



Dodijeljene nagrade za najbolje oglasne kampanje u Hrvatskoj

Objavljeno: 18.04.2016 | 08:02 Zadnja izmjena: 18.04.2016 | 08:02 0 komentara

Na Danima komunikacija koji su u Rovinj ove godine privukli rekordan broj od 1.600 posjetitelja iz zemlje i regije, dodijeljene su nagrade X i MIXX za najbolje oglasne kampanje u Hrvatskoj u protekloj godini. Na natjecanju IdejaX koje nagrađuje najkreativnije radove u svim vrstama medija prestižnu nagradu Agencija godine osvojila je agencija BBDO Zagreb, koja je ujedno nagrađena Grand Prix nagradom za kampanju "Naša su mjesta zakon" Zagrebačke pivovare. Na istom natjecanju, nagradu za Oglašivača godine osvojila je Zagrebačka pivovara, dok su nagradu MIXX "Best in Show" koja se dodjeljuje za najkreativnije i najučinkovitije radove u online oglašavanju osvojile agencije Señor i Studio Čavar, i to za kampanju "Reci to glasno", za klijenta Outdoor Akzent. Na rang listi najboljih agencija prema plasmanu na natjecanju IdejaX drugo mjesto je pripalo agenciji Señor, treće agenciji Bruketa&Žinić OM, dok je nagrada X dodijeljena i u kategorijama - Piće (alkoholno i bezalkoholno): kampanja "Naša su mjesta zakon", agencija BBDO Zagreb za Zagrebačku pivovaru, potom za Telekomunikacijske usluge, za kampanju "Fali ti super TV sadržaja u životu?", agencija Señor za klijenta Iskon, za Mediji i izdavaštvo: kampanja "Reci to glasno", agencija Señor i Studio Čavar za klijenta Outdoor Akzentm, za Financijske i osiguravajuće usluge: kampanja "Mylo" agencije Utorak_biro za propagandu i Grey Worldwide Zagreb za Erste Banku.

Muzej realnosti



Za Društvene akcije tu je kampanja "Muzej realnosti", agencije Švicarska za UNICEF, za Samopromociju i korporativne komunikacije, "Razveseli mamu i vrati se doma", agencije Bruketa&Žinić OM, Millenium promocija i Madison Consulting za Adris grupu, te za kategoriju Najbolja cjelovita kampanja, "Naša su mjesta zakon", priznanje je išlo agenciji BBDO Zagreb za Zagrebačku pivovaru.

Posebna priznanja IdejaX za najbolju izvedbenu vještinu/produkciju pripala su Ani Lozica i Jurici Kos iz agencije Švicarska za kampanju "Muzej realnosti" za klijenta UNICEF.

Za najbolji dizajn i art direction Miranu Tomičiću i Davor Bruketi iz agencije Bruketa&Žinić OM za kampanju "Etiketa štedljivog čovjeka", za klijenta Vina Brač 1903., te za najbolji copywriting priznanje je dobio Luka Goreta iz agencije Señor za kampanju "I bogati plaću", za klijenta Iskon.

Nagrade MIXX

MIXX nagrade su dodijeljene i u kategorijama: Brand Awareness kampanja - "Budućnost u Adrisu", agencije Bruketa&Žinić OM, Millenium promocija, Madison Consulting za klijenta Adris grupu, Branded Content kampanja - "Krafteraj", agencije 404 za klijenta Jack Daniel's Brown Forman; Cross-Media Integration kampanja - "Konzumklik.hr – Najbliža trgovina" agencije Bruketa&Žinić OM te Odjel digitalnog marketinga i Sektor korporativnog marketinga Konzuma za klijenta Konzum.

Direct Response and Lead Generation kampanja - "Camping Village Šimuni digital strategy" agencije Degordian za klijenta Kamp Šimuni i kampanja "Budi sedmi – Ratovi zvijezda: Sila se budi", agencije iZone i web.burza za klijenta 2i Film; Best Media Strategy kampanja - "McDonald's Breakfast Campaign", agencije OMD Media, Innovo DDB i Drap za klijenta McDonald's Hrvatska; Inovativna uporaba tehnologije kampanja - "Storytelling u proširenoj stvarnosti" agencije KADEI 360 za klijenta Tvrdava Barone - Grad Šibenik; Mobile kampanja - Nagradni natječaj "Lov na božićne kuglice", agencije Studio Revolucija za klijenta City Center One Zagreb (East, West) i Split, Social Media kampanja - "The Voice – Najljepši glas Hrvatske", agencije 404 za klijenta HRT, Website kampanja - "RTL.hr redizajn", agencija web.burza za klijenta RTL Hrvatska.

Oglašivač godine – Zagrebačka pivovara

Pobjednice Young Lions Croatia natjecanja za mlade kreativce, koje se prvi puta održalo u Hrvatskoj u suradnji s UNICEF-om i pod pokroviteljstvom Erste banke su Tea Silvia Vlahović i Sanja Planinić iz agencije Bruketa & Žinić OM za rad "Rana ptičica". Uz prestižni Grand Prix osvojile su i nagradu - putovanje na festival CannesLions 2016.

Valja istaknuti da je na natjecanju sudjelovalo 18 timova koji su u roku od 24 sata u kategorijama print, cyber, design, odnosno u 48 sati za kategoriju film imali priliku dokazati svoju kreativnost, vještine i znanja, te se dokazati na nacionalnoj i potencijalno na svjetskoj razini. Uz to, Young Lions Croatia humanitarna je akcija jer se svi producirani materijali daju na korištenje UNICEF-u bez naknade. Sam natječajni zadatak odnosio se na UNICEF-ov program podrške predškolskom odgoju i obrazovanju u Hrvatskoj koji ima za cilj povećati dostupnost kvalitetnih usluga vrtića i predškole za svu djecu u Hrvatskoj i omogućiti jednake mogućnosti marginaliziranim skupinama djece za upis u kvalitetne programe predškolskog odgoja i obrazovanja. Osim što je uzbudljivo natjecanje za mlade kreativce, Young Lions Croatia ujedno je i humanitarna akcija, jer se svi producirani materijali daju na korištenje UNICEF-u bez naknade. Natječajni zadatak odnosio se na UNICEF-ov program podrške predškolskom odgoju i obrazovanju u Hrvatskoj koji ima za cilj

Evidencijski broj / Article ID: 16564410
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section:



povećati dostupnost kvalitetnih usluga vrtića i predškole za svu djecu u Hrvatskoj i omogućiti jednake mogućnosti marginaliziranim skupinama djece za upis u kvalitetne programe predškolskog odgoja i obrazovanja. Inače, pobjednici hrvatskog natjecanja ulaze u izbor za globalno natjecanje, gdje će odmjeriti snage s kolegama iz čitavog svijeta. Natjecanje Cannes Young Lions održat će se u lipnju.

U kategoriji Print prvoplaćane su bile Dalia Čučija Perez i Rona Žulj, agencija I to nije sve! - rad: Brojalica, u kategoriji Cyber - Tea Silvia Vlahović i Sanja Planinić, agencija Bruketa & Žinić OM - rad: Rana ptičica, u kategoriji Design - Sandra Mrkšić i Kamelija Gerovac, agencija McCann/Fahrenheit - rad: Potakni me da rastem, te u kategoriji Film - Tomislav Šestak i Ivan Pavičić - Bruketa & Žinić OM - rad: Povezani u razvoju.

Pobjednici Croatia Effie 2016

Grand Prix i zlatnu nagradu Croatia Effie, koja se dodjeljuje za najučinkovitije oglasne kampanje osvojili su Zagrebačka pivovara, primarna agencija BBDO Zagreb i medijska agencija Universal McCann za kampanju "Dijalekti", u konkurenciji 36 radova.

Srebrom su nagrađene kampanja "Erste gotovinski krediti online" Erste banke, primarne agencije Grey Worldwide Zagreb i Utorak, Biro za propagandu i medijska agencija MediaCom Central Europe Zagreb, te kampanja "Nevjernici" Hrvatskog Telekoma primarne agencije McCann Zagreb i medijska agencija MediaCom Central Europe Zagreb. Kampanje koje su ove godine odnijele broncu bile su "Simpa kokice – Prži kako hoćeš!" Hrvatskog telekoma, primarne agencije BBDO Zagreb i medijske agencije MediaCom Central Europe Zagreb, zatim kampanja "Komšija" oglašivača AutoZubak primarnih agencija Bruketa&Žinić OM i Branddoctor i medijske agencije Pro media group, te kampanja "mHepi" oglašivača HEP, primarnih agencija McCann Zagreb i Fahrenheit te medijske agencije Real Grupa.

Najuspješnija agencija ovogodišnjeg Effie natjecanja po osvojenim nagradama je BBDO Zagreb s osvojenim Grand Prixom, jednim zlatnom i jednim srebrom, koju slijedi agencija McCann Zagreb s jednim srebrom i jednom broncom. Inače, hrvatsko izdanje Effie natjecanja organizira HURA (Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje) prema svjetskoj licenci Effie Worldwide organizacije. Effie nagrade dodjeljuju se od 1968. godine na svjetskoj i europskoj razini (Global Effie i Euro Effie), te na nacionalnim natjecanjima u više od 40 zemalja diljem svijeta, kojima se 2009. godine pridružila i Hrvatska. (Nina ORLOVIĆ RADIĆ, Fotografije ustupili organizatori, Borna Filić, Pixsell)