

PRIOPĆENJE ZA JAVNOST
Zagreb, 24. studenoga 2020.

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

*Mladi talenti komunikacijske industrije svojim su projektom **Dobro i naopako** osvojili žiri i zaslužili prestižnu nagradu na ovogodišnjem natjecanju Young Lions Croatia, kojemu je i ove godine bio cilj istaknuti mlade hrvatske talente te uz partnera Cedevitu pokazati važnost mentalnoga zdravlja.*

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 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 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.

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

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.

Kontakt za medije: Barbara Tolić, barbara.tolic@hura.hr