



□

kako MIXX definira izvrsnost domaće kreativne scene

MIXX Awards Croatia powered by Admixer Media nagrađuje najbolje digitalne kampanje, alate i platforme u komunikacijskoj industriji. Natjecanje, koje organizira **IAB Croatia**, prepoznaje projekte koji uspješno spajaju kreativnost, strategiju, izvedbu, medije i rezultate. Prijave za **MIXX Awards Croatia 2026** su otvorene, a mogu se prijaviti projekti realizirani između **17. veljače 2025. i 13. veljače 2026.** Krajnji rok za prijave je **13. veljače 2026.**, a sudionici koji predaju tri prijave unutar službenih rokova dobivaju četvrtu prijavu besplatno.

Na pitanja o tome kako se razvija hrvatska digitalna kreativnost i što možemo očekivati od MIXX-a u 2026. godini, odgovarali su članovi Organizacijskog odbora **MIXX Awards Croatia**: **Dunja Ivana Ballon (IAB Croatia)**, **Nela Fegić Moguljak (Imago Ogilvy)**, **Mario Frančesević (SeekandHit)**, **Nebojša Grbačić (Cvoke)**, **Duro Korać (Nivas)**, **Lucija Potočnik (Studio Sonda)** i **Saša Škorić (Njuškalo)**.

Hrvatska digitalna scena dosegla je novu razinu zrelosti, a domaći projekti sve se češće ističu i na svjetskoj sceni. Kako objašnjava **Mario Frančesević (SeekandHit)**, vidljiv je jasan pomak u pristupu digitalnoj kreativnosti jer digital više nije tek podrška kampanjama, već njihov temelj. Najuspješniji projekti danas **pametno koriste tehnologiju kako bi ispričali priču, prenijeli emociju i ostvarili mjerljive rezultate**. Istovremeno, upozorava da industrija još uvijek traži ravnotežu u korištenju novih alata, osobito umjetne inteligencije, koja se nerijetko koristi kao brzi prečac do rezultata upitne kvalitete, uz što manje razmišljanja i truda.

Upravo zato, **Dunja Ivana Ballon (IAB Croatia)** podsjeća kako je važno da MIXX postoji kao zasebno digitalno natjecanje. Digitalna kreativnost odavno nije dodatak klasičnom oglašavanju, već jedan od njezinih ključnih jezika. **MIXX daje prostor digitalu da se ocjenjuje po vlastitim pravilima i standardima** umjesto kroz prizmu klasičnog oglašavanja. To je jednako važno za industriju i za klijente jer jasno pokazuje da digitalna kreativnost nije površna disciplina, već rezultat promišljenog spoja ideje, kvalitetne izvedbe i konkretnih rezultata. Upravo iz tog razloga MIXX postoji – jer **digital zaslužuje vlastitu pozornicu, vlastite kriterije i ozbiljnost**.

Kada je riječ o samim prijavama, **Nebojša Grbačić (Cvoke)**, ove godine u ulozi predsjednika žirija, navodi da žiri prije svega traži ono što traže i korisnici – jasnoću. **Dobre MIXX prijave moraju biti jednostavne, koncizne i direktne**, ali i iskrene. Riječ je o natjecanju pred stručnom publikom koja vrlo brzo prepoznaje razliku između stvarne vrijednosti i praznog „fluffa“, zbog čega pretjerano uljepšavanje često radi više štete nego koristi.

Pogled na pobjedničke radove iz prethodnih godina pokazuje da ne postoji univerzalna formula za uspjeh. **Saša Škorić (Njuškalo)** smatra kako su najbolji projekti često vrlo različiti i kako ne postoji jedan recept koji se ponavlja. **Umjesto pokušaja pogađanja ukusa žirija, pobjednički radovi autentično i hrabro komuniciraju svoju priču i logiku iza ideje** zbog kojih je određeno rješenje imalo smisla u konkretnom kontekstu.

Važnost MIXX-a ne završava na agencijskoj strani industrije. Iz klijentske perspektive, **Nela Fegić Moguljak (Imago Ogilvy)** napominje da strukovne nagrade potvrđuju zrelost brenda i jasno postavljenu digitalnu strategiju. Iza svake nagrađene kampanje stoje **kvalitetan brief, povjerenje i dugoročna suradnja između brenda i agencije**, dok je sama nagrada javna potvrda kvalitete suradnje između brenda i agencije.

Često se postavlja pitanje koliko su na MIXX-u ravnopravni manji timovi i agencije u odnosu na velike sustave. **Duro Korać (Nivas)** naglašava da MIXX kontinuirano vrednuje projekte u kontekstu tržišta i ostvarenih rezultata, neovisno o budžetu ili veličini tima. Iako velike agencije češće osvajaju nagrade zbog većeg broja projekata i kreativaca, **kvaliteta rada i jasno ispričan case ostaju ključni kriteriji**. Fokus na kvalitetnu prijavu, poručuje, često čini presudnu razliku.

Poruku za sve koji se još uvijek premitljaju oko prijave ima **Lucija Potočnik (Studio Sonda)**. Osim što MIXX donosi vidljivost projektima i agencijama, sam proces prijave vidi kao vrijedan alat samorefleksije i profesionalnog rasta. Uz rekordnih 20 kategorija, prostora za sudjelovanje ima više nego ikad, a **svatko tko vjeruje u kvalitetu svog rada ima priliku stati rame uz rame s najboljima na domaćoj digitalnoj sceni**.

Više informacija o natjecanju i prijavi pronađite na [službenim stranicama](#).

lider.media, 26.1.2026.

Evidencijski broj / Article ID: 25829261

Naslov / Title: Digital u fokusu: kako MIXX definira izvrsnost domaće kreativne scene

URL: [Originalni članak](#)

OTS: 693
