

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...



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 nazivano marketinškim Oskarima, a poznato je po svojoj strogoj selekciji i naglašavanju izvrsnosti u kreativnosti, strategiji i ostvarenim rezultatima. 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. 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," izjavio je Mislav Vučić, glavni izvršni direktor JGL-a. Kampanju je JGL realizirao u suradnji s kreativnom agencijom Utorak. Biro za propagandu, i medijskom agencijom PHD Media, a globalna brend menadžerica za Meralys Maša Margan Vunić je naglasila kako je kampanja posebno pohvaljena zbog svog jedinstvenog pristupa koji je uspješno pomaknuo granice u farmaceutskom marketingu, zadržavajući pritom autentičnost i povezivanje s publikom. "Ulazak u finale Best of Europe Champions Leaguea, gdje se prijavljuju samo dobitnici zlatnog Effieja i Grand Prixa 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. 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", naglasila je Margan Vunić. 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 dekongestiva s impresivnih 35% tržišnog udjela na nivou deset 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. Nagrada **Effie** simbolizira globalno priznanje učinkovitosti i kreativnosti, te služi kao ključni pokazatelj tržišnog uspjeha i inovativnosti brendova i agencija širom Europe. Kroz svoje programe obrazovanja, inicijative i nagrade, **Effie** inspirira i vodi marketinške stručnjake prema kontinuiranom unapređenju i postizanju izvanrednih rezultata.