

2021

Efficient creativity
under the pandemic
pressure.



effie AWARDS

SERBIA



EFFIE TIM

2021 Efficient creativity
under the pandemic
pressure.

FESTIVAL

Miloš Simić / Predsednik Organizacionog odbora Effie Awards Serbia

Žarko Sakan / Član Organizacionog odbora Effie Awards Serbia

Jelena Ivanović / Izvršni direktor, IAA Serbian Chapter

Lidija Savić / Menadžer projekta, Effie Awards Serbia

Art Direction: Slavimir Stojanović Futro

Digital & Web:

Direct Media United Solutions

Orange Studio

CEREMONIJA DODELE NAGRADA

Režiseri dodele nagrada:

Đorđe Marjanović i Peđa Marković

Dizajn grafika: Ivan Aranđelović

Studio: Sky Music Production

Web streaming realizacija: Zoom Media

Snimatelj priloga: Branislav Pećaranin

Montažer priloga: Andrija Radosavljević



ORGANIZATOR

2021 Efficient creativity
under the pandemic
pressure.

MEĐUNARODNO UDRUŽENJE PROPAGANDISTA BEOGRADSKI OGRANAK
IAA Serbian Chapter
Bulevar Zorana Đindića 144, Beograd, Srbija
www.effie.rs

Effie Worldwide
148 Madison Avenue, 4th Floor New York, NY 10016 United States
www.effie.org



2021 Efficient creativity
under the pandemic
pressure.

Uvodno obraćanje

Nakon godinu dana pauze, održan je četvrti po redu Effie Awards Serbia festival, ali ove godine po prvi put u novom, online, formatu. Podrška celokupne industrije, a pre svega IAA, obezbedila je da i ove godine odemo korak dalje u organizaciji Festivala.

Sve faze ovogodišnje Effie sezone u Srbiji održane su online, pa tako i svečana dodjela nagrada, čija je realizacija bila posebno izazovna. Effie Awards Serbia već četiri godine postavlja visoke kriterijume i nove standarde u vrednovanju tržišnih komunikacija, nastojeći da dodatno edukuje struku. Njegovu vrednost za ovdašnje tržište najbolje oslikava činjenica da smo i ove godine imali više od 40 prijavljenih radova (u 24 kategorije).

Effie Awards Serbia posebnu zahvalnost duguje članovima Effie žirija, koji su i ove godine, tokom višesatnih online sesija, pregledanju i ocenjivanju radova pristupili veoma profesionalno, odgovorno i posvećeno (uspevajući da odgovore na globalne standarde, koje Effie WW propisuje). Radove je ocenjivao žiri u sastavu od ukupno 45 istaknutih predstavnika industrije, uz prisustvo moderatora - predsednika prof. Srđana Bogosavljevića i potpredsednice Jelene Gavrilović Šarenac. I ove godine ocene Effie žirija bile su jedini kriterijum za ulazak u finale, te se 2021. godine u finalu našlo 15 radova u 9 kategorija!

Budući da ove godine Organizacionom odboru ističe mandat, želeo bih da se iskreno zahvalim svim članovima na podršci i želji da svojim znanjem i iskustvom doprinesu realizaciji ovako važnog projekta. Veliku zahvalnost dugujemo svim takmičarima i partnerima koji već četvrtu godinu zaredom prepoznaju značaj Festivala. Narednom Organizacionom odboru želim uspešan mandat i još kvalitetnija takmičenja.

Miloš Simić,
Predsednik Organizacionog odbora Effie Awards Serbia



ŠTA JE EFFIE?

2021 Efficient creativity
under the pandemic
pressure.

Šta je Effie? ---

Effie Awards je priznanje koje se dodeljuje na lokalnom, regionalnom i globalnom nivou agencijama i oglašivačima koji stope iza uspešnih marketinških kampanja koje su ostvarile ili premašile postavljene ciljeve i tako rešile izazove pred kojima su se našli njihovi brendovi i kompanije. Podstiče povezivanje partnera, razmenu znanja i iskustva, i kontinuirano promoviše tržište komunikacije kao uspešno sredstvo za razvoj biznisa.

U čemu je Effie poseban? ---

Dok druga takmičenja u advertising industriji nagrađuju veština izvođenja ili originalnost ideje, Effie uzima u obzir ceo proces – strateško planiranje, istraživanje tržišta, kreativnu razradu ideje i upotrebu medija – procenjujući kako su sve ove marketinške discipline funkcionalne zajedno. Effie odaje priznanje najznačajnijem dostignuću naše profesije – idejama koje su uspešno obavile svoj zadatak – i uzima u obzir svaki oblik tržišnih komunikacija koji je doprineo uspehu nekog brenda. Svaka ideja realizovana kroz jedan ili kombinaciju različitih medija ima pravo da konkuriše za Effie, ukoliko iza nje stoje merljivi rezultati koji pokazuju da su marketinški ciljevi ostvareni ili premašeni.

Effie u svetu

Effie je prvi put organizovala Američka marketing asocijacija sa sedištem u Njujorku (AMA) 1968. godine, a početkom osamdesetih u Evropi uvodi je Nemačko udruženje marketinških agencija (GWA). Kasnije je ovo takmičenje počelo da se organizuje u Belgiji, Holandiji, Francuskoj, Austriji... Pored evropskih zemalja, Effie će naći i u Čileu, Meksiku, Japanu, Singapuru...Danas se Effie dodeljuje na 5 kontinenata i preko 55 zemalja, a od 2017. među njima je i Srbija. Za skoro pola veka postojanja, Effie je globalni simbol uspešnosti. Global Effie dodeljuje se kompanijama koje su bile uspešne u najmanje 6 zemalja sveta, a za Euro Effie mogu da se kandiduju kampanje koje su se realizovale u bar dve zemlje Starog kontinenta.

Effie Worldwide

Effie Worldwide je neprofitna organizacija posvećena promovisanju i unapređenju prakse efektivnosti marketinških komunikacija. Effie Worldwide, organizator dodele Effie nagrada, ukazuje na marketinške ideje koje su delotvorne i ohrabruje dijalog onih koji ih sprovode, a deluje i kao izvor edukacije za industriju. Effie mreža saraduje sa nekim od najboljih istraživačkih i medijskih organizacija širom sveta kako bi obezbedila relevantan uvid u efektivne marketinške strategije. Effie nagrade su globalno poznate među oglašivačima i agencijama kao nagrade koje ističu efektivnost komunikacija, odnosno one koje prepoznaju sve oblike komuniciranja koji doprinose uspehu brendova.

Effie Awards Srbija

Dolazak ove nagrade u Srbiju nije samo prilika za još jedno rangiranje domaćih kampanja koje su ostvarile dobre rezultate, već ogroman doprinos unapređenju struke, što je jedan od najvažnijih ciljeva IAA, kao nacionalnog ogranka međunarodne asocijacije (www.iaa.rs). Organizovanjem festivala sa međunarodnom licencom, struka u Srbiji staje rame uz rame sa kolegama iz Evrope, ali i čitavog sveta. Effie je više od trofeja. To je inicijativa koja podržava tržišne komunikacije kao delotvorno marketinško sredstvo. Effie Awards na najbolji način promoviše saradnju oglasnivača i agencija u cilju stvaranja i razvijanja uspešnih brendova. Iстичањем merljivih rezultata као најваžnijeg kriterijuma, Effie predstavlja jasan dokaz da se tržišne komunikacije isplate.

Effie Effectiveness Index

Status finaliste, prema pravilima Effie takmičenja, već sam po sebi predstavlja veliki uspeh, jer se kao finalista za 2021. godinu agencije i kompanije prema broju poena rangiraju u okviru Effie Effectiveness Index-a – godišnjeg svetskog rangiranja efektivnih marketinških komunikacija. Effie Index predstavlja rang-listu najefektivnijih agencija, oglasnivača i brendova na globalnom nivou. Kao finalista za 2021. godinu, imena potpisanih autora koja su u prijavama navedena, biće upotrebljena za sumiranje rezultata Effie Effectiveness Index-a. Rangiranje uključuje: oglasnivače, brendove, agencije, nezavisne agencije, mreže i holding kompanije.



ORGANIZACIONI ODBOR

Organizacioni odbor rukovodi celokupnim Effie programom i nadgleda sve njegove segmente – odlučivanje o takmičarskim kategorijama, izbor članova žirija, prijavljivanje radova, budžet Effie festivala, edukacija, organizacija svečane ceremonije i druge delatnosti. Izbor članova Effie organizacionog odbora vrši se prema globalnim Effie standardima i kriterijumima. Članovi su vodeći ljudi iz redova oglašivača, agencija, medija i predstavnici su različitih oblasti, kako bi se obezbedila raznovrsnost znanja i iskustva (kreativa, strategija, planiranje, mediji, digital, istraživanje i slično). Mandat članova traje dve godine.

2021 Efficient creativity
under the pandemic pressure.



Miloš Simić
Predsednik OO
IAA Serbia



Andelko Trpković
CEO
Publicis One Serbia



Žarko Sakan
CEO
New Moment New Ideas
Company



Jovan Stojanović



Nataša Đurđević



Vana Henriksen
Communications Director
United Group



Kosanče Dimitrijević
Special Senior Advisor
Alma Quattro



Danijela Jovanović
Marketing Director
Huawei



Sandra Lazarević
Head of PR and Marketing
Banca Intesa



Ana Milićević Vukoje
Marketing and
Communication Director
Carlsberg Serbia



Snežana Teodorović
Marketing Director / Strategic
Business Unit Snacks
Soko - Štark



Jelena Čađenović
Brand, Insights and Experience
Management Director
A1 Srbija



Jelena Jazić
Managing director
McCann Beograd

A graphic element consisting of three identical, stylized, grey, funnel-shaped forms arranged horizontally. They resemble noses or funnels pointing upwards. In the center of this arrangement is the word "ŽIRI" in a large, white, bold, sans-serif font. A small, dark grey, upward-pointing arrow is positioned above the letter "Ž".

ŽIRI

2021

Efficient creativity
under the pandemic
pressure.

Sastav Effie žirija

U Effie žiriju za dodelu priznanja u Srbiji nalaze se neki od najistaknutijih marketinških stručnjaka iz zemlje, pažljivo odabranih za obavljanje ovog važnog i nimalo jednostavnog zadatka, zbog čega svi članovi Effie žirija prolaze posebnu edukaciju koju organizuje Effie Srbija. Tokom formiranja Effie žirija vodi se računa o principu ravnopravnosti, kako bi sastav predstavljao realan presek industrije. U njemu se nalaze ljudi različitih profila i iskustva: predstavnici advertising agencija, oglašivača, medijskih agencija i istraživačkih kompanija. Takođe, u Effie žiriju su zastupljeni ljudi iz velikih, ali i malih kompanija, članica globalnih mreža, ali i nezavisnih agencija.

Proces žiriranja i Effie žiri

Effie odaje priznanje najznačajnijim dostignućima naše profesije – idejama koje su uspešno obavile svoj zadatak. Svaka ideja realizovana kroz jedan ili kombinaciju različitih medija ima pravo da konkuriše za Effie, ukoliko iza nje stoje merljivi rezultati koji pokazuju da su marketinški ciljevi ostvareni ili premašeni.

Način ocenjivanja

Najvažnija je efikasnost. Svi prijavljeni radovi za Effie Awards Serbia prolaze kroz dva kruga selekcije. Kako bi prijavljeni rad u prvom krugu dobio visoku ocenu potrebno je da ima jasne i merljive poslovne i komunikacione ciljeve, dobro obrazložen poslovni kontekst, kao i da pruži uverljive dokaze – rezultate da je marketinška aktivnost ostvarila ili premašila te ciljeve. Članovi Effie žirija procenjuju pre svega efikasnost i rezultate, zatim ideju, strateški i kreativni materijal, i boduju svaki rad tako što daju četiri zasebne ocene prema sledećim kriterijumima:

*Strateški izazov i postavljeni ciljevi (23,3%)

*Ideja (23,3%)

*Realizacija ideje (23,3%)

*Rezultati (30%)



Bogosavljević Srđan
PREDSEDNIK ŽIRIJA,
MMB & Consultant Ipsos



Gavrilović Šarenac Jelena
POTPREDSEDNICA ŽIRIJA,
Head of Corporate Communications
Henkel Serbia and Henkel Adria
(Bosnia-Herzegovina, Croatia, Slovenia)



Aranđelović Vladimir
Executive Ad Tech Director
Ringier Axel Springer Serbia



Bogosavljević Jovanović Mina
Insight Consultant
EyeSee Research



Budimir Milka
Portfolio & Consumer Value Manager
South East Europe
Philip Morris International



Černiševski Igor
Head of Digital
Direct Media United Solutions



Čović Đorđe
Marketing Executive
Nielsen



Ćirović Predrag
Managing Director
GfK Belgrade



Dokić Jeremić Smiljka
Head of Marketing
Erste Bank



Dukić Miloš
Head of Marketing Communications
Telekom Srbija



Đokić Neda
Marketing Manager
Heineken



Đorđević Aleksandar
Strategic Planning Director
UM



Đurđević Saša
Analyst advisor in marketing
Pink International Company



Đurković Iva
Managing Director
OMD



Fišić Bojana
Strategic Director
Fullhouse Ogilvy



Golub Zoran
Marketing Director
Atlantic Grand kafa



Grmuša Igor
Country Manager
Degordian



Jankuloski Goran
Managing Partner
Žiška



Joksimović Marija
Managing Director
SVA New Concept



Knežević Maja
Head of Consumer and
Market Insight Team
Atlantic Grupa



Kosovac Marko
Managing Director
Plus Media



Kurčubić Predrag
Managing Director
Ipsos Strategic Marketing



Lalević Sanja
Facebook Lead
Facebook – Htppool



Landauer Desanka
Head of Marketing
McDonald's



Mamula Tatjana
Managing Director
ACT2B



Martić Jelena
Global Marketing Manager ACB
Tiling
Henkel



Marković Maja
Head of Media
Mercator S



Matijašević Dušica
Director of Advertising and Strategy
Executive Group



Milovanović Darko
Group Brand Manager
Nectar



Mitić Nataša
Ad Sales Director Serbia
The Walt Disney Company



Milkić Andreja
Account Director
Leo Burnett



Mirčić Ljušić Jelena
Group Account & Strategy Director
Kreativa Unlimited



Nikodijević Olivera
Marketing Director Serbia and Montenegro
Molson Coors



Nikolić Jasmina
Client Service Director
New Moment New Ideas Company



Novaković Bojana
Sales Director
Alma Quattro



Papestijević Olivera
Marketing Director
Carnex



Petrović Tanja
Innovation Strategy Director Europe
The Coca-Cola Company



Pribičević Katarina
Strategic Planning Director
McCann Beograd



Radaković Ivo
Izvršni direktor marketinga
OTP banka Srbija



Stanković Lea
Executive Director
Communis DDB



Šobot Marko
Media director - Serbia, Bosnia and
Herzegovina, Montenegro
Publicis Media



Trikoš Đorđe
Insight & Communication Strategist
Ovation BBDO



Tintor Goran
Chief Business Development Officer /
Co-founder
Data Do



Udovčić Kričković Ana
Direktor odeljenja za marketing komunikacije
Banca Intesa



Vještice Jovana
Communication Manager
Carlsberg Srbija



Vujašković Đureinović Maja
Communications Operations Manager
IKEA Southeast Europe



Žeković Jelena
Brand and Campaigns Team Manager
A1 Srbija



FINALISTI

2021

Efficient creativity
under the pandemic
pressure.

Nakon predstavljanja radova i diskusije, članovi Effie žirija individualno i anonimno unose svoje ocene (10-100 bodova), koristeći onlajn portal. Finalna ocena za svaki rad predstavlja prosek ocena svih članova Effie žirija koji su učestvovali u ocenjivanju. Zbog konflikta interesa pojedini članovi Effie žirija se isključuju iz ocenjivanja određenih kategorija.

Nakon prvog kruga određuju se finalisti sa najvećim brojem bodova i otvara se drugi/ finalni krug žiriranja. U finalnom krugu žiriranja ocenjuju se i „takmiče“ finalisti u svakoj kategoriji, prema već pomenutim kriterijumima. Nakon diskusije članova Effie žirija, zaključuju se ocene.

Po završetku ocenjivanja, u saradnji sa Effie Worldwide-om kreira se rang-lista svih ocena finalista, kako bi se utvrdili pragovi bodova za zlato, srebro i bronzu, za svaku kategoriju. Moguće je da se u nekoj kategoriji dodeli jedna, dve, tri, četiri ili nijedna nagrada. Imena pobednika nisu poznata ni članovima Effie žirija sve do proglašenja pobednika na Effie gala ceremoniji, kada se svečano dodeljuju nagrade.

Beverages (Non-alcohol) - Carbonated Drinks

Pića (Bezalkoholna pića) - Gazirana pića

DISCOVERED BY COKE

Klijent: The Coca-Cola Company

Brend: Coca-Cola

Glavna agencija: Publicis Skopje

Agencije partneri: Universal Media Beograd, Levant, Žiška,

Represent Communications

Leveraging on teens No1 passion – music, our challenge was to genuinely connect with this creative digital generation and create exciting experience that drives purchase on IC packs despite simultaneous price increase.

Introducing Discovered by Coke - the first fully online music talent show in Serbia, where simple can of Coke become an



opportunity for teens to show their talent and become next music stars.

The show had amazing results helping to revert the negative trend on IC volume share, increase engagement rate and strengthen all image indicators.

Beverages (Non-alcohol) - Carbonated Drinks

Pića (Bezalkoholna pića) - Gazirana pića

SRCE NA HEJT

Klijent: The Coca-Cola Company

Brend: Sprite

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencije partneri: Kreativa Unlimited, Žiška, Represent

Communications, UM Beograd

Prepoznavanje važnog problema za mlade ljude kao što je online nasilje i pokretanje razgovora o ovoj temi pokazalo se kao vrlo važno i u pravom trenutku. Još važnije, lokalni pristup ovoj temi kroz istinita svedočenja poznatih lica za ciljnu grupu doprineo je tome da ova priča bude autentična, istinita i relevantna. Dodatno, ova priča nije deklarativna i mračna, ovo je priča o pobedi i ljubavi, jer ljubav uvek pobedi svaku mržnju.



Beverages (Non-alcohol) – Carbonated Drinks

Pića (Bezalkoholna pića) – Gazirana pića

COCA-COLA OTKRIVA MISTERIJE SRBIJE!

Klijent: The Coca-Cola Company

Brend: Coca-Cola

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencije partneri: Kreativa Unlimited, Represent Communications, UM Beograd, Drive

Coca-Cola je otkrila mladima 4 misteriozne lokacije u Srbiji i postala relevantna za više od polovine njih! Mladi u Srbiji misle da Coca-Cola uvek radi nove stvari i to čak za 12.7pp više



u odnosu na prethodnu godinu. Kao rezultat relevantnosti i inovativnost zabeležili smo rast u prodaju IC pakovanja i to +8.4% više u odnosu na isti period prethodne godine!

Beverages (Non-alcohol) – Non carbonated drinks

Pića (Bezalkoholna pića) – Negazirana pića

SAMO PROBAJ

Klijent: The Coca-Cola Company

Brend: Next Joy

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencije partneri: Kreativa Unlimited, UM Beograd, Represent Communications, Žiška

I pored ulaska novog igrača u kategoriju, Next Joy je jedini brand koji je uspeo da poboljša svoj rezultat u regionu jugoistočne Srbije. Pored toga Next Joy je uspeo da sačuva lidersku poziciju na ukupnom tržištu Srbije.

Kombinacija medijskog formata, pesme, autora i izvođača pomogli su nam da ostvarimo svoje poslovne ciljeve, ali i da povećamo brand parametre i budemo voljeniji brand nego što smo to bili pre kampanje, kako u jugoistočnoj Srbiji, tako i na ukupnom tržištu Srbije!



Beverages (Non-alcohol) - Non carbonated drinks

Pića (Bezalkoholna pića) - Negazirana pića

TUBE OH, CHERRY

Klijent: Knjaz Miloš

Bренд: Tube Oh, Cherry

Glavna agencija: Luna TBWA Beograd

Agencije partneri: OMD Srbija, Filmska Kuća Baš Čelik

Our goal was to get a step closer to leadership position through volume sold and market share increase. We presented new taste, Oh, Cherry that was an invitation to our TG to enter our special TUBE universe where anything was possible! We created this universe and we communicated it through TV, OOH, digital and POSM. The results were amazing with +7,1% in volume sales and +4,6pp in market share. And the leadership position? Oh yes, we conquered that too!



Finance, Financial Cards & Insurance

Finansije, finansijske kartice i osiguranje

VISA - WHERE YOU SHOP MATTERS

Klijent: Visa Inc. (Srbija)

Bренд: Visa - Where You Shop Matters

Glavna agencija: Ovation BBDO

Visa je tokom pandemije organizovala kampanju podrške lokalnim trgovcima, koji su se prvi našli na udaru ekonomske krize. Znajući emotivnu povezanost ljudi sa lokalnim malim brendovima, kampanja Srcem uz domaće uspešno podstiče potrošače da se okrenu kupovini u lokalnim trgovinama. Ta podrška im je omogućila ne samo da pregruraju najteže dane, nego i da tokom krize porastu. Tako je još jednom potvrđeno da je kupovina u lokalnom dučanu, kafeteriji ili od lokalnog занatlije duboko ukorenjena navika koja je otpornija nego što se mislio.



Internet & Telecom
Internet i telekomunikacije

GODINE SU BITNE

Klijent: A1 Srbija

Brend: Godine su bitne

Glavna agencija: Leo Burnett (Belgrade)

Agencije partneri: Baš Čelik, OMD, Fullhouse Ogilvy

U industriji koja se fokusira na privlačenje novih korisnika, lojalni korisnici se osećaju zapostavljeni. Zato je A1 Srbija odlučio da letrinu kampanju posveti jačanju lojalnosti korisnika kroz jedinstvenu personalizovanu ponudu - za sve naše postpaid korisnike, popust na telefone srazmeran broju godina provedenih u A1 Srbija. Želeli smo da pokažemo da su u A1 Srbija „godine bitne“, jer nagradujemo lojalnost - što si „stariji“ čeka te veći popust! Rast zadovoljstva korisnika od 8% uz povećanje parametra brand preference (5%) iz baze pokazuje da je kampanja pored prodajnih uspeha uticala i na jačanje lojalnosti.

Internet & Telecom
Internet i telekomunikacije

MAME, DOBRO DOŠLE NA SVET

Klijent: A1 Srbija

Brend: Mame, dobro došle na svet

Glavna agencija: Leo Burnett (Belgrade)

Agencije partneri: OMD Serbia, Fullhouse Ogilvy, Kreativa Unlimited, Executive Group

U trenutku kada su majke u Srbiji novom zakonskom regulativom stavljenе u još nepovoljniji ekonomski i socijalni položaj, A1 Srbija kao prva sertifikovana Family Friendly kompanija u Srbiji, skreće pažnju javnosti na položaj majki i donosi ponudu kojom svim novim mamama omogućava besplatan postpaid prvih 9 meseci.



Godine
su bitne

Borivoje, 6 godina

Za sve tvoje godine u Vipu
specijalni popust na sve telefone,
uz još moćniji NEO.

Vip je od 1.1.2019. u poslovima i na web stranici u Srbiji i na teritoriji Evropske Unije, uključujući Makedoniju. Specijalni popust je u odnosu na cijenu telefona. Upravo počinje preporodno razdoblje u Vip-u, pa tako kaže se obilježje njegova dočekivanja.

060 1234 | www.viptelecom.rs



Mame,
dobro došle
na svet

Za nove mame u 2019. bilo koja postpaid
tarifa prvih 9 meseci besplatno.

Biti mama je druga priča.

Vip je od 1.1.2019. u poslovima i na web stranici u Srbiji i na teritoriji Evropske Unije, uključujući Makedoniju. Specijalni popust je u odnosu na cijenu telefona. Upravo počinje preporodno razdoblje u Vip-u, pa tako kaže se obilježje njegova dočekivanja.

060 1234 | www.viptelecom.rs



Točna priča o mamama imala je ubedljivo najveći efekat na emocije korisnika među svim telko kampanjama u 2019. što je praćeno i najvećim rastom zadovoljstva korisnika od kada A1 Srbija vrši merenja, kao i visokom prepoznatljivošću kampanje.

Snacks & Desserts
Grickalice & slatkiši

TVOJ PLAZMA RITUAL

Klijent: Koncern "BAMBI"

Brend: Plazma

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencije partneri: Communis DDB, Žiška, United Moment, UM Beograd

Plazma je voljena, poznata, apsolutni lider... Koji uvek nastoji da raste daje. Istraživanjem smo utvrdili da Plazma može da se jede na bezbroj načina i da svako ima svoj, omiljeni - što ne znači da ne može da u život uvede i neki novi! Kampanjom Tvoj Plazma ritual smo podsetili na postojeće i inspirisali nove



rituale, kreirali prilike i uspeli da ozbiljno porastemo - u odnosu na isti period prethodne godine, volumenski smo rasli više od planiranog, a zabeležili smo i vrlo značajan rast MS-a i vrednosnog udela.

Other
Ostalo

GALENIKA DEFIRINOL FORTE

Klijent: Galenika
Brend: Defrinol forte
Glavna agencija: Executive Group

Galenikin Defrinol forte pripada kategoriji lekova bez recepta za ublažavanje simptoma prehlade i gripe. Ovo je najagresivnija kategorija za oglašavanje, jer predstavlja skoro 1/3 farmaceutskih proizvoda kompanija i godišnjih prihoda. Ciljevi Defrinolove prve kampanje su podizanje svesti i brand pozicioniranje među dugogodišnjom "poznatom konkurenциjom".

Tokom kratke sezone prehlade i gripe, Defrinol, koji se do 2018. nije oglašavao kroz masovne medije, preuzeo je lidersku



poziciju u 2019. od Fervex-a u market share unit-u, i postigao rast od 7% uprkos padu kategorije za 21% u odnosu na prethodnu, 2018. godinu.

G Galenika d.o.o.
BEograd

Data-Driven

ROMING DIGITAL KAMPAJNA

Klijent: A1 Srbija

Brend: Roming Digital Kampanja

Glavna agencija: Fullhouse Ogilvy

Agencija partner: OMD

Izazov je bio da prevaziđemo postignute zavidne rezultate u prodaji Roming Net Dodataka iz 2018., koristeći samo jedan kanal, digital, sa gotovo deset puta manjim ulaganjima od onih za prošlogodišnju kampanju za Roming Net. Iskoristili smo podatke o putnicima i putovanjima, postigli visok nivo individualizacije poruka, te maksimizovali relevantnost i efikasnost komunikacije. Komunikacija je segmentirana po tipu putovanja, destinaciji i geolokaciji. Proizvedeno je 125 jedinstvenih kreativa i sproveden mikrotargeting i remarketing. Ostvarili smo skok u prodaji od 136% YoY i rast prihoda od 145% YoY.

Media Idea & Media Innovation
Medijska ideja i medijska inovacija

NE ODRIČEM SE

Klijent: Udruženje Da Se Zna!

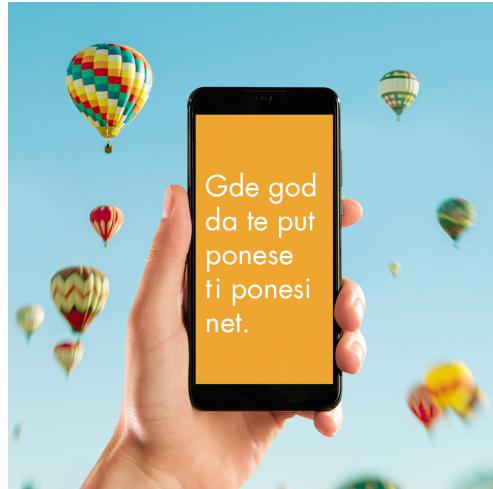
Brend: Da se zna

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencija partner: UM Beograd

Kada smo krenuli u ovu priču nismo verovali da će jedno duboko tradicionalno i konzervativno društvo da reaguje dvotrećinski pozitivno na jednu LGBT temu imajući u vidu njihove prethodne stavove o ovoj populaciji.

Ipak, za samo 308 eur budžeta, koliko su koštali mali oglasi, u 15 dnevnih novina širom Srbije stigli smo do 1.5 miliona ljudi



za samo 3 dana! Generisali smo ukupnu medijsku vrednost od 115.5k eura i ostvarili 2.7 miliona impresija na društvenim mrežama.

Jedan mal i zastareli medijski format uspeo je da pomeri planine!

Social Good - brands
Dobra dela - brendovi

MAME, DOBRO DOŠLE NA SVET

Klijent: A1 Srbija

Brend: Mame, dobro došle na svet

Glavna agencija: Leo Burnett (Belgrade)

Agencije partneri: OMD, Fullhouse Ogilvy, Kreativa Unlimited, Executive Group

U trenutku kada su majke u Srbiji novom zakonskom regulativom stavljenе u još nepovoljniji ekonomski i socijalni položaj, A1 Srbija kao prva sertifikovana Family Friendly kompanija u Srbiji, skreće pažnju javnosti na položaj majki i donosi ponudu kojom svim novim mamama omogućava besplatan postpaid prvih 9 meseci.

Social Good - brands
Dobra dela - brendovi

SENIORI - IMAM MINUT

Klijent: A1 Srbija

Brend: Seniori - Imam minut

Glavna agencija: Leo Burnett (Belgrade)

Agencije partneri: Baš Čelik, OMD, Fullhouse Ogilvy, Executive Group

2020. donosi izazove celokupnom društvu, a naročito našim starijim sugrađanima, stavljajući već dovoljno izolovanu grupu u još veću izolaciju. Potreba da im posvetimo vreme i da utičemo na njihovu inkluziju raste, te je svaki minut naše pažnje za njih velika stvar.



Topla priča o mamama imala je ubedljivo najveći efekat na emocije korisnika među svim telko kampanjama u 2019. što je praćeno i najvećim rastom zadovoljstva korisnika od kada A1 Srbija vrši merenja, kao i visokom prepoznatljivošću kampanje.



Posebnom 65+ tarifom, vremenom u call-centru i poslovnicama, A1 Srbija poziva da nađemo minut i starijima posvetimo ono najvrednije – vreme. Kampanjom je skrenuta pažnja javnosti o čemu svedoči dupliran broj CSR bjava, premašeni očekivani rast baze korisnika 65+, kao i titula najefikasnije telko kampanje u poslednje 4 godine.

Social Good - brands

Dobra dela - brendovi

BUDI DEDA MRAZ

Klijent: The Coca-Cola Company

Brend: Coca-Cola

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencije partneri: Kreativa Unlimited, Represent Communications, Žiška, UM Beograd

Nova godina nije samo period slavlja i zabave. Nova godina je vreme darivanja i porodične topline, ali i brige o onima kojima je to uskraćeno.

Više nije dovoljno biti samo simbol praznika, i zbog toga je Coca-Cola odlučila da ove godine kreira širu, smisleniju i društveno odgovornu akciju u kojoj je pružila mogućnost svima koji žele da postanu Deda Mraz lično, makar na trenutak, i tako zajedno sa nama povećaju količinu dobrih dela namenjenu deci ometenoj u razvoju i povećaju količinu neophodne opreme koju ćemo donirati baš njima.

#BudiDedaMraz

Svetu je potrebno više nas

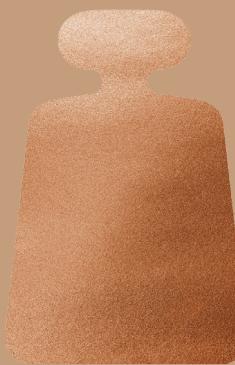




NAGRADE

2021

Efficient creativity
under the pandemic
pressure.



BRONZA

Other
Ostalo

GALENIKA DEFRINOL FORTE

Klijent: **Galenika**
Brand: **Defrinol forte**
Glavna agencija: **Executive Group**

Galeninik Defrinol forte pripada kategoriji lekova bez recepta za ublažavanje simptoma prehlade i gripe. Ovo je najagresivnija kategorija za oglašavanje, jer predstavlja skoro 1/3 farmaceutskih proizvoda kompanija i godišnjih prihoda. Ciljevi Defrinolove prve kampanje su podizanje svesti i brand pozicioniranje među dugogodišnjom "poznatom konkurenjom".

Tokom kratke sezone prehlade i gripe, Defrinol, koji se do 2018. nije oglašavao kroz masovne medije, preuzeo je lidersku poziciju u 2019. od Fervex-a u market share unit-u, i postigao rast od 7% uprkos padu kategorije za 21% u odnosu na prethodnu, 2018. godinu.



PODACI O POJEDINCIMA:

Executive Group Srbija

Dušica Matijašević
Director of Advertising and
Strategy

Bojan Babić
Creative Director

Nemanja Stanković
Creative Director

Elena Bajević
Senior Account Manager

Milena Nikolić
Art Director

Mirko Radeka
Senior Digital Account Manager

Katarina Marković
Senior Digital Account Executive

Natasa Boranović
Digital Account Manager

Galenika A.D. Srbija

Olga Stevanović
Product Manager

Snacks & Desserts
Grickalice & slatkisi

TVOJ PLAZMA RITUAL

Klijent: Koncern "BAMBI"

Brend: Plazma

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencije partneri: Communis DDB, Žiška, United Moment, UM Beograd

Plazma je voljena, poznata, apsolutni lider... Koji uvek nastoji da raste dalje. Istraživanjem smo utvrdili da Plazma može da se jede na bezbroj načina i da svako ima svoj, omiljeni - što ne znači da ne može da u život uvede i neki novi! Kampanjom Tvoj Plazma ritual smo podsetili na postojeće i inspirisali nove rituale, kreirali prilike i uspešili da ozbiljno porastemo - u odnosu na isti period prethodne godine, volumenski smo rasli više od planiranog, a zabeležili smo i vrlo značajan rast MS-a i vrednosnog udela.



PODACI O POJEDINCIMA:

Koncern "BAMBI" a.d. Srbija

Aleksandra Savić
Senior Brand Manager

Strahinja Inić
Junior Brand Manager

Nemanja Brković
Senior Corporate
Communication Manager

Milica Šetka
Marketing Director

Marija Rakić
Senior Brand Manager

McCann Beograd Srbija

Vera Aćimović
Strategic Planner

Jana Savić Rastavac
Executive Creative Director

Miloš Paunović
Associate Creative Director

Jovana Bradaš
Associate Creative Director

Sara Jović
Group Account Director

Beverages (Non-alcohol) - Non carbonated drinks

Pića (Bezalkoholna pića) - Negazirana pića

TUBE OH, CHERRY

Klijent: Knjaz Miloš

Bренд: Tube Oh, Cherry

Glavna agencija: Luna TBWA Beograd

Agencije partneri: OMD Srbija, Filmska Kuća Baš Čelik

Our goal was to get a step closer to leadership position through volume sold and market share increase. We presented new taste, Oh, Cherry that was an invitation to our TG to enter our special TUBE universe where anything was possible! We created this universe and we communicated it through TV, OOH, digital and POSM. The results were amazing with +7,1% in volume sales and +4,6pp in market share. And the leadership position? Oh yes, we conquered that too!



PODACI O POJEDINCIMA:

LUNA TBWA Beograd Srbija

Ljubica Marinović
Group Account Director

Biljana Jožić
Account Manager

Danilo Trbojević
Art Director

Ognjen Janković
Creative Director

Tijana Bastašić
Strategic Planning Executive

Sonja Berić
Content Creator

Marko Jozović
Senior designer

Knjaz Miloš a.d. Srbija

Danijela Vujošević
Marketing Director

Milica Ignjatović
Group Brand Manager
Remix & Tube & Golf &
Gusto

Sanja Garčević
Junior Brand Manager
Tube & Marketing Export
Coordinator

Internet & Telecom
Internet i telekomunikacije

GODINE SU BITNE

Klijent: A1 Srbija

Brend: Godine su bitne

Glavna agencija: Leo Burnett (Belgrade)

Agencije partneri: Baš Čelik, OMD, Fullhouse Ogilvy

U industriji koja se fokusira na privlačenje novih korisnika, lojalni korisnici se osećaju zapostavljeno. Zato je A1 Srbija odlučio da letnju kampanju posveti jačanju lojalnosti korisnika kroz jedinstvenu personalizovanu ponudu - za sve naše postpaid korisnike, popust na telefone srazmeran broju godina provedenih u A1 Srbija. Želeli smo da pokažemo da su u A1 Srbija „godine bitne“, jer nagradujemo lojalnost - što si „stariji“ čeka te veći popust! Rast zadovoljstva korisnika od 8% uz povećanje parametra brand preference (5%) iz baze pokazuje da je kampanja pored prodajnih uspeha uticala i na jačanje lojalnosti.



Godine su bitne

Borivoje, 6 godina

Za sve tvoje godine u Vipu
specijalni popust na sve telefone,
uz još moćniji NEO.

Vip je u 2011. godini proglašen za najbolju kompaniju u Srbiji, osvojivši titulu MEA Awards za prenos
znači od zadržanja klijenta i njihovo poslovanje predstavljenog u Vip-u. Vip je takođe proglašen za najbolju agenciju u Srbiji.

060 1224 www.vipmobile.rs

PODACI O POJEDINCIMA:

Leo Burnett (Belgrade) Srbija

Anja Radulović
Creative Director

Tia Dokmanović
Account Director

Vladimir Vučićević
Senior Account Manager

Aleksandar Saničanin
Idea Maker

Miša Kostić
Senior Designer

Andrijana Vasić Nikčević
Strategy Planner

A1 Srbija

Branka Pudrija Durbaba
Senior Market Director

Jelena Čađenović
Brand, Insights and
Experience Management
Director

Biljana Jović Popović
Brand and Campaigns
Team Manager

Marija Arsenijević
Marketing
Communications Expert

Data-Driven

ROMING DIGITAL KAMPAJNA

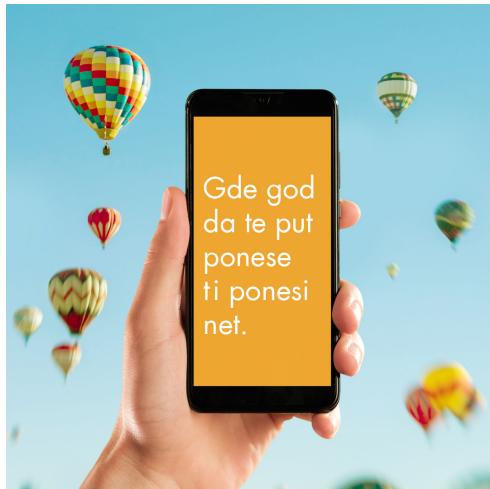
Klijent: **A1 Srbija**

Brend: **Roming Digital Kampanja**

Glavna agencija: **Fullhouse Ogilvy**

Agencija partner: **OMD**

Izazov je bio da prevaziđemo postignute zavidne rezultate u prodaji Roming Net Dodataka iz 2018. koristeći samo jedan kanal, digital, sa gotovo deset puta manjim ulaganjima od onih za prošlogodišnju kampanju za Roming Net. Iskoristili smo podatke o putnicima i putovanjima, postigli visok nivo individualizacije poruka, te maksimizovali relevantnost i efikasnost komunikacije. Komunikacija je segmentirana po tipu putovanja, destinaciji i geolokaciji. Proizvedeno je 125 jedinstvenih kreativa i sproveden mikrotargeting i remarketing. Ostvarili smo skok u prodaji od 136% YoY i rast prihoda od 145% YoY.



PODACI O POJEDINCIMA:

Fullhouse Ogilvy Srbija

Iva Mitrović
Digital Strategy&Creative Director

Nevena Milanović
Digital Group Account Director

Marko Svirčević
Digital Art Director

Jelena Ovuka
Digital Account Manager

Ivan Čorović
Motion Designer

Zorana Ćirica
Senior Digital Copywriter

A1 Srbija

Anita Galić
Digital Communication Team Manager

Katarina Andić Ivić
Marketing Communication Expert

Dragana Todorović
Media and Trade Team Manager

Marina Radonjić
Marketing Communication Expert

Media Idea & Media Innovation
Medijska ideja i medijska inovacija

NE ODRIČEM SE

Klijent: **Udruženje Da Se Zna!**

Brend: **Da se zna**

Glavna agencija: **McCann Beograd**

Agencija partner: **UM Beograd**

Kada smo krenuli u ovu priču nismo verovali da će jedno duboko tradicionalno i konzervativno društvo da reaguje dvotrećinski pozitivno na jednu LGBT temu imajući u vidu njihove prethodne stavove o ovoj populaciji.

Ipak, za samo 308 eur budžeta, koliko su koštali mali oglasi, u 15 dnevnih novina širom Srbije stigli smo do 1.5 miliona ljudi za samo 3 dana! Generisali smo ukupnu medijsku vrednost od 115.5k eura i ostvarili 2.7 miliona impresija na društvenim mrežama.

Jedan mali i zastareli medijski format uspeo je da pomeri planine!



PODACI O POJEDINCIMA:

McCann Beograd Srbija

Jana Savić Rastovac
Executive Creative Director

Lidija Milovanović
Head of Art

Sandra Milojević
Senior Graphic Designer

Jovana Milošević
Associate Creative Director

Andrea Mitić
Account Manager

Aleksandar Milojević
Senior Strategic Planner

Emina Azizi
Group Account Director

Marija Vičić
Communications Director for
Creative Excellence

Udruženje Da Se Zna! Srbija

Aleksandar Savić
Koordinator za komunikacije

Dragoslava Barzut
Programska koordinatorka

SREBRO

Beverages (Non-alcohol) – Carbonated Drinks

Pića (Bezalkoholna pića) – Gazirana pića

COCA-COLA OTKRIVA MISTERIJE SRBIJE!

Klijent: The Coca-Cola Company

Brend: Coca-Cola

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencije partneri: Kreativa Unlimited, Represent

Communications, UM Beograd, Drive

Coca-Cola je otkrila mlađima 4 misteriozne lokacije u Srbiji i postala relevantna za više od polovine njih! Mladi u Srbiji misle da Coca-Cola uvek radi nove stvari i to čak za 12.7pp više u odnosu na prethodnu godinu. Kao rezultat relevantnosti i inovativnosti zabeležili smo rast u prodaju IC pakovanja i to +8.4% više u odnosu na isti period prethodne godine!



PODACI O POJEDINCIMA:

McCann Beograd

Jelena Lešević
Group Account Director

Maja Pavlović
Account Manager

Dubravka Petrović
Associate Creative Director

Jelena Grahovac
Head of Art

Aleksandar Milojević
Senior Strategic Planner

Jelena Mančić Lubardić
Production Artist

Mladen Milašinović
Senior Art Director

Jana Savić Rastovac
Executive Creative Director

Nebojša Ereš
Audio Video Producer

The Coca-Cola Company

Julija Žigić
Senior Brand Manager
Sparkling

Social Good - brands
Dobra dela - brendovi

SENIORI - IMAM MINUT

Klijent: A1 Srbija

Brend: Seniori - Imam minut

Glavna agencija: Leo Burnett (Belgrade)

Agencije partneri: Baš Čelik, OMD, Fullhouse Ogilvy,
Executive Group

2020. donosi izazove celokupnom društvu, a naročito našim starijim sugrađanima, stavljujući već dovoljno izolovanu grupu u još veću izolaciju. Potreba da im posvetimo vreme i da utičemo na njihovu inkluziju raste, te je svaki minut naše pažnje za njih velika stvar.

Posebnom 65+ tarifom, vremenom u call-centru i poslovnicama, A1 Srbija poziva da nademo minut i starijima posvetimo ono najvrednije – vreme. Kampanjom je skrenuta pažnja javnosti o čemu svedoči dupliran broj CSR bjava, premašeni očekivani rast baze korisnika 65+, kao i titula najefikasnije telko kampanje u poslednje 4 godine.



PODACI O POJEDINCIMA:

Leo Burnett (Belgrade)

Anja Radulović
Creative Director

Tia Dokmanović
Account Director

Andrijana Vasić Nikčević
Strategy Planner

Marija Varinac
Account Manager

Miloš Milanović
Art Director

Aleksandar Saničanin
Idea Maker

A1 Srbija

Đorđe Vuksanović
Senior Transformation
Director

Jelena Čađenović
Brand, Insights and
Experience Management
Director

Jelena Žeković
Brand and Campaigns
Team Manager

Ana Vučković
Senior Marketing
Communications Expert

Social Good - brands
Dobra dela - brendovi

MAME, DOBRO DOŠLE NA SVET

Klijent: A1 Srbija

Brend: Mame, dobro došle na svet

Glavna agencija: Leo Burnett (Belgrade)

Agencije partneri: OMD, Fullhouse Ogilvy, Kreativa Unlimited,
Executive Group

U trenutku kada su majke u Srbiji novom zakonskom regulativom stavljenе u još nepovoljniji ekonomski i socijalni položaj, A1 Srbija kao prva sertifikovana Family Friendly kompanija u Srbiji, skreće pažnju javnosti na položaj majki i donosi ponudu kojom svim novim mamama omogućava besplatan postpaid prvih 9 meseци.

Topla priča o mamama imala je ubedljivo najveći efekat na emocije korisnika među svim telko kampanjama u 2019. što je praćeno i najvećim rastom zadovoljstva korisnika od kada A1 Srbija vrši merenja, kao i visokom prepoznatljivošću kampanje.



Mame, dobro došle na svet

Za nove mame u 2019. bilo koja postpaid tarifa prvih 9 meseci besplatno.

Biti mama je druga priča.

Vip 064/724 www.viptelecom.rs



PODACI O POJEDINCIMA:

Leo Burnett (Belgrade)

Anja Radulović
Creative Director

Tia Dokmanović
Account Director

Nevena Balšić
Associate Creative Director

Miloš Milanović
Art Director

Vladimir Vučićević
Senior Account Manager

Tamara Piper Radišić
Strategy Planner

A1 Srbija

Ivo Radaković
Senior Marketing Director
Serbia and Slovenia

Jelena Čađenović
Brand, Insights and Experience Management Director

Biljana Jović Popović
Brand and Campaigns Team Manager

Ana Vučković
Senior Marketing Communications Expert



ZLATO

Internet & Telecom
Internet i telekomunikacije

MAME, DOBRO DOŠLE NA SVET

Klijent: A1 Srbija

Brend: Mame, dobro došle na svet

Glavna agencija: Leo Burnett (Belgrade)

Agencije partneri: OMD Serbia, Fullhouse Ogilvy, Kreativa

Unlimited, Executive Group

U trenutku kada su majke u Srbiji novom zakonskom regulativom stavljene u još nepovoljniji ekonomski i socijalni položaj, A1 Srbija kao prva sertifikovana Family Friendly kompanija u Srbiji, skreće pažnju javnosti na položaj majki i donosi ponudu kojom svim novim mamama omogućava besplatan postpaid prvih 9 meseci.

Topla priča o mamama imala je ubedljivo najveći efekat na emocije korisnika među svim telko kampanjama u 2019. što je praćeno i najvećim rastom zadovoljstva korisnika od kada A1 Srbija vrši merenja, kao i visokom prepoznatljivošću kampanje.



PODACI O POJEDINCIMA:

Leo Burnett (Belgrade)

Anja Radulović
Creative Director

Tia Dokmanović
Account Director

Nevena Balšić
Associate Creative Director

Miloš Milanović
Art Director

Vladimir Vučićević
Senior Account Manager

Tamara Piper Radišić
Strategy Planner

A1 Srbija

Ivo Radaković
Senior Marketing Director
Serbia and Slovenia

Jelena Čađenović
Brand, Insights and Experience Management Director

Biljana Jović Popović
Brand and Campaigns Team Manager

Ana Vučković
Senior Marketing Communications Expert



PARTNERI

2021

Efficient creativity
under the pandemic
pressure.





2021 Efficient creativity
under the pandemic
pressure.

