



## 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 Cedevisa 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 Verbić** 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 Kozić** (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 razolikih 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** (Cedevisa), **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 Cedevisa 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](http://www.danikomunikacija.com)

[ČITAJTE LIDER U DIGITALNOM IZDANJU](#)

