na hrvatskom

tržištu **CROPAK 2010**, a prvi put i za najbolju ambalažu na tržištu regije **REGPAK 2010**, u što su, osim Hrvatske, uključene BiH, Crna Gora, Makedonija, Srbija i Slovenija.

U sklopu manifestacije dodijelit će se nagrade za najbolju ambalažu na hrvatskom tržištu **CROPAK 2010**, a prvi put i za najbolju ambalažu na tržištu regije **REGPAK 2010**, u što su, osim Hrvatske, uključene Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Makedonija, Srbija i Slovenija.

Uoči festivala studenti Akademije primijenjenih umjetnosti u Rijeci, Umjetničke akademije u Splitu i Grafičkog fakulteta u Zagrebu sudjelovali su na kreativnoj radionici gdje su radili na osmišljavanju dizajna i medijama jedne kozmetičke linije. Članovi stručnog ocjenjičkog suda pojevali su 26 studentskih radova te njih šest izabrali za nagradu **CROPAK 2010** u kategoriji studentskog dizajna. Nagradni radovi izloženi su u hotelu Park.

Generálni pokrovitelj festivala ambalaže je WPO (Svjetska organizacija za ambalažu), a ostali pokrovitelji su EPIC - Europski konzorcij Instituta, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva RH, Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost RH i Hrvatska gospodarska komora.

K. MEDVIČ  
Šime H. MIJOŠEVIĆ