



Nagrada kampanji HTZ-a "Out of Office Award"



ZAGREB - Kampanja Hrvatske turističke zajednice "Out of Office Award", na kojoj su radile agencije Grayling i BBDO iz Zagreba, osvojila je prestižnu SABRE nagradu u kategoriji "Pan-European Programme". Tako je odlučio stručni žiri koji čini više od 40 svjetskih stručnjaka. Svečana dodjela nagrada je održana u Londonu, a na finalnoj večeri natjecali su se najbolji projekti odabrani među više od 2.400 prijavljenih radova. Kampanja "Out of Office Award" implementirana je na 12 tržišta, među kojima su Austrija, Belgija, Francuska, Njemačka, Italija, Norveška, Poljska, Švedska, Švicarska, Nizozemska, Ujedinjena Kraljevina i SAD. U sklopu kampa-

nje je organizirana i nagradna igra sa sedmodnevnom putovanjem u Hrvatsku kao glavnom nagradom, a pobjednik je bila najsmješnjia i najkreativnija "out of office" poruka.

Rezultat ove PR kampanje je 298 medijskih članaka procijenjene marketinške vrijednosti od 5,3 milijuna eura, a dobri rezultati su ostvareni i na društvenim mrežama. Na Facebooku je ostvaren doseg od 8,14 milijuna ljudi, a na Twitteru od 2,35 milijuna ljudi. Ista kampanja ove godine osvojila je i MIXX nagradu na festivalu Dani komunikacija i to u kategoriji Brand awareness kampanje, odnosno srebrnu nagradu IdejaX u kategoriji turizam, kultura i slobodno vrijeme. **D. P.**