



# BRIEF



*Jamnica*

Companie  
**kiseljak**



  
**BEVERAGES  
GROUP**  
FORTENOVA

# O KOMPANIJI

- Sarajevski kiseljak je najveći bosanskohercegovački proizvođač mineralnih voda i bezalkoholnih pića s tradicijom punjenja od 1891. godine.
- Status lidera u svojoj branši Kompanija je stekla zahvaljujući prepoznatljivoj kvaliteti proizvoda, fleksibilnoj poslovnoj politici koja se uspješno nosi s tržišnim izazovima i zahtjevima potrošača te kontinuiranom ulaganju u modernizaciju i unapređenje proizvodnih procesa.
- Kompanija je danas dio Beverage grupe Fortenova.

... 320+ uposlenika

... 5 distributivnih centara

... 2 proizvodna pogona u BiH

...više od 160 miliona litara proizvodnog kapaciteta

... 10 izvoznih tržišta (Hrvatska, Srbija, SAD, Australija, Kanada, Austrija, Nizozemska, Švedska i Kosovo)

<http://www.sarajevski-kiseljak.ba/>

<https://sarajevski-kiseljak.com/>

# PROIZVOD

Gazirana mineralna voda visoke i prepoznatljive kvalitete, prirodno obogaćena mineralima i tradicijom punjenja sa vrela Park u Kiseljaku (pored Sarajeva) više od 130 godina.

Format za korištenje  
kod kuće



1,5 L PET

Format za korištenje  
kod kuće i HoReCa-i



1L povratno  
staklo

On the go



0,5L PET

HoReCa



0,25L povratno  
staklo

On the go/više  
povezano sa  
fizičkom aktivnošću  
i sport



0,5L PET

Konzumacija  
kod kuće



1,5 L PET



# AKTUALNA KOMUNIKACIJA: Kampanja „Uvijek s tobom” 2021-2022

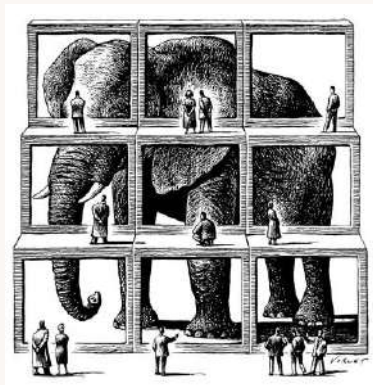


TVC:

<https://www.youtube.com/watch?v=AcVMxydV7XE>



# THE BIGGER PICTURE



Gledajući unaprijed, jasno je da zbog situacije sa otpadom kompanije moraju pronaći alternativu jednokratnim pakiranjima, te educirati i potaći potrošače da više upotrebljavaju višekratnu ambalažu.

Kao osviještena i odgovorna kompanija u predstojećoj i nadolazećim godinama, Sarajevski kiseljak **FOKUS** aktivnosti stavit će na **povratnu staklenu ambalažu Sarajevskog kiseljaka 1 L**.

Staklena boca 1 L je ujedno i boca koja postoji od prvog dana kada je 1891. počelo punjenje gazirane prirodne mineralne vode Sarajevski kiseljak.



# EVOLUCIJA ETIKETA

1961.



1963.



1967.



1974.



1977.



1997.



2001.



2013.



# LIMITIRANA EDICIJA 1 L i 0,25 L staklo (2021)



The advertisement features six green glass bottles of Sarajevski kiseljak arranged in a row against a dark green background. The bottles vary in size, with the largest one in the center. Each bottle has a different label design, including one with a mountain landscape and another with a circular logo. To the right of the bottles is a red circular logo with the text "30 GODINA" in white. Below the logo, the brand name "Sarajevski kiseljak" is written in a white serif font, with "Sarajevski" in a smaller, cursive font above it. Underneath the brand name, the slogan "UVIJEK S TOBOM" is written in a green, sans-serif font.

TVC: [https://www.youtube.com/watch?v=wX3xnaHb\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=wX3xnaHb_M)



# POTROŠAČ SARAJEVSKOG KISELJAKA

## Sklonosti i preferencije

### SADA\*

- Pridaju značaj osobinama proizvoda više od prosjeka populacije (index 121)
- Cjenovno su manje osjetljivi od korisnika konkurentskih brendova (Sarajevski kiseljak 103/ Vitinka 128)
  - Društveno su im važne tradicionalne vrijednosti
  - Vode miran životni stil, no jako im je važan karijerni razvoj
- Nastoje se zdravo hraniti, ali ujedno uživaju imaju gastronomske sklonosti
  - Interesuju ih politika i sport, a pažnju im privlače i nove tehnologije
- Slobodno vrijeme vole provoditi na smiren način u vlastitoj kući okupirani kućnim zanimacijama
  - Skloni su informisati se putem radio stanica, interneta i časopisa

**FROM**



### ŽELJENI

- MILLENNIALS
  - Urbane, open-minded osobe koji prate trenove i moderan lifestyle, no cijene tradicionalne vrijednosti.
  - Uživaju u životu i svim ritualnima, bilo sami bilo u društvu.
  - Koriste slobodno vrijeme u izlascima i obrocima u restoranima.
    - Vjeruju u autentične brendove.

**TO**



# CILJEVI

Sarajevski kiseljak se želi identificirati sa budućim generacijama korisnika, pridobiti nove mlađe korisnike i ojačati svoju poziciju relevantnog i prepoznatljivog brenda.

1

**PODMLAĐIVANJE I JAČANJE  
IMIDŽA BREND**

2

**PRIBLIŽAVANJE MLAĐOJ  
CILJNOJ SKUPINI**

3

**„OŽIVLJAVANJE” STAKLA I  
NJEVOG EKOLOŠKOG  
ASPEKTA**



# DESIGN

## TEMA: Etiketa po mjeri moje generacije

Sarajevski kiseljak je prisutan među nizom generacija već godinama. To je brend koji se nešto slično kao „predanje” ili dobar recept prenosi sa koljena na koljeno. No on se istovremeno i mijenja, te se prilagođava sadašnjem trenutku. Unosi tračak svake nove generacije, kako bi uvijek bio u trendu ali i bezvremenski.

U cilju da proslavimo i pokažemo mladalački duh brenda, želimo kreirati etiketu koja je inspirirana generacijom koja dolazi, koja kreativnosti i maštovitosti daje novu dimenziju. Ove etikete biće lansirane u vidu limitirane edicije (formati stakla 1 L i 0,25) Sarajevskog kiseljaka.

Pokaži nam kako to izgleda trendy i cool etiketa gazirane prirodne mineralne vode koja mami poglede tvojih vršnjaka i koju žele imati uvijek sa sobom!

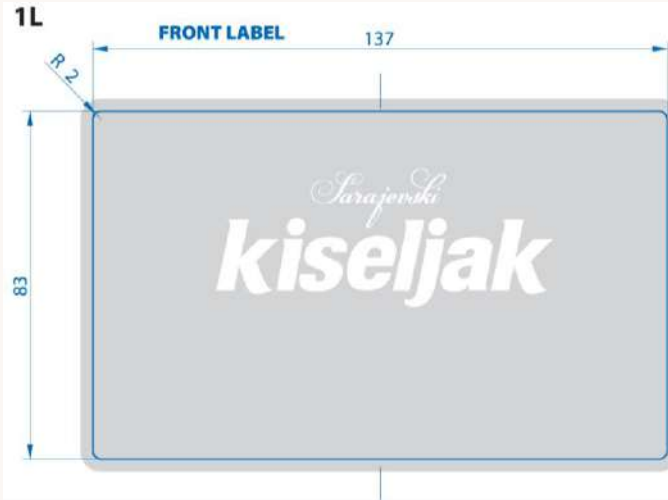
### NAPOMENE:

- NIJE DOZVOLJENO MIJENJATI FONT I POZICIJU LOGA NA PREDNJOJ ETIKETI
- OBLIK BOCE OSTAJE ISTI
- ČEP BOCE OSTAJE ISTI
- RADI SE DIZAJN SAMO ZA PREDNJU ETIKETU
- ETIKETA JE PAPIRNA

### DOZVOLJENO:

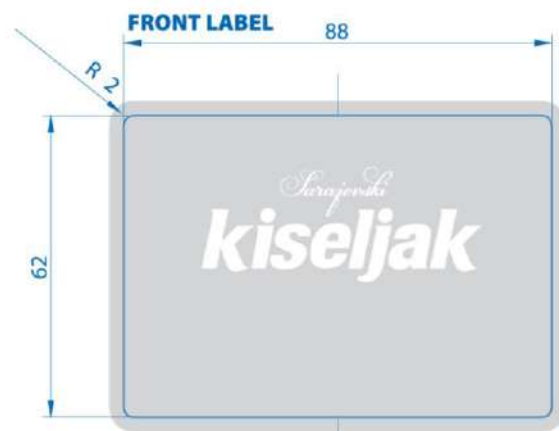
- MIJENJATI BOJU FONTA I POZADINU ETIKETE
- KREIRANJE POZADINSKOG DIZAJNIRANOG PATTERNA
- DOZVOLJENO MIJENJANJE OUTLINE-A NA LOGOTIPU







0,25 L



# ZADACI I ROKOVI

1. KREIRATI PRIJEDLOG DIZAJNA ETIKETE ZA FORMAT STAKLO 1,0 L I PRILAGODBU ISTOG DIZAJNA NA 0,25L STAKLO

2. NAPRAVITI SIMULACIJU ETIKETA NA BOCAMA:

1 L STAKLO

0,25L STAKLO

DOSTAVA BRIEFA STUDENTIMA	31/1/22
DEBRIEF (PO POTREBI)	PO DOGOVORU
DOSTAVLJANJE KREATIVNIH RJEŠENJA PROFESORU ILI DIREKTNO KLIJENTU (IME, PREZIME, GODINA STUDIJA)	8/3/22
ODABIR POBJEDNIKA	8/3 – 15/3
DOSTAVLJENI MATERIJALI TREBAJU SAČINJAVATI	1. DIZAJN ETIKETE 2. SIMULACIJU ETIKETE NA BOCE (1L I 0,25L)
KONTAKT ZA DODATNE INFORMACIJE:	<a href="mailto:STUDENTSKI.KONKURS@SARAJEVSKI-KISELJAK.COM">STUDENTSKI.KONKURS@SARAJEVSKI-KISELJAK.COM</a>