

radiodalmacija.hr



Boranka osvojila zlatni EuroEffie, prvi u Hrvatskoj i regiji -

Boranka i Imago Ogilvy sa Savezom izviđača Hrvatske u Bruxellesu su osvojili zlatni EuroEffie, prvi put u Hrvatskoj i cijeloj regiji.

U utorak navečer u Bruxellesu su dodijeljene najprestižnije europske nagrade za marketinšku učinkovitost – EuroEffie. Jedan od ovih vrijednih kipića, i to onaj zlatni, po prvi put dolazi i u Hrvatsku, ali i cijelu regiju, zahvaljujući reklamnoj agenciji Imago i kampanji Boranka, osmišljenoj za Savez izviđača Hrvatske. Nakon što su prije tri godine donijeli prvog kanskog Lava u Hrvatsku, Imago Ogilvy je prva hrvatska agencija u povijesti koja je za domaću kampanju dobila EuroEffie.

Boranka je prošle godine potaknula desetke tisuća ljudi da se uključe u najveću volontersku akciju pošumljavanja ikad održanu u Hrvatskoj. Pošumljena su velika opožarena područja u okolici Splita i Solina, a ove godine se akcija pošumljavanja širi i na Zadarsku županiju. Savez izviđača Hrvatske, kao glavni organizator kampanje Boranka, planira ove godine u akcijama pošumljavanja okupiti više od 4000 volontera.

Kampanja za Boranku je do sada okrunjena brojnim domaćim i svjetskim priznanjima. Na **Danima komunikacija** u Rovinju je osvojila nagrade na svim natjecanjima, uključujući **Effie** Grand Prix, Mixx Best in Show i Zatnu IdejuX te bila najnagrađivanija kampanja Dana komunikacija. Jučerašnji zlatni EuroEffie je samo kruna ovogodišnjeg uspjeha i velika motivacija za ovu godinu i za sve iduće jer Boranka svake sezone postaje sve veća.

Kako bi se lakše percipirala vrijednost ove nagrade treba imati na umu da se za EuroEffie prestižne kipiče natječu najveći svjetski brendovi s velikih europskih tržišta, s medijskim i produkcijskim budžetima koje mi u Hrvatskoj možemo samo sanjati.

*Zanimljivost kampanje Boranka je inovativan način na koji je ona dotaknula ljude. U kampanji smo od drveća izgorenog u ljetnim požarima, uz pomoć tvrtke Karbon, proizveli crni pepeo koji je zatim korišten kao jedinstveni sastojak u proizvodnji bojica nazvanih – Boralice. Za nas kao agenciju je veliki kompliment što ovom kampanjom nismo dotakli samo ljude u Hrvatskoj koji su i emotivno vezani uz priču, već i članove žirija jednog prestižnog komunikacijskog festivala, koji dolaze iz različitih europskih država. To je pokazatelj kako i mi iz malih zemlja itekako možemo ne samo konkurirati velikima nego i biti bolji od njih, pojašnjava **Darko Bosnar**, kreativni direktor u Imago Ogilvy.*

Nama hrvatskim izviđačima sve ove nagrade, a pogotovo sada i EuroEffie i to odmah zlatni, predstavljaju zaista nevjerovatan uspjeh, ali i priznanje da radimo nešto dobro i korisno za društvo i zajednicu. Istovremeno, ovo nam je i dodatna motivacija da potaknemo i uključimo još više ljudi u akcije obnove prirode koja je uništena. Nismo mogli



*samo stajati sa strane i gledati kako nestaju tisuće hektara šume, morali smo reagirati, a kampanja Boranka i sjajna ekipa iz agencije Imago učinili su to mogućim. No, možda i važnije od svih nagrada na svijetu nam je prilika da omogućimo tisućama građana, prvenstveno onim najmlađima, da osobnim djelovanjem zajedno preuzmemo odgovornost za zaštitu naše prirode i okoliša, zaključuje **Dan Špicer**, poslovni direktor Saveza izviđača Hrvatske i glavni koordinator kampanje Boranka.*

[Share on Facebook](#)Share

[Share on Google Plus](#)Share

[Share on Pinterest](#)Share

[Send email](#)Mail

[Print this](#)Print

[Boranka](#)Dan ŠpicerSavez izviđača Hrvatskezlatni EuroEffie