



 krenizdrawo.dnevnik.hr



## Kampanja JGL-a "Šta to stavljaš u nos?" za Meralys sprej za nos osvojila prestižnu **Effie** Europe nagradu

Sad već dobro poznata kampanja JGL-a "Šta to stavljaš u nos?", za Meralys inovativni sprej za odčepljivanje nosa (dekongestiv), osvojila je brončano priznanje na uglednom **Effie Awards Europe u kategoriji "Best of Europe Champions League"**. Radi se o jednom od najprestižnijih natjecanja u marketinškoj industriji, često nazivanim marketinškim Oskarom, a poznato je po svojoj strogoj selekciji i naglašavanju izvrsnosti u kreativnosti, strategiji i ostvarenim rezultatima.

FOTO: JGL

### "Šta to stavljaš u nos?"

Kampanja za Meralys jedini je ovogodišnji dobitnik u kategoriji "Zdravlje", **jedini je pobjednik iz Hrvatske**, a ovo je i prvi put u povijesti da je **Effie** nagradu osvojila neka hrvatska kampanja za komercijalni proizvod. Dokaz je to da se hrvatske kompanije i kreativci mogu staviti uz bok najvećim europskim, bez obzira na veličinu tržišta i marketinških budžeta.

FOTO: JGL

**Mislav Vučić**, glavni izvršni direktor JGL-a, ističe:

*Ovo je fantastičan uspjeh ne samo za JGL, već i za hrvatski marketing i kreativnu industriju. "Šta to stavljaš u nos?" kampanja dokazuje da inovativnost i hrabrost u komunikacijskom pristupu mogu rezultirati globalnim priznanjem. Ova nagrada je potvrda našeg rada, kreativnosti i strasti koju ulažemo u naše brendove i proizvode.*

*Ulazak u finale Best of Europe Champions Leaguea, gdje se prijavljuju samo dobitnici zlatnog Effieja i Grand Prix na nacionalnom nivou bio je nevjerovatan, a biti prepoznat i nagrađen u takvom zvjezdanom društvu čini nas iznimno ponosnima. Od srca zahvaljujem svim partnerima koji su nam se*



*pridružili na ovom putovanju koje nas je dovelo do svečanosti na kojoj smo ponovno slavili uspjeh Meralysa, izvornog JGL brenda, koji sada sjaji na europskoj karti marketinške učinkovitosti.*

FOTO: JGL

## O rezultatima Meralysa

Nagrada "Best of Europe Champions League" koja je dodijeljena kampanji "Šta to stavljaš u nos?" dodjeljuje se najučinkovitijim kampanjama iz cijele Europe, što je posebno značajno u kontekstu globalne konkurentnosti JGL-ovih proizvoda, a tržišni rezultati potvrđuju uspjeh.

Meralys se već neko vrijeme nalazi na vodećoj poziciji unutar kategorije nazalnih dekonjestiva s impresivnih **35 % tržišnog udjela na nivou 10 mjeseci 2023.**

## O natjecanju **Effie** Awards Europe

**Effie** Awards Europe predstavlja vrhunac postignuća u svijetu marketinga. Organiziran od strane **European Association of Communications Agencies (EACA)** u suradnji s partnerima poput Googlea, The European Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA), neprofitne organizacije ACT Responsible, Adforum.com i Viva Express Logistics, **Effie** se fokusira na promicanje izvrsnosti u marketinškim strategijama koje ne samo da privlače pažnju, već i ostvaruju opipljive rezultate.

Tekst Dana

**Za vas izdvajamo**

Istraživanje na 300.000 ljudi

Članak objavljen: 06-12-2023