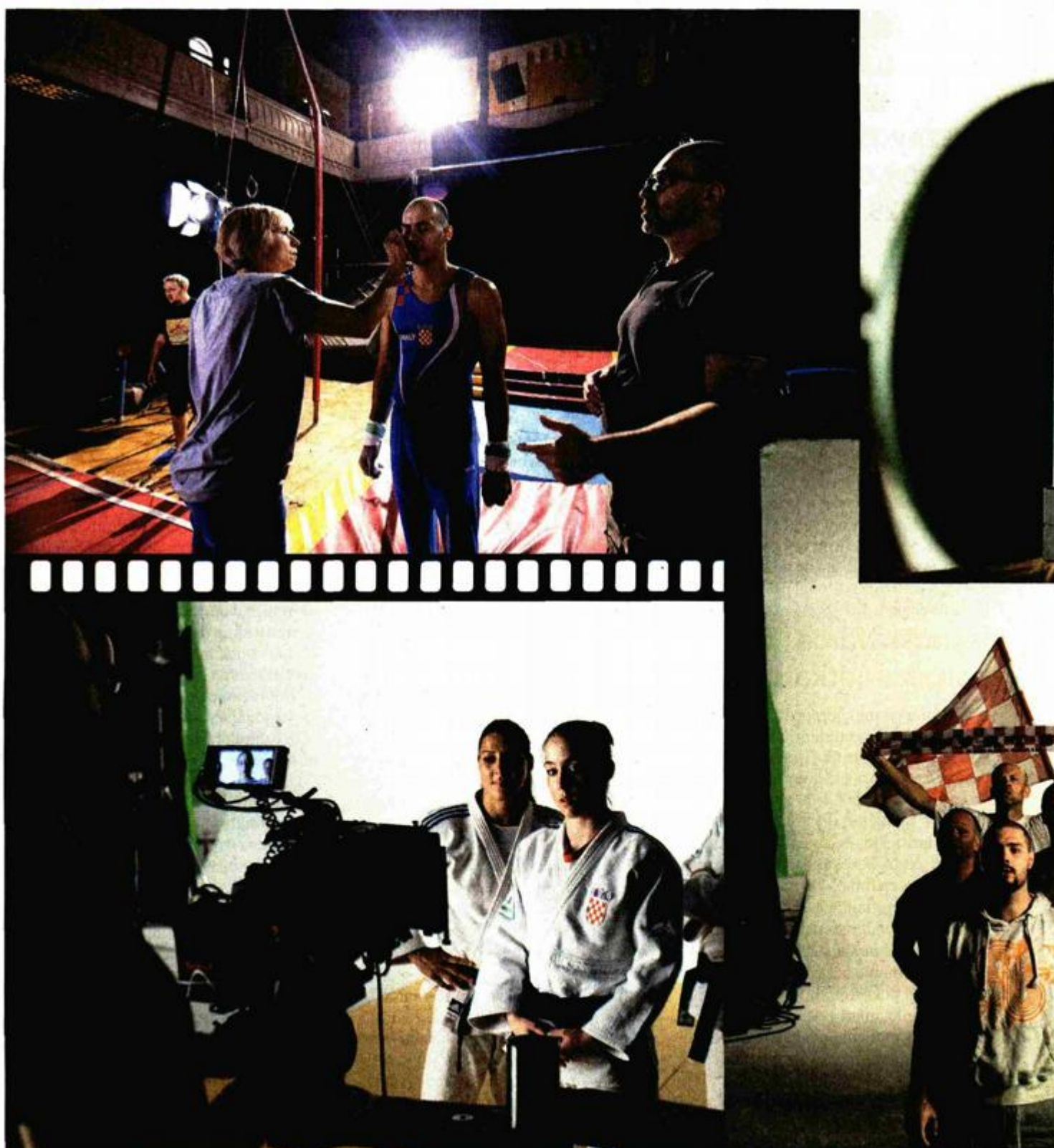


WEEKEND MEDIA FESTIVAL

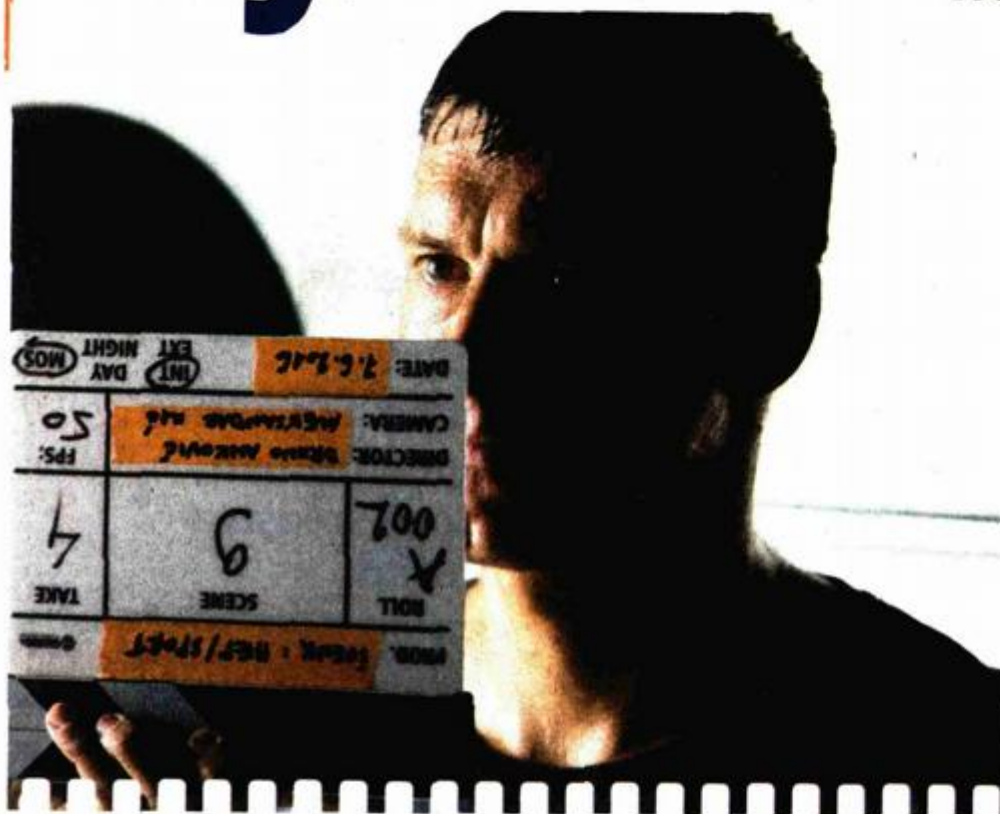
HEP-OVA KAMPA





ANJA

HEP-ova kampanja „Mi znamo prepoznati pravu energiju“ proglašena jednom od najboljih projekata na ovogodišnjem Weekend Media Festivalu



U Rovinju, u sklopu ovogodišnjeg Weekend media festivala 23. rujna održana je revija najboljih reklamnih agencija BalCannes. Revija je ove godine obuhvatila najznačajnije agencije i projekte iz pet zemalja: Hrvatske, Slovenije, Srbije, Bosne i Hercegovine i Makedonije. Između više od 120 prijavljenih projekata, stručni žiri odabrao je 25 najkvalitetnijih uradaka, a prestižno priznanje pripalo je i posljednjoj HEP-ovoj marketinškoj kampanji.

Hrvatska elektroprivreda je u lipnju 2016. godine lansirala kampanju „Mi znamo prepoznati pravu energiju“, kojom se nastojalo osvijestiti javnost o HEP-ovom višegodišnjem ulaganju u hrvatski sport. Kreativni koncept osmislila je agencija McCann Zagreb, koja s HEP-om uspješno surađuje već dvije godine. Kampanja je doživjela velik uspjeh, a uz priznanje BalCannes, izazvala je i brojne pozitivne komentare na društvenim mrežama.

„Izrazito smo ponosni što je HEP-ova kampanja o ulaganju u hrvatski sport imenovana jednom od 25 najboljih, uzevši u obzir zaista veliku konkurenciju. Ovo je priznanje, baš kao i nagrada na festivalu efikasnosti (Effie 2016.), kojom je nagrađena kampanja za m-hepi aplikaciju, potvrda kako HEP u svojoj komunikaciji prati najmodernije trendove oglašavanja te da je naša marketinška strategija potvrđena i od strane struke.“, izjavila je Vlatka Kamenić Jagodić, direktorica Sektora za tržišnu i marketinšku strategiju Hrvatske elektroprivrede.

U HEP-ovom spotu „glumili“ su rukometaš Ivan Stevanović, gimnastičar Marijo Možnik, skijaš Ivica Kostelić, vaterpolisti Anđelo Šetka, Ivan Buljubašić, Petar Muslim i Ivan Milaković, judo reprezentivke Barbara Matić, Marijana Mišković i Tihea Topolovec, kao i košarkaši Ante Žižić, Luka Babić te izbornik košarkaške reprezentacije Aleksandar Petrović. Spot je snimljen klasičnom tehnikom te je grafički doraden ne-svakidašnjom tehnikom duple ekspozicije, rijetko viđenom u Hrvatskoj u kojem su se miješali snimljeni kadrovi s kadrovima iz arhive, uz različite vizualne efekte.