

## Kampanja #jedvacekam s više od 160.000 pogleda preplavila medijski prostor

*Što je zajedničko Idi Prester, Janku Popoviću Volariću, Niki Turković, Mrletu, Davidu Skoki i još gotovo 800 pojedinaca diljem zemlje? Svi imaju svoj #jedvacekam*

Kampanja #jedvacekam, koja u organizaciji Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e) poziva pojedince da na kreativan način daju podršku najdražem brendu, obrtu ili ustanovi, u posljednjih je nekoliko dana preplavila društvene mreže i medije. Cilj inicijative – **naglašavanje brige za gospodarstvenike i poticaj svima da se okrenu budućnosti i pozitivnom razmišljanju** –prepoznali su i podržali brojni pojedinci iz domaćeg javnog života, kulturne, glazbene, filmske, kazališne i event industrije te brojni drugi, pa tako sada [jedvacekam.hr](https://jedvacekam.hr) broji **gotovo 800 objava koje su na raznim kanalima pregledane više od 160 tisuća puta**.

Akciji su se pridružili **Ida Prester, Ecija Ojdanić, Janko Popović Volarić, Jasna i Ivana Nanut, David Skoko, Šemso iz Brkova, Nika Turković, Dražen Oreščanin, Mrle i Ivanka Mazurkijević, Davor Bruketa, Antonija Mandić, Ana Stunić** i brojni drugi koji su kreirali svoje objave na jedvacekam.hr te ih podijelili na svojim društvenim mrežama, osiguravajući dragim lokalnim poduzećima i inicijativama vidljivost i prepoznatljivost. Naime, kampanja nekima od najkreativnijih objava omogućava stvarni medijski prostor na nacionalnoj razini: putem radija, digitalnih kanala, OOH, društvenih mreža..., ali i na TV-u, u kombinaciji sa isječcima iz hrvatskih filmova Kako je počeo rat na mom otoku, Maršal, Šuma summarum, Što je muškarac bez brkova i serije Naše malo misto.

Kampanja još uvijek traje, a uključiti se može svatko na način da **na stranici [jedvacekam.hr](https://jedvacekam.hr) objavi svoju poruku o tome što jedva čeka učiniti nakon ukidanja izvanrednih mjera i tako pruži podršku omiljenom brendu**, tagira ga i distribuira svoj jedinstveni uradak na društvenim mrežama. Jednostavno je, a vašem najdražem brendu, gospodarstveniku, obrtniku, umjetniku, ugostitelju, inovatoru ili pojedincu puno će značiti baš sada dok zajedno jedva čekamo da nam najljepše rutine opet postanu svakodnevice.

*„HURA, kao udruga koja se bavi tržišnim komunikacijama, ovom kampanjom želi pokazati snagu kreativnosti, koja ima moć i u najnezahvalnijim situacijama pokrenuti pozitivne promjene. Željeli smo naći način, koristeći se kreativnošću i alatima tržišnih komunikacija koji su nam svojstveni i dostupni, da stanemo iza svih onih koji nam u svakodnevici toliko znače, a čega smo u izolaciji postali svjesniji no ikada. Time smo zapravo potaknuli inicijativu u kojoj čitava zemlja postaje kreativna agencija, a svaki brend potencijalno nacionalno poznat brend. Podrška koju smo dobili od svih koji su uključeni i svakodnevno se uključuju u projekt, kao i od brendova koji se spominju u objavama, pokazuju da upravo kada je to najpotrebnije – **kreativnost može i mora činiti razliku!**“,* poručila je Jelena Fiškuš, članica Uprave HURA-e.

Koliko je važno odati dužnu zaslugu onima koji nam život čine lakšim, ljepšim i jednostavnijim prepoznali su i brojni mediji – **HRT, RTL, Klasik TV, N1, Tportal, 24sata, Lider, Journal.hr, She.hr, Profitiraj.hr, Laganini, Radio grupa, Yammat, Go2Digital i niz drugih** – koji najkreativnije poruke prenose iz dana u dan i na taj način lokalnim brendovima i inicijativama omogućuju nacionalnu vidljivost.

Inicijativi se možete pridružiti na [Facebooku](#) i [Instagramu](#), a ako želite podržati projekt, više ste nego dobrodošli javiti se na [hura@hura.hr](mailto:hura@hura.hr).

\*\*\*

#### **HURA:**

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](http://www.hura.hr).

---

**Kontakt za medije:** Ivana Jeleč, [ivana.jelec@komunikacijskilaboratorij.com](mailto:ivana.jelec@komunikacijskilaboratorij.com)