



McCann Beograd najuspešnija agencija u Srbiji, Jugoslovensko dramsko pozorište – Oglašivač godine

Danas [Vijesti](#)



U Beogradu je održan Festival integrisanih komunikacija Kaktus na kojem je, u 13 kategorija, prijavljeno 113 radova, a konkurisalo je 27 agencija i preko 50 kompanija

Fotografija: Kreativni tim agencije McCann Beograd

Agencija *McCann Beograd* proglašena je najuspešnijom agencijom godine u Srbiji na prvom nacionalnom Festivalu integrisanih komunikacija *Kaktus 2015*. Prema ocjeni žirija, agencija *McCann Beograd* imala je najveći broj bodova koje su njene kampanje osvojile, u konkurenciji 113 prijavljenih radova.

Kampanja agencije *McCann Beograd* „Drama u taksiju“ proglašena je najboljom u kategoriji Viralni video, a dobila je i nagradu Grand Prix kao najbolja integrisana kampanja godine. Kampanja je urađena za *Jugoslovensko dramsko pozorište* (JDP), koje je dobilo nagradu Oglašivač godine.

“Posebno nam je draga ova nagrada jer smo njome na najbolji način zaokružili uspehe koji su se desili u prethodnih godinu dana.” kaže **Olivera Perković**, Managing Director agencije *McCann Beograd* i dodaje: “Sa druge strane ovo je premijera ovog festivala i raduje nas što, pored kvalitetnih tema koje



adresira, okuplja sve relevantne kreativne snage na našem tržištu i stavlja u fokus ideju i inovativnost – dva neophodna elementa kreativnog izražavanja”.

Agenciju *McCann Beograd* prošle je godine *Media Marketing* proglasio najboljom agencijom u regionu na reviji najboljih regionalnih kampanja *BalCannes*, u okviru *Weekend Media Festivala*, dok je kampanja *Drama u taksiju* osvojila više nagrada na lokalnim i međunarodnim festivalima.

U kategoriji TV u integrisanoj kampanji nagrada je pripala agenciji *Leo Burnett* i kompaniji *Vip Mobile* za kampanju *Viber/Vajber*, dok je priznanje Radio u integrisanoj kampanji otišlo u ruke agenciji *Ovation BBDO* i kompaniji *Marbo Product* za kampanju *Chipsy bečarac*.

McCann Beograd i *Muzej nauke i tehnike* nagrađeni su u kategoriji Print u integrisanoj kampanji za projekat *Samo za radoznale*, a *Communis DDB* i kompanija *Bambi* osvojili su nagradu za kampanju „Plazma Milky Sandwich: venčanje mleka i Plazme“ u kategoriji BTL u integrisanoj kampanji.

„Ova nagrada nam posebno znači jer je ideja došla spontano, a klijent je imao hrabrosti da je prihvati i da je zajedno razvijemo i realizujemo. Želeli smo da na nesvakidašnji način predstavimo nov proizvod na tržištu. Plazma je *lovemark* i mnogi od nas su odrastali upravo uz omiljenu kombinaciju Plazme i mleka, tako da je bilo prirodno, ali i potpuno neočekivano da upravo njih “venčamo”. Zaintrigirali smo javnost već na početku kampanje i sve su pretpostavke bile da se najava venčanja omiljenog srpskog para odnosi na svadbu najpoznatijeg tenisera, tako da je efekat bio potpun – dobili smo pažnju svih i na Trgu Republike predstavili Plazma Milky Sandwich nakon ceremonije venčanja Plazme i mleka”, rekli su povodom osvajanja nagrade u agenciji *Communis DDB*.



Kreativni tim agencije *Communis*

Kampanja *Naša stvar* agencije *Leo Burnett* i *Apatinske pivare* dobitnik je u kategoriji PR u integrisanoj kampanji. Priznanje u kategoriji Social media u integrisanoj kampanji otišlo je u ruke agenciji *Executive Group* i *The Coca-Cola Company* za projekat „Za muškarce, ne za dečake“.

Evidencijski broj / Article ID: 16136291
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section:



Članovi žirija dodeli su nagradu i agenciji *Direct Media* i *Telenor banci* za projekat *Telenor Banka – virtuelni vodič* u kategoriji *Mobile* u integrisanoj kampanji. Agenciji *Popular Bruketa & Žinić OM* pripalo je priznanje u kategoriji *Event* u integrisanoj kampanji za projekat *Nešto lepo kao čokolada*.

Kampanja *Nescafe 3u1 Start Here* agencije *Publicis Beograd* i kompanije *Nestle Adriatic* osvojili su nagradu u kategoriji *Outdoor* u integrisanoj kampanji.

Festival integrisanih komunikacija *Kaktus* organizovao je portal *Marketing mreža*.