



 civilnodrustvo.hr

## Projekt pošumljavanja 'Boranka' dobio najprestižniju nagradu za marketinšku učinkovitost EuroEffie – Civilnodruštvo.hr

Projekt pošumljavanja opožarenih dijelova Dalmacije 'Boranka' u Bruxellesu je dobio najprestižniju nagradu za marketinšku učinkovitost EuroEffie, doznaje u srijedu Hina od poslovnog direktora Saveza izviđača Hrvatske i glavnog koordinatora kampanje 'Boranka' **Dana Špicera**.

Taj eko projekt nagradu EuroEffie je dobio sinoć i zlatni kipić po prvi put dolazi u Hrvatsku, priopćeno je iz zagrebačke PR agencije Imago Ogilvy, koja je osmislila i provela kampanju 'Boranka' za Savez izviđača Hrvatske.

Prošle je godine u akciju 'Boranka', u organizaciji Saveza izviđača Hrvatske, bilo uključeno na desetke tisuća ljudi koji su volontirali u pošumljavanja, te su zasadili nova stabla na velikim opožarenim područjima okolice Splita i Solina, dok se ove godine akcija proširila i na Zadarsku županiju, rekao je Špicer.

Savez izviđača Hrvatske, kao glavni organizator kampanje Boranka, planira ove godine u akcijama pošumljavanja okupiti više od četiri tisuće 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 Zlatnu 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", navodi se u priopćenju Imago Ogilvy.

O vrijednosti nagrade govori i podatak da se za EuroEffie natječu najveći svjetski brendovi s velikih europskih tržišta, s medijskim i produkcijskim budžetima daleko većim nego u Hrvatskoj.

Glavni koordinator 'Boranke' Dan Špicer rekao je da hrvatskim izviđačima sve nagrade, a pogotovo sada i zlatni EuroEffie predstavljaju nevjerovatan uspjeh, ali i priznanje da rade nešto dobro i korisno za društvo i zajednicu. To im je i dodatna motivacija da potaknu i uključe 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", zaključio je Špicer.

 Email

 Share

### Povezani članci