

Hrvatska ponovno na svjetskoj pozornici – Imago Ogilvy iz Cannesa donosi broncu

Na najuglednijem svjetskom festivalu kreativnosti Cannes Lions 2026, agencija Imago Ogilvy osvojila je brončanu nagradu za kampanju „A Cry for Hydration“, realiziranu za brend Studena.

Hrvatska kreativna scena ponovno se našla među najboljima na svijetu. **Agencija Imago Ogilvy osvojila je brončanog lava** na ovogodišnjem natjecanju **Cannes Lions**, najprestižnijem svjetskom natjecanju kreativnosti, za kampanju „[A Cry for Hydration](#)“ kategoriji **Social & Creator**, u podkategoriji **Local Brand** razvijenu za brend Studena.

Inspiraciju za kampanju pronašli su u dobro poznatoj frazi „Umirem od žeđi“. Kako bi tu svakodnevnu izjavu pretvorili u doslovnu i upečatljivu priču, posegnuli su za motivom tradicionalnih narikača koje oplakuju posljednje trenutke prije osvježavajućeg gutljaja vode. Kombinacijom lokalnog kulturnog nasljeđa, humora i jasne poruke o hidrataciji nastala je kampanja koja je privukla pažnju međunarodnog žirija i publike.

Za Imago Ogilvy ovo je **drugi Cannes Lion**, osvojen točno deset godina nakon prvoga kada je Imago kampanjom „**Wing of Love**“ za Janu osvojio prvi Cannes Lion za Hrvatsku, inspiriran pričom o rodama Malenoi i Klepetanu. Deset godina poslije, agencija se ponovno vraća iz Cannesa s nagradom, potvrđujući kontinuitet kreativne izvrsnosti na najvišoj međunarodnoj razini.

S ovom je kampanjom Imago ove godine osvojio i regionalno i domaće tržište na Danima komunikacija u Rovinju osvojivši zlato i srebro na BalCannesu, tri zlata na IdejiX te zlato na MIXX-u. Ovaj uspjeh predstavlja veliko priznanje ne samo za agenciju, već i za hrvatsku komunikacijsku industriju, potvrđujući da domaća kreativnost može ravnopravno konkurirati na najvišoj međunarodnoj razini.

Sve informacije o dodijeljenim nagradama festivala Cannes Lions dostupne su na canneslions.com.