



Reklama za JGL-ov sprej za nos postigla velik međunarodni uspjeh

Nagradivana kampanja za Meralys sprej za nos »Šta to stavljaš u nos«, finalist je ovogodišnjeg natjecanja Effie Awards Europe na kojem je više od 140 profesionalaca marketinške industrije iz 20 europskih zemalja odabralo najefikasnije oglasne kampanje godine koje su se izdigle iznad ostalih. U najvećoj domaćoj farmaceutskoj tvrtki, riječkom JGL-u, pozdravljaju ovu vijest koja dokazuje da je struka još jednom prepoznala jedan od njihovih najprodavnijih proizvoda.

- Ovo je fantastična vijest i impresivno postignuće za JGL. Dokaz da se relevantna i autentična komunikacija, uz pravu dozu hrabrosti, prepoznaje i cijeni. A upravo prepoznavanje stvarne autentičnosti vodi k snažnijem emocionalnom povezivanju s brendom, budi strast i inspirira. Ponosna sam na još jedan uspjeh JGL brenda i činjenicu da je naš iskorak osnažio Meralys, ali i nadmašio sva prodajna očekivanja. Kampanja koju danas

Kampanja za Meralys u finalu natjecanja Effie Awards Europe

prepoznaje cijela Hrvatska i regija ide dalje, želimo joj svu sreću na gala dodjeli koja će biti održana 5. prosinca 2023. u Bruxellesu, poručila je Maša Margan Vunić, globalna brend menadžerica za Meralys koja je vodila projekt uz kreativnu agenciju Utorak - biro za propagandu te u suradnji s medijskom agencijom PHD Media.

- Nakon osvojenog Grand

prix na hrvatskom izdanju Effija ovo je još jedna, još veća potvrda suradnji koju je prije svega obilježilo uzajamno povjerenje agencije i klijenta. Radili smo mnogo kampanja koje su osvajale nagrade i tvrdimo da nema dobre kampanje bez dobrog klijenta, a Maša Margan Vunić i ekipa iz JGL-a su, kao što i ovo veliko europsko finale dokazuje, među najboljima,

ističe pak Iva Domić iz agencije Utorak.

Kampanja za Meralys sprej za nos jedini je finalist u kategoriji »Zdravlje« te jedan od samo dva hrvatska predstavnika na natjecanju. Najbolji projekti ove godine dolaze iz brojnih europskih zemalja među kojima su Belgija, Danska, Francuska, Njemačka, Slovenija, Španjolska i Švedska. Najviše finalista odabrano je u kategorijama »Positive Change« u kojima se slave brendovi i projekti koji su posvećeni promoviranju dobiti društva i okoliša. Dobro poznati JGL-ov proizvod Meralys već se neko vrijeme nalazi na vodećoj poziciji unutar kategorije nazalnih dekongestiva s 36 posto tržišnog udjela u prvih devet mjeseci 2023. te trostruko bržim rastom od kategorije.

B. ČALUŠIĆ



V. KARUZA