

Evidencijski broj / Article ID: 21484829
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section:



‘Budi hrabar, budi zdrav’ pobjednik Dana komunikacija

Kampanja “Budi hrabar, budi zdrav”, koju potpisuju Ožujsko pivo i agencija BBDO Zagreb, apsolutni je pobjednik ovogodišnjih Dana komunikacija - festivala koji okuplja najbolje stručnjake iz svijeta tržišnih komunikacija u Hrvatskoj i regiji. Kampanja koja je potaknula tisuće muškaraca na preventivne preglede, osvojila je čak dva Grand Prix priznanja, šest zlata i broncu na natjecanjima Effie Croatia, IdejaX i BalCannes, ukupno devet. Ipak, od svih rezultata ističu dva najvažnija -

tijekom kampanje pregledano je više od 4600 muškaraca u malo više od godinu dana, a nagrade su stigle u pravom trenutku - kada Žuži i BBDO slave suradnju dugu čak 18 godina.

“Ovakve kampanje ne nastaju radi nagrada. Kada imaš jak brand kao što je naše Ožujsko, onda imaš i odgovornost usmjeriti tu poziciju tamo gdje je najpotrebnije. Mi smo iskreno htjeli potaknuti muškarce na preglede i u tome smo i uspjeli, a sada je divno primiti i priznanja struke. Ovo je poruka svima da brendove



‘Brendove moramo koristiti kao platformu za pozitivne promjene’, kaže Ana Štebih Pinjuh

možemo, i moramo, koristiti kao platformu za važne poruke i pozitivne promjene”, izjavila je Ana Štebih Pinjuh, direktorica marketinga Zagrebačke pivovare.

“Ovo je projekt koji nas je, i kao ljude i kao kreativce, istinski uzdrmao. Hvala Žuži na hrabrosti da zakorači tamo gdje nitko prije nije, i na povjerenju da zajedno otvaramo nove teme. Kreativnost ima smisla samo kada iza nje stoji stvarna promjena, a ova kampanja to uistinu jest”, rekao je Almir Okanović, glavni kreativni direktor BBDO-a Zagreb. *pd*