

dizajn

**ZAGREB
TAK IMAM TE
RAD!**

zagrebački suveniri
2008. - 2015., ...

ilustracije i dizajn:
TIHOMIR BREGAR



ZAGREB tak imam te rad!



dizajn



MAKAMO

VISOKA MODA

zaštitni znak i osnovni grafički standardi cjelovitog lika (kućnog stila/ vizualnog identiteta), tiskanice i vrećice, te razni promotivni materijali 2014.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

komunikacijska strategija:
MEDIA 7 STUDIO

klijent:
MAKAMO
modna trgovina
Zagreb



MAKAMO



BASLER

GERRY WEBER



EDITION

TAIFUN

SAMOON
by GERRY WEBER



LOS ANGELES

RABE



MAKAMO

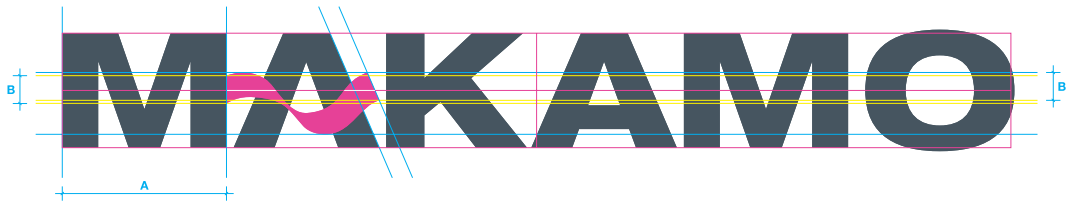
osnovni grafički priručnik za pravilnu uporabu znaka i dopunskih likovnih elemenata

• autor zaštitnog znaka MAKAMO je grafički dizajner i ilustrator Tihomir Bregar
www.design-studio-bregar.hr

• IV. / VI. 2014.

- zaštitni znak sastoji se od dva osnovna nerazdvojiva dijela; logotipa ili tekstualnog dijela i likovnog dijela prepoznavanja
- likovni dio prepoznavanja smije se upotrebljavati i neovisno od logotipa, ali logotip se isključivo upotrebljava sa likovnim dijelom
- likovni dio prepoznavanja takozvani „šal“ ili tkanina koja vijori, podsjeća na djelatnost tvrtke, a ujedno je dopunski likovni element
- preporučeno je da se zaštitni znak i „šal“ koriste u predloženim veličinama, a posebno u tiskanom obliku, te napose ako je više znakova različite veličine zajedno
- zaštitni znak i „šal“ umanjuju se tako da su svaki idući znak ili „šal“ 75% veličine prethodnog znaka ili „šala“, odnosno manji su za 25%, počevši od znaka ili „šala“ 1:1
- dopunski likovni element „šal“ smije se upotrebljavati uz znak isključivo u zadanim veličinama, tako da su znak i „šal“ u istovjetnoj veličini, ili da je šal uvećan prema preporučenoj skali
- u monokromatskoj ili jednobojnoj aplikaciji znaka „šal“, bilo u znaku ili zasebno, uvijek je u rasteru 50% osnovne boje logotipa, odnosno pozadine ako se radi o negativu
- dopunski likovni element „šal“ može se upotrebljavati u osnovnoj inačici kakav se nalazi u znaku ili u dvije produžene izvedenice, a ravni kraj uvijek izlazi izvan formata „u margo“
- zaštitno pismo ili karakteristična tipografija je HELVETICA, koja se upotrebljava za sve promo materijale
- zadane zaštitne boje jesu;
- TAMNO SIVA = PANTONE 432 C = CMYK: C:71 M:56 J:47 K:44 = RGB: R:60 G:71 B:79
- KARMIN = PANTONE Rhodamine Red C = CMYK: C:11 M:92 J:0 K:0 = RGB: R:214 G:54 B:148

A. konstrukcija znaka 1:1



slobodan prostor oko znaka - primjeri

SLOGANI

što su i što će nam

Endline, tagline, claim, ili nama poznata riječ slogan, različite su engleske riječi koje opisuju kratku poruku oglašivača. Tu poruku oglašivač duže vrijeme servira uz svako svoje pojavljivanje u medijima nadajući se da će ga potrošači prihvatiti, jer dobar slogan ne samo da zgodno zapakira svaki oglas i nadopunjuje ga, nego ima i svoj zasebni život. Slogan sam za sebe razumljivim jezikom komunicira ono

MAKAMO



bitno u pojedinom brandu. Odličan slogan ulazi u govor i misli potrošača i ostaje tamo služeći mu kao "prečica" između vrijednosti branda i potrošačevih emocija.

U modernom oglašavanju mnogi ne vide mjesta za slogan i on je nerijetko samo beživotni privjesak imenu branda. Ipak, u suvremenom informacijskom društvu kojemu je obilježje "overcommunication" (pretjerana komunikacija) i kao rjezin rezultat "constant partial attention" (neprestana djelomična pažnja), baš je slogan značajan alat agencija i oglašivača. On može ono što niti jedan drugi element oglašavanja ne može. Slogan je -prepoznatljivo mjesto

potrošačima koji su umorni od bombardiranja novim porukama, "trigger" (okidač) koji buđi stare asocijacije, emocije i sklonosti.

U agencijskom svijetu slogani znače sate i sate kopirajterskog razmišljanja, sate sastančenja, prezentacija klijentima, rasprava i nerijetko odustajanja od zamisli da se lansira novi slogan. Nije ni čudno, jer zaista je težak posao u nekoliko riječi prenijeti bit branda na pamtiljiv, originalan i relevantan način.

Ovo je priča o sloganima od kojih se nije odustalo i koji su svojim oglašivačima donjeli milijune dolara.

Kad kandidate za kopirajtere na testiranju upitate da nabroje nekoliko slogana svi se bez iznimke sjetu Nikeovog Just do it. To je zaista sjajan primjer "modernog klasika" koji je za Nike 1988. osmislila agencija weiden-kennedy. Taj jednostavan poziv na akciju najbolje i najbrže opisuje Nike filozofiju. Nedavno se u istoj kategoriji pojavio jedan sličan, čak i bolji slogan impossible is nothing za Adidas. Izdana misao Sve je moguće tom je domisljatom inovacijom dobila novi smisao. Pored toga postala je pamtiljivija jer nas psiholozi uče da podaci koje zahtjevaju malo kopiranja i "dublje" procesiranje bivaju trajnije i bolje pohranjeni. Da bi se postiglo bolje pamćenje ne čudi što se u sloganima od najranijih dana oglašavanja često koristi rima, figure vezne na ritam kao aliteracije, asonance, igre riječi i dosjetke.

Heat it. Eat it. za Camelbajl juhe samo je jedan od dobrih starih primjera. Da dobar slogan ne mora biti kratak pokazuju primjeri poput The milk chocolate melts in your mouth, not in your hand za M&M's. Neke stvari u životu su

MAKAMO

nesporicljivo. Za sve ostalo tu je MasterCard ili Probably the best beer in the world, "bublasti" onomatopsejski piskli slogan koji je nosio dogodgodšnju uspiješnu Carlsberg kampanju. Sjajno je kad uspijete ime branda ubaciti u slogan i tada nestaje Don't just book it, Thomas Cook it za Thomas Cook turističke vodiče, First relationships last za

First National Bank of Chicago ili odlični Cats would buy Whiskas.

Popis najboljih slogana svih vremena ne bi bio potpun bez Appleovog Think different, upravo sjajnog za sve inovativne proizvode i kreativce koji ih rado koriste, kao niti bez What happens here, stays here - za Las Vegas, koji je definitivno jedan od najboljih slogana svih vremena za turističku destinaciju.

Prije nego se pozabavimo domaćim sloganima evo još nekoliko svijetlih stranih primjera: Connecting people - Nokia, A little taste of heaven - Philadelphia, It's



MAKAMO

good to talk - BT, Life's harsh, your tequila shouldn't be - Tequila Sauza, Have break, have a Kit-Kat, Once you pop, you can not stop - Pringles, Beanz Meanz Heinz - Heinz, Heineken refreshes the parts other beers cannot reach, Don't dream it, Drive it, The cat is back - Jaguar, Let your fingers do the

walking - Yellow Pages US, It's not TV, It's HBO, Understanding comes with Time za časopis Time i jedan od legendarnih slogana auto industrije Think small za Volkswagen bubu.

Oglašavanje na području bivše Jugoslavije, iako puno srametljivije, imalo je svojih trenutaka sa sloganima. Između vladavine ideala sa Smit fašizmu, sloboda narodu, Proletari svih zemalja ujedinite se i Zna se, i danišnjih hitova usmjerenih na novac poput Jednostavno jeftino za TELE 2 ili Čigla istina, pola cijene za 24 sata, smjestio se određen broj hvale vrijednih slogana. Svi se sjećamo hitova poput Što je više piješ, osjećaš se bolje za Jamnicu, Odično ja, od Gavrilovića je, Danas pere Čarli, Od srca srca za Podravku kao i Kraševog trojca Stani malo, grickaj čipi čips, Bronhi, lakše se diše i Bilo kuda Kiki svuda. Svi ih se sjećamo, i što je još važnije, svi imamo pozitivan stav prema tim brandovima.

U novije vrijeme Jamnica je postala pomalo pretenciozna "voda tvog života". Hrvatska turistička zajednica je lansirala grotesknu pjesmicu i time smanjila šanse slogana. Više cvljeća, manje smeća, odličan slogan Mala zemlja za veliki odmor zamjenjen je upitno efikasim Mediteran kakav je nekad bio. Prveki turisti obilježavaju ne odveć originalni Karlovačko među vojvode, Svara prijatelje od 1993. za Obzjelko i nešto bolji Marje gorčine za više vedrine i Osvježi dan za Pan. Banka nam poručuju Erste, jer ste vi na prvom mjestu, Banka za djeli život - PBZ ili Splitka banka - Kad hoćeš bolje. Poseban primjer zbrke je VIP koji je svojedobno imao 4 slogane: Snaga komunikacije za krovni brand i Uvijek korak ispred, The original prepaid i Tako jednostavno za pod-brandove.

višebojni znak u nedopuštenim pojavnim oblicim

MAKAMO
MAKAMO
MAKAMO
MAKAMO
MAKAMO
MAKAMO

MAKAMO
MAKAMO
MAKAMO
MAKAMO
MAKAMO
MAKAMO

MAKAMO

Ivica Imre
direktor

d.o.o. za trgovinu, HR-10000 Zagreb, Ožujjska 10,
tel.: +385-1-38 72 320, fax.: +385-1-38 73 785
prodavaonica MAKAMO, Centar Kaptol Zagreb,
Nova Ves 17, lokal: 131, tel.: +385-1-38 73 785
www.sliv-oprema.hr, E-mail: sliv-oprema@sliv-oprema.hr

dizajn



FOTOKNJIGA



knjiga lijepih uspomena

• vjerne boje • postojan otisak • lako za uporabu

Neki trenuci u životu su tako svečani i lijepi da ih želimo zabilježiti i čuvati cijeloga života. FOTO KNJIGA je sigurno najbolji način za organizaciju i pohranu fotografija vašeg vjenčanja. Na našoj web stranici skinite besplatni software za brzo i jednostavno uređenje svoje FOTO KNJIGE. 10 dana po narudžbi na vašu će kućnu adresu stići najljepša knjiga koju ste ikada vidjeli - vaša FOTO KNJIGA, napravljena od najkvalitetnijih materijala koji jamče vjerne boje i postojanost otiska. Poklonite si najljepšu uspomenu na svoje vjenčanje - poklonite si FOTO KNJIGU!

naručite na webu ➡ dostava u kuću

www.fotoknjiga.hr



knjiga lijepih uspomena

• lako za uporabu
• postojan otisak
• vjerne boje

naručite na webu, dostava u kuću

www.fotoknjiga.hr



3 KORAKA do uspomene za cijeli život



www.fotoknjiga.hr



knjiga lijepih uspomena

www.fotoknjiga.hr



FOTO

zaštitni znak i osnovni grafički standardi cjelovitog lika (kućnog stila), Božićna sajamska promo akcija, oglasi, deplijan i dr. 2009.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

tekstovi:
MARO PITAROVIĆ - HOT DOG

komunikacijska strategija:
HOT DOG u suradnji s DESIGN STUDIJOM BREGAR

klijent:
FOTO KNJIGA foto i digitalni studio Poreč

OTKRIVENO

OTKRIVENO



Pripremate se za jedan od najsvečanijih trenutaka u svom životu. Pažljivo birate odjeću, restoran, band, pozivate rodbinu i prijatelje. Želite da sve bude savršeno. Upravo takva mora biti i uspomena na vaše vjenčanje. Za vas smo otkrili nešto puno bolje od foto albuma - FOTO KNJIGU! Jednostavan software vam omogućuje da je u potpunosti prilagodite svojim potrebama i da u njoj posložite fotografije točno onako kako vi želite i potom jednim klikom naručite FOTO KNJIGU. Ona u roku od 10 dana stiže na vašu kućnu adresu. Najsuvremenija tehnologija tiska jamči vjerne i postojane boje, a kvalitetan uvez jamči da ćete ovu knjigu u

godinama koje su pred vama uvijek iznova rado gledati i pokazivati je djeci i prijateljima. Uz sitne preinake lako ćete iraditi i posebnu fotoknjigu za kumove, roditelje ili bilo kojeg dragog gosta. Zato, ako želite najljepšu knjigu lijepih uspomena, okrenite novu stranicu, posjetite www.fotoknjiga.hr i naručite svoju FOTO KNJIGU!



dizajn



FOTO KNJIGA

osnovni grafički priručnik
za pravilnu uporabu znaka



FOTO KNJIGA

- Autor zaštitnog znaka FOTO KNJIGA je Tihomir Bregar-DESIGN STUDIO BREGAR
www.design-studio-bregar.hr

VI. 2009.

- Zaštitni znak sastoji se od dva osnovna dijela; likovnog znaka prepoznavanja i logotipa.
- Zaštitni znak kao cjelina, smije se aplicirati isključivo u zadanim međusobnim odnosima i proporcijama, bojama i dr.
- Likovni dio prepoznavanja znaka smije se aplicirati (koristiti) i neovisno o logotipu (tekstualnom dijelu znaka).
- Žuta ploha u podlozi znaka po svojoj površini umanjena je za 16% površine likovnog dijela znaka i smještena je u središtu likovnog dijela znaka, a aplicira se isključivo u dvobojnoj inačici zaštitnog znaka
- Likovni dio znaka simbolizira fotoaparata i otvorenu knjigu, i uvijek je u boji logotipa,
- a u odnosu na primarnu konstrukciju, nakošen je za 10°
- Logotip, tekstualni dio zaštitnog znaka izveden je iz fonta Gill Sans

- Zadane karakteristične ili osnovne boje jesu;
TAMNO PLAVO-LJUBIČASTA boja = Pantone 2755 = CMYK: C:100.0 M:94.0 Y:0.0 K:11.5 = RGB: R:29 G:13 B:105
ŽUTA boja = Pantone 116 = CMYK: C:0.0 M:15.0 Y:94.0 K:00.0 = RGB: R:255 G:203 B:0



FOTO KNJIGA

3 KORAKA
do uspomene za cijeli život



Neki trenuci u životu su tako svečani i lijepi da ih želimo zabilježiti i čuvati cijeloga života. Ne dozvolite da vaše fotografije s putovanja, vjenčanja ili fotografije vašeg djeteta budu razbacane po ladicama ili datotekama vašeg računala! Na jednostavan ih način organizirajte i čuvajte u FOTO KNJIZI. To je najkvalitetniji i najsuvremeniji način pohrane fotografija i jamo vam užitak prisjećanja na lijepe trenutke.



fran'sreef



PILEĆE CIGARE 6 kuna



gornji grad (upper town), 10000 zagreb



www.design-studio-bregar.hr

klijent:
FRAN'S REEF
Zagreb

© 2012 Pearson Education, Inc.



Držimo strane i domaće dnevne novine te velik izbor tjednika i mjesečnika.

dizajn

KLUPE NISU
GLUPE

dvanaestlisni
autorski kalendar
2012.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

koncept i
fotografije:
SAŠA ČETKOVIĆ



autorski kalendar saše četkovića / saša četković's authorial calendar

klupenisuglupe!

fotografije/photos by: **saša četković**, +385-91-34 59 962, scekovic@yahoo.com
grafičko oblikovanje / design: **tihomir bregar - design studio bregar**, www.design-studio-bregar.hr

naklada i tisak / published by & printed by:



naša djeca
TISKARA d.d.
www.nasa-djeca-tiskara.hr

2013.

rujan/september

fotografije/photos by: **saša četković**, grafičko oblikovanje/design: **tihomir bregar**

klupenisuglupe!



36	po	ut	sr	če	pe	su	37	po	ut	sr	če	pe	su	38	po	ut	sr	če	pe	su	39	po	ut	sr	če	pe	su	40	po
ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

8. 2013.

kolovoz/august

fotografije/photos by: **saša četković**, grafičko oblikovanje/design: **tihomir bregar**

klupenisuglupe!



32	po	ut	sr	če	pe	su	33	po	ut	sr	če	pe	su	34	po	ut	sr	če	pe	su	35	po	ut	sr	če	pe	su	36	po	
ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

4. 2013.

travanj/april

fotografije/photos by: **saša četković**, grafičko oblikovanje/design: **tihomir bregar**

klupenisuglupe!



15	po	ut	sr	če	pe	su	16	po	ut	sr	če	pe	su	17	po	ut	sr	če	pe	su	18	po	ut	sr	če	pe	su	19	po
ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

1. 2013.

siječanj/january

fotografije/photos by: **saša četković**, grafičko oblikovanje/design: **tihomir bregar**

klupenisuglupe!



3	po	ut	sr	če	pe	su	4	po	ut	sr	če	pe	su	5	po	ut	sr	če	pe	su	6	po	ut	sr	če	pe	su	7	po	
ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

fotografije/photos by: **saša četković**, grafičko oblikovanje/design: **tihomir bregar**

klupenisuglupe!



23	po	ut	sr	če	pe	su	24	po	ut	sr	če	pe	su	25	po	ut	sr	če	pe	su	26	po	ut	sr	če	pe	su	27	po	
ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	wed	thu	fri	sat	sun	ne	tus	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

dizajn



ZAŠTITNI ZNAKOVI

1989. - 2000.

autorski znakovi
TIHOMIRA BREGARA i
znakovi rađeni u
suautorstvu s
MARKOM JARIĆEM

TREBA IMATI ŽICU

majice
2005.

koncept i dizajn:
TIHOMIR BREGAR

slogan:
DESIGN STUDIO
BREGAR

klijent:
DALEKOVOD d.d.
inženjering,
proizvodnja i izgradnja
u električnoj industriji,
Zagreb



HRVATSKA FAUNA

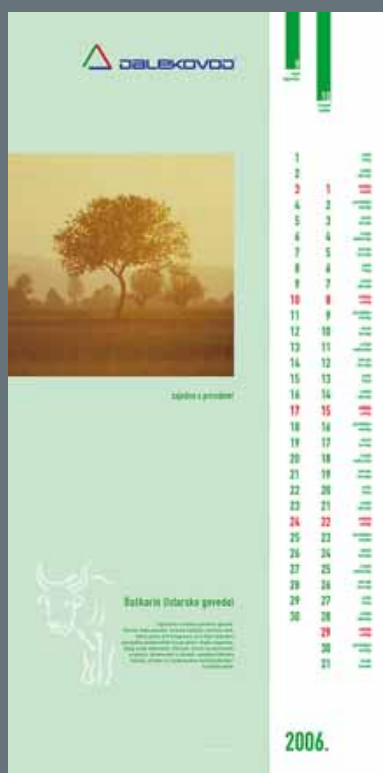
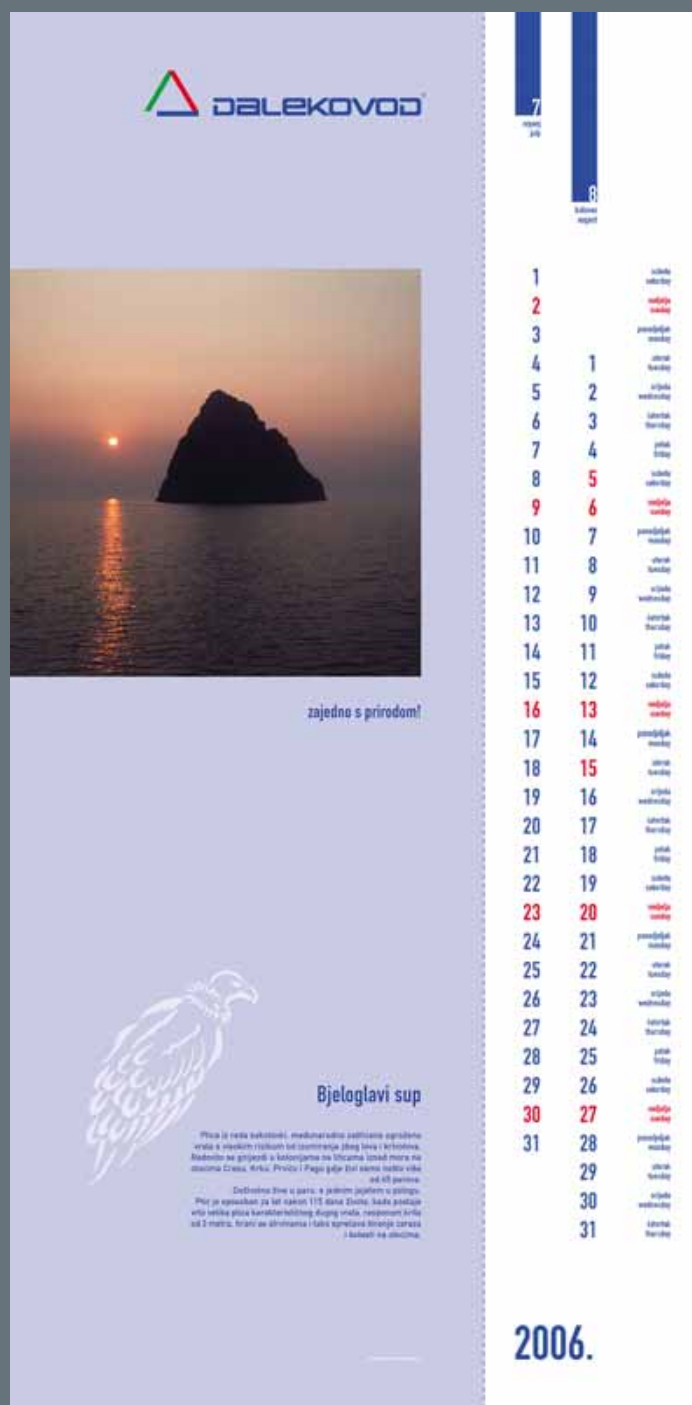
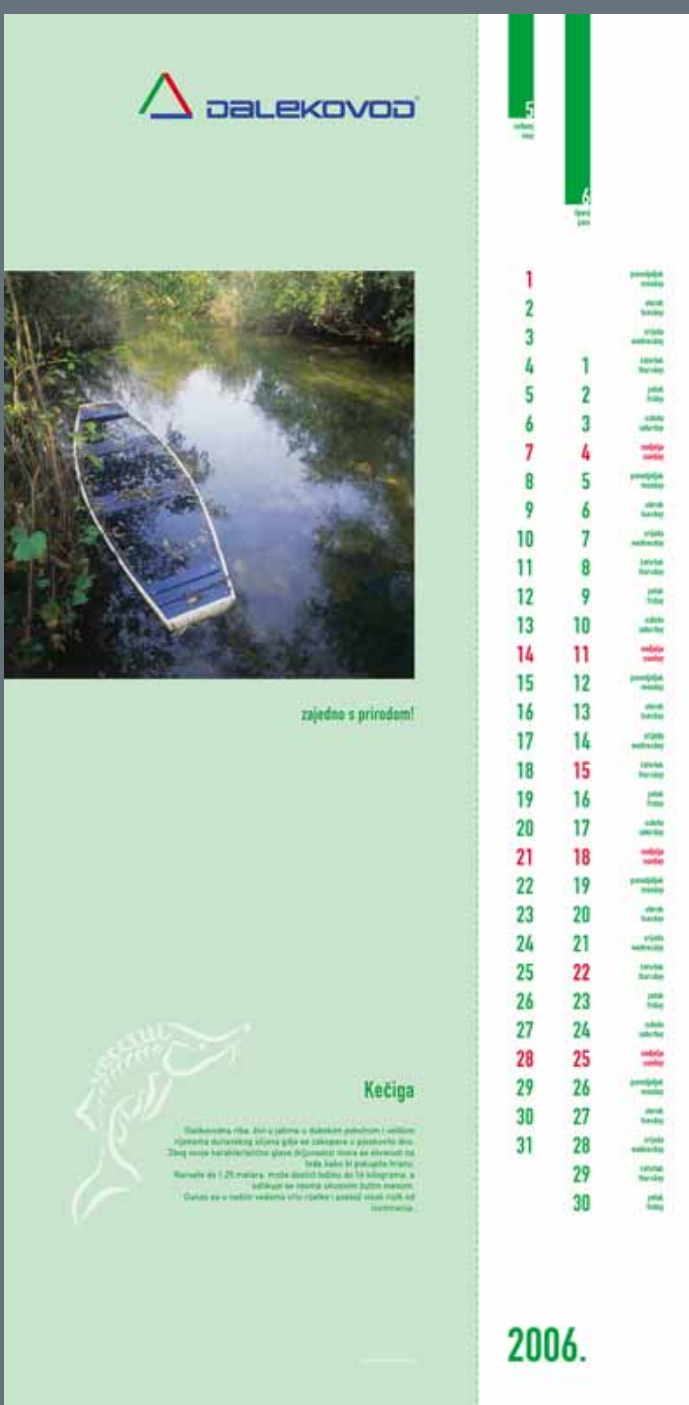
kalendar
2005.

koncept, dizajn i
ilustracije:
TIHOMIR BREGAR

fotografije.
BORIS ŠIMUNDIĆ I
MARKO ČOLIĆ

odabir životinja i
tekstovi:
MARTINA KUZMANIĆ
dr.vet.med.
za DESIGN STUDIO
BREGAR

klijent:
DALEKOVOD d.d.
inženjering,
proizvodnja i izgradnja
u električnoj industriji,
Zagreb





ZELENE

plašt i podložni
karton ekološke
baterije
1993.
usvojeno
nerealizirano rješenje
pozivnog natječaja

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
CROATIA-TVORNICA
BATERIJA I SVIJETILJKI,
Zagreb



EUROLIGHT

ambalaža za svjetiljke
1990.
usvojeno
nerealizirano rješenje

grafički dizajn:
TIHOMIR BREGAR
i MARKO JARIĆ

konstruktivno
rješenje;

autor:
MARKO JARIĆ
suautor:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
CROATIA-TVORNICA
BATERIJA I SVIJETILJKI,
Zagreb



CIROZA

folder
2000.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
KNOL BSF PHARMA
farmaceutska tvrtka,
ispostava Zagreb

ARITMIJA

folderi
1997. - 2000.

ideja, dizajn i
zračni kist-akrilik
ilustracija:
TIHOMIR BREGAR

fotografije:
FOTO SPRING, Maribor
i PHOTO DISC, USA

klijent:
KNOL BSF PHARMA
farmaceutska tvrtka,
ispostava Zagreb



dizajn



KUŽINA

prospekt
2001.

koncept i dizajn:
TIHOMIR BREGAR

fotografije:
SAŠA ČETKOVIĆ
za DESIGN STUDIO
BREGAR

crtež lika:
GORAN BAŠIĆ
za DESIGN STUDIO
BREGAR

klijent:
ARM
obrt za proizvodnju
namještaja, Zadar



TEKSTURE

stolni dvanaestlisni
kalendar
2008.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

fotografije:
PETAR STRMEČKI,
TIHOMIR BREGAR i
PHOTODISC arhiv

klijent:
DELTA PLUS
CROATIA
zaštitna odjeća,
Zagreb



VJETROVKE

reklamni prospekt
2008.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
DELTA PLUS
CROATIA
zaštitna odjeća,
Zagreb



dizajn



RADNO
preoblikovanje
(redizajn) zaštitnog
znaka i osnovni
grafički stand-
ardi cjelovitog lika
(kućnog stila/
vizualnog identiteta)
2012.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
HORVAT d.o.o.
proizvodnja zaštitne
odkeće,
Zagreb



potez / stroke
(dio iz znaka / part from the logo)
tonski prijelaz (verlauf) / linear gradient:
bijela / white - 100% → 0% ↘ 48°



SA STILOM
reklamni pano
2012.
dizajn:
TIHOMIR BREGAR
slogan:
DESIGN STUDIO
BREGAR
klijent:
HORVAT d.o.o.
proizvodnja image
zaštitne odkeće,
Zagreb

dizajn



HORVAT

slogan, znak
i cjeloviti lik
1999. - 2006.

koncept i dizajn:
TIHOMIR BREGAR

slogan:

VELJKO ŽVAN
za
DESIGN STUDIO
BREGAR

klijent:
HORVAT d.o.o.
proizvodnja image
zaštitne odjeće,
Zagreb



PROFESIONAL

deplijan
2006.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

fotografije:
SAŠA ČETKOVIĆ

klijent:
HORVAT d.o.o.
proizvodnja image
zaštitne odjeće,
Zagreb



dizajn



ALFA

znak, naslov
i prospekt
2005. - 2006.

koncept, dizajn i
styling:
TIHOMIR BREGAR

naslov:
DNA ZAGREB
za
DESIGN STUDIO
BREGAR

fotografije:
SAŠA ČETKOVIĆ

klijent:
robna marka tvrtke
HORVAT d.o.o.
proizvodnja image
zaštitne odjeće,
Zagreb



ALFA PLUS

znak, naslov
i prospekt
2000. - 2006.

koncept, dizajn i
styling:
TIHOMIR BREGAR
20006.

trodimenzionalne
ilustracije-instalacije:
TIHOMIR BREGAR
2000.

naslov:
DNA ZAGREB
za
DESIGN STUDIO
BREGAR

fotografije:
SAŠA ČETKOVIĆ

klijent:
robna marka tvrtke
HORVAT d.o.o.
proizvodnja image
zaštitne odjeće,
Zagreb



dizajn

CLASSIO

CLASSIC

znak i deplijan
2005. - 2006.

koncept, dizajn i
styling:
TIHOMIR BREGAR

naslov:
DNA ZAGREB
za
DESIGN STUDIO
BREGAR

fotografije:
SAŠA ČETKOVIĆ

klijent:
robna marka tvrtke
HORVAT d.o.o.
proizvodnja image
zaštitne odjeće,
Zagreb



TRANSFORMA
odjeven za uspjeh

TRANSFORMA

znak i katalog
2006.

koncept i dizajn
prema naputcima
korisnika:
TIHOMIR BREGAR

slogan:
DESIGN STUDIO
BREGAR

fotografije i styling:
SAŠA ČETKOVIĆ

klijent:
ekskluzivna robna
marka tvrtke
HORVAT d.o.o.
proizvodnja image
zaštitne odjeće,
Zagreb



FORMULA 1

velesajamski štand
za manifestaciju
ZAGREB AUTO-SHOW
2000.

idejno i konstruktivno
rješenje,
trodimenzionalne
ilustracije-instalacije i
styling:
TIHOMIR BREGAR

izvedba:
DESIGN STUDIO
BREGAR

fotografije:
SAŠA ČETKOVIĆ

klijent:
HORVAT d.o.o.
proizvodnja image
zaštitne odjeće,
Zagreb



dizajn

SLIVOPREMA

OPREMANJE

zaštitni znak,
poslovna mapa
(folder), čestitke-
stolni kalendari,
vrećice, aplikacija
elemenata
cjelovitog lika na
službeno vozilo
2006. - 2009.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
SLIV OPREMA
ZAGREB
opremanje objekata
Zagreb



dizajn

OPREMANJE

dvanaestlisni
kalendar, nas-
lovnica planera,
zaglavlje trodjelnog
kalendara
2008. - 2011.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
SLIV OPREMA
ZAGREB
opremanje objekata
Zagreb

ŠUME

reklamne majice
2000. - 2001.

dizajn i zračni kist
ilustracija:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
SLIV OPREMA
ZAGREB
opremanje objekata
Zagreb





JEANS

novinski oglas
1996.

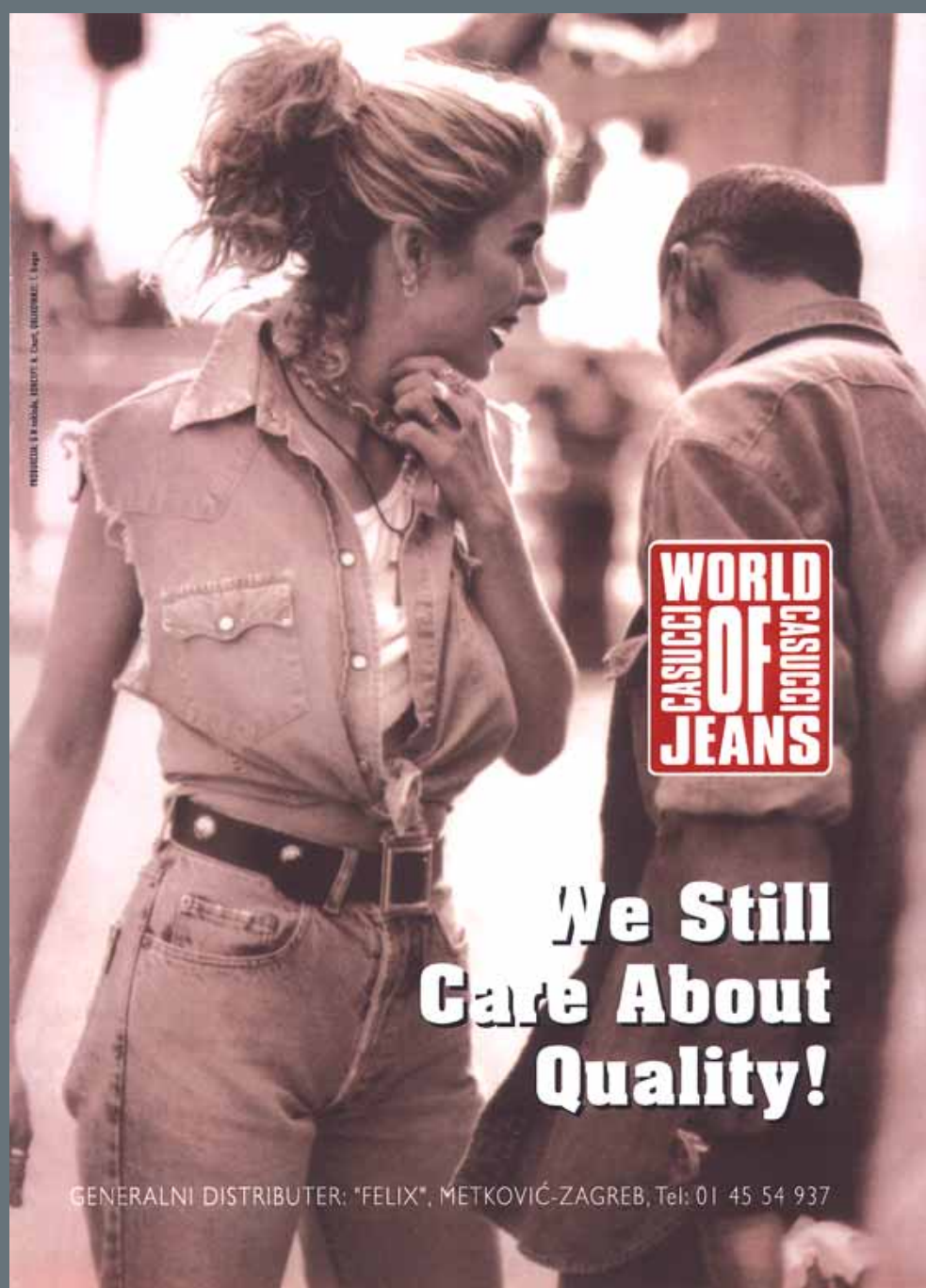
koncept:
NINI CINOTTI

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

fotografija:
via CASUCCI JEANS

produkcija:
GN NAKLADA, Zagreb

klijent:
FELIKS, Metković,
zastupnik CASUCCI
JEANS-a



U FOKUSU

telop/oglas
2002.

koncept i dizajn:
TIHOMIR BREGAR

fotografija:
SAŠA ČETKOVIĆ

slogan:
FOKUS

klijent:
FOKUS
politički tjednik,
Zagreb



dizajn



HUSNJAK

znak i tiskanje
2001.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
HUSNJAK
građevinski obrt,
Zagreb



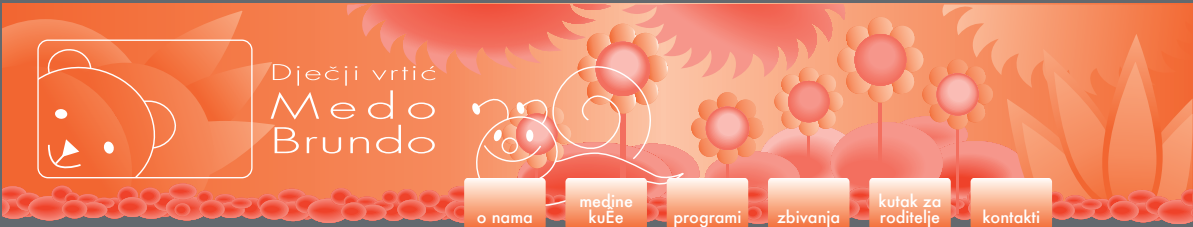
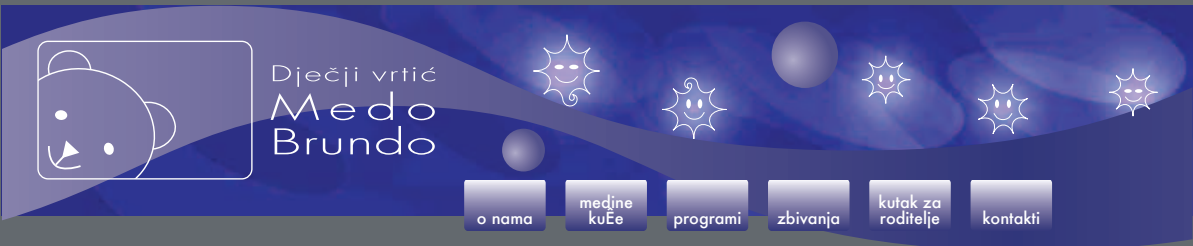
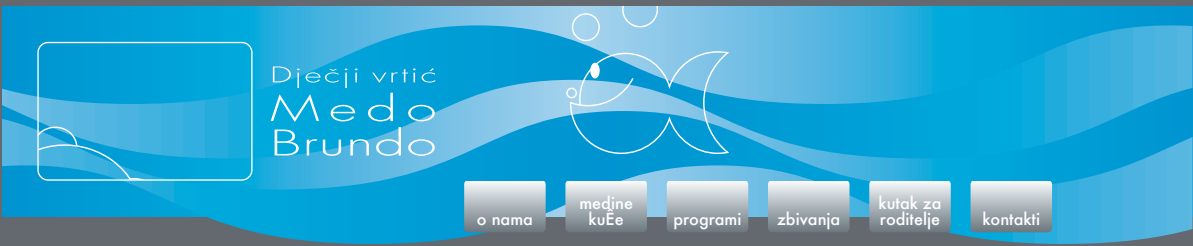
AEGIS

manji cjeloviti lik
2001. - 2004.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
AEGIS
jezični centar,
Zagreb





MEDO

piktogrami dječjih skupina vrtića, dizajn i idejna animacija zaglavlja web stranica 2009. - 2012.

dizajn i ilustracije: TIHOMIR BREGAR

klijent: DJEČJI VRTIĆ MEDO BRUNDO Zagreb



dizajn

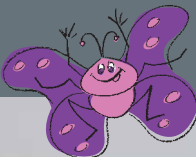


VITEZIĆ

cjeloviti lik
1998.

dizajn i ilustracije:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
DJEČJI VRTIĆ
GRIGORA VITEZA,
Zagreb
tiskarnice



sjećanje, pozivnica,
čestitka

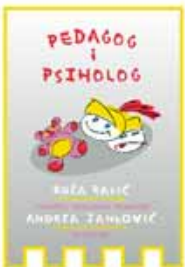
dizajn

zastava

monografija



piktogrami dječjih grupa i sustav označavanja vrtića



KOLAČIĆI

ogledni karton
1999.

dizajn i ilustracije:
TIHOMIR BREGAR

agencija:
BBDO ZAGREB

klijent:
Dr. OETKER
prehrambena
industrija

DEVA

etikete za pivo
2003.

dizajn:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
MTR DISKONT
diskont pića, Zagreb



dizajn



umjetnost svijet čini boljim
2000
art makes the world better

2KILO

planer
1999.

koncept/art direktor:
KREŠIMIR PURGAR

tekstovi:
MIRELA PURGAR i
KREŠIMIR PURGAR

dizajn i crteži:
TIHOMIR BREGAR

klijent:
FILIP TRADE
trgovačka kuća,
Zagreb



SAŠA

deplijan (pozivnica i
katalog izložbe) i
ovitak CD-a
2005.

prema konceptu i
izboru
fotografija autora
SAŠA ČETKOVIĆ
i postavi izložbe
SANDRE ČUJO,
dizajn:
TIHOMIR BREGAR

za:
SAŠU ČETKOVIĆA
autorskog fotografa,
Zagreb



ISUS
 filmski jumbo plakat
 (bill-board) i brošure
 2000. - 2003.
 dizajn:
 TIHOMIR BREGAR
 klijent:
 UDRUGA NADA I ŽIVOT,
 Zagreb



FILM

prema Evanđelju
po Luki

Isus

ulaz slobodan!

U glavnoj ulozi BRIAN DEACON kao ISUS - Producent JOHN HEYMAN - Koproducent RICHARD DALTON - Scenarist BARNET FISHBEIN - Redatelj PETER SYKES i JOHN KIRSH
 GENESIS PROJECT - Copyright INSPIRATIONAL FILMS INC. MCMLXXIX - Sinkronizacija na hrvatski jezik: RELJA BAŠIĆ, VILI MATULA, VANJA DRACH, MUSTAFA NADAREVIĆ i dr.
 Distributer za Hrvatsku: „NADA I ŽIVOT“ - izdavač: „NADA I ŽIVOT“, Opatička 17, Zagreb

IZDANJE ILLUSTRIRANO I TISKANO PO PROMETU: ISUSUS STIGNE NIKOLAN, SAGAR, POKOLJE I FILM: CROATIA, SARAJEVO