

Pipi i Imago Ogilvy osvojili Best in Show desetog, jubilarnog izdanja MIXX-a

U kriznim situacijama kreativnost uz pomoć tehnologije može mijenjati živote – zato je održano prvo online proglašenje pobjednika natjecanja hrvatske komunikacijske industrije, na kojemu su istaknuti vrsni digitalci koji su se svojim radom iskazali tijekom prethodne godine.

Proglašenje dobitnika MIXX-a 16. je travnja već tradicionalno pratila mnogobrojna domaća, kao i regionalna publika, ali ovoga puta ne u Rovinju, nego **pomoću live streama** iz svojih domova – jer kreativnost, unatoč teškim okolnostima, ide dalje. Na daljinu su posebno slavili Pipi i Imago Ogilvy – njihov je projekt **Spomenik neisklesanom tijelu osvojio MIXX-ovu titulu Best in Show**.

MIXX je natjecanje koje, po međunarodnoj licenci IAB-a, nagrađuje najbolje digitalne kampanje. Tako je, uz *Best in Show*, proglašeno i 11 pobjednika sljedećih kategorija natjecanja: *Brand Awareness Campaign, Cross Media Integration Campaign, Direct Response and Lead Generation, Best Website, Best Mobile App, Best Branded Content, Best Media Strategy, Best Search, Best Tech&innovation, Best Social te Best Publisher Long-Form Native*.

Wiener osiguranje i Degordian za projekt UHO – Utočište Hrabrih Online osvojili su nagradu *Brand Awareness Campaign*.

Vegeta i Izone pobjednici su kategorije *Cross Media Integration Campaign* s projektom Vegeta 60 godina.

Bluesun Hotels & Resorts i Httpool osvojili su priznanje u kategoriji *Direct Response and Lead Generation* s projektom Croatia Calling.

Human je s projektom Human website proglašen najboljim u kategoriji *Best Website*.

Priznanje u kategoriji *Best Mobile App* dobio je projekt A1 Lappsus klijenta **A1** te agencije **Bruketa&Žinić&Grey**.

Čarli i Inspiracija digital proglašeni su najboljima u kategoriji *Best Branded Content* s projektom Čarli „Moj najbolji prijatelj“.

Priznanje kategorije *Best Media Strategy* pripalo je **Woltu** i agenciji **iProspect, a division of Dentsu Aegis Network** za projekt Yearly User Acquisition Campaign.

Pobjednici kategorije *Best Search* su **Wiener Osiguranje i Degordian** s projektom Wiener Osiguranje – Search kampanja 2019./2020.

A1 i agencija **Bruketa&Žinić&Grey** pobjednici su kategorije *Best Tech&Innovation* s projektom A1 Lappsus.

Ledo i agencija **404** s projektom Slatke riječi zaslužili su priznanje u kategoriji *Best Social*.

Udruga Nismo same i 24sata iskazali su se u kategoriji *Best Publisher Long-Form Native* s projektom #pinkypromiss.

Digitalnu izložbu radova potražite na [poveznici](#), a za više informacija posjetite službene stranice [Dana komunikacija](#).

Uz svijest o ozbiljnosti pandemije koja je zadesila Hrvatsku i svijet, svi zainteresirani tijekom dvije večeri imaju priliku dobiti uvid u najbolje od kreativnosti tijekom protekle godine te misli usmjeriti na **crpljenje inspiracije za stvaranje bolje budućnosti**. Drugu će slavljeničku večer, **17. travnja u 21 sat**, na [Facebook stranici Dana komunikacija](#) stoga **obilježiti proglašenje dobitnika nagrade Effie**.

O ORGANIZATORIMA:

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA) vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje) te kao ekskluzivni predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku. Više o HURA-i na www.hura.hr.

IAB Hrvatska neprofitna je udruga posvećena interaktivnom marketingu, osnovana s ciljem da stimuliranjem i usmjeravanjem industrije potpomogne razvitak interaktivnih marketinških komunikacija u Hrvatskoj. IAB Hrvatska zamišljen je kao forum profesionalca interaktivnog marketinga s ciljem razvoja tržišta interaktivnog marketinga na način da kontinuirano dokazuje njegovu efikasnost, promovira ga i štiti, te to čini udruživanjem industrije, kreiranjem standarda, istraživanjima, savjetovanjem i edukacijom, kako industrije u cijelosti tako i njezinih članova. IAB Hrvatska osnivač je Europske udruge IAB Europe i dio globalne mreže IAB udruga.

Kontakt za medije: Ivana Jeleč, ivana.jelec@komunikacijskilaboratorij.com, 098 184 17 38