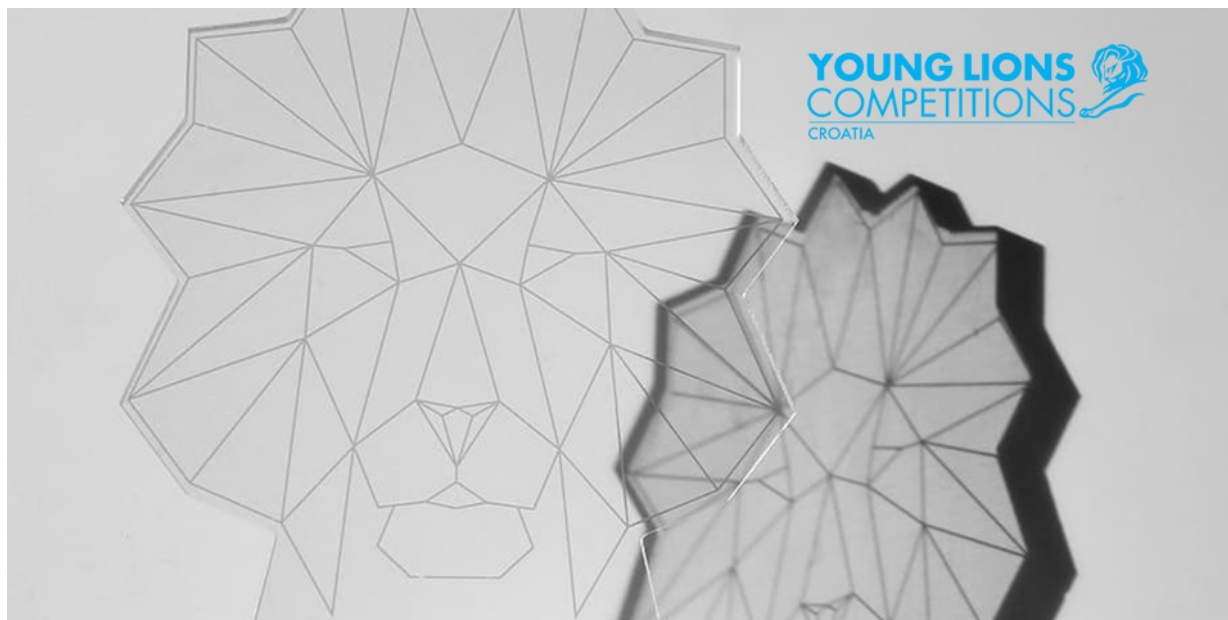




M media-marketing.com



Ekskluzivno: Maria Šimurina i Luka Mavretić iz agencije Imago Ogilvy osvojili Grand Prix natjecanja **Young Lions Croatia!**

Young Lions Croatia natjecanje je za mlade profesionalce do 30 godina koje se organizira u okviru festivala **Dani komunikacija**, a dodana mu je vrijednost humanitarni karakter. Naime, ovogodišnji partner **Cedevita** i organizator za natjecateljski su zadatak odabrali osmišljavanje rješenja za organizaciju civilnog društva kojoj će bez naknade biti ustupljeni pobjednički radovi, a riječ je o **udruzi BoliMe** koja promiče mentalno zdravlje.

Čak 66 natjecatelja u timovima je osmišljavalo rješenja u pet natjecateljskih kategorija: Design, Digital, PR, Media i Print. Grand Prix osvojili su **Maria Šimurina** i **Luka Mavretić (Imago Ogilvy)** s projektom *Dobro i naopako*, kao pobjednici u kategoriji PR, dok su pobjedu u kategoriji Digital odnijeli **Dunja Verbič** i **Rene Filipović (Convergent Media Group)**. To su, prema ukupnim ocjenama žirija, ujedno i jedini pobjednici kategorija ovogodišnjeg natjecanja.

Finalisti su ovogodišnjeg natjecanja sljedeći timovi: **Matej Vučković** i **Mia Matijević (Bruketa&Žinić&Grey)** u kategoriji Print, **Antea Franjić** i **Lorena Hrvoj (Imago Ogilvy)** u kategoriji PR. U kategoriji Digital u finale su odabrana dva tima: **Tin Huzek Kitan** i **Kristina Kozic (Real Grupa)** te **Sara Šalov** i **Ivan Grgić (BBDO Zagreb)**, dok su u kategoriji Design finalisti **Martina Ukić** i **Simon Flegar (Studio Sonda)**.

O najboljima je odlučivao žiri koji je činilo deset stručnjaka iz raznolikih područja komunikacijske industrije: **Vanja Bertalan (Human)**, **Marina Bolanča (Abeceda komunikacije)**, **Nina Išek Međugorac (Media Val)**, **Tonči Klarić (Spellcaster)**, **Gjuro Korać (Nivas)**, **Marijana Novak (Pro Media Group)**, **Sean Poropat (Studio Sonda)**, **Jelena Slade Šilović (Cedevita)**, **Daša Vukobratović (OMG)**, te **Judita Gamulin (udruga BoliMe)**, predstavnica klijenta.

Udruzi BoliMe, koja od 2014. godine javnozagovaračkim kampanjama pokušava mentalno zdravlje mladih, koje razumije kao življenje i nošenje sa svim onim što život nosi, istaknuti kao ključnu društvenu temu koja svojom prisutnošću i osviještenošću postaje temelj za osobni i društveni prosperitet, doniraju se svi materijali na kojima su natjecatelji vrijedno radili puna 24 sata.

„Na potrese i viruse ne možemo utjecati, ali možemo utjecati na društvenu klimu i ono čemu se nadamo u narednim godinama. Zato vjerujemo da Cedevita kao jedan od najvećih brendova u Regiji i kao brend koji promiče optimizam i zajedništvo treba stati iza ovakvih projekata, poglavito u ovoj godini koja je posebno teška za komunikacijsku



industriju. Tema koju smo s organizatorom odabrali – promicanje mentalnog zdravlja, koje definiramo kao kvalitetno življenje i nošenje sa svim onim što život nosi, postaje nezaobilazna i važnija no ikada. Zato me neizmjerljivo veseli svjedočiti realizaciji te kampanje potpisane od strane mladih kreativnih lavova“, rekla je Jelena Slade-Šilović, voditeljica marketinga za razvoj kategorije pića u **Atlantic grupi** i članica žirija natjecanja **Young Lions**, te dodala:

„Ovakva natjecanja odličan su način da pogledamo „u budućnost“ kreativne industrije, ustvrdimo koliko smo jaki i na čemu treba pedantnije raditi, ali i otkrijemo mlade talente i ljude u koje treba ulagati.“

U ovoj iznimnoj godini posebno je istaknuta važnost komunikacijske industrije za društvo, stoga organizatori pohvaljuju svih 66 natjecatelja koji su udružili snage te pokazali koliko kreativnost može utjecati na živote. Iz **udruge BoliMe** zahvalili su svima na sudjelovanju:

“Iskreno počašćeni što su **HURA** i **Cedevita** prepoznale i vrednovale naš trud, zahvaljujemo svim sudionicima natjecanja. Cijeli nam je natjecateljski proces, od pisanja briefova, komunikacije s natjecateljima do žiriranja, potpuno novo iskustvo i zahvaljujemo na prepoznavanju i prilici. Svjesni da je pronalaženje rješenja za temu mentalnog zdravlja u našem društvu na samom početku, podržavamo i pozdravljamo sve napore pojedinaca, institucija i organizacija koje vide važnost, ali i fragilnost u obradi teme, a s krajnjim ciljem osnaživanja zajednice.”

Uz partnera **Cedevitu**, natjecanje je otvaranjem svoje baze za natjecatelje podržao i **Shutterstock**. Osim iskušavanja snaga i vrijednih iskustava, pobjednički tim osvojio je nagradu u vrijednosti od 45.000,00 kuna za odlazak na najveći festival kreativnosti **Cannes Lions**. Više informacija o natjecanju pratite na www.danikomunikacija.com

Tags: **Dani** [Komunikacija](#) [Hrvatska](#) [HURA](#) [Young Lions](#) [Croatia](#)