

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Έξω πάμε καλά!

Η ελληνική αγορά διαφήμισης και marketing αποδεικνύει ξανά ότι μπορεί να σταθεί με αξιώσεις στο διεθνές προσκήνιο, διεκδικώντας και κερδίζοντας σημαντικές διακρίσεις σε κορυφαίους θεσμούς του χώρου. Με φρέσκες ιδέες, δημιουργικότητα και έμφαση στην αποτελεσματικότητα, διαφημιζόμενοι και agencies από την Ελλάδα αφήνουν το αποτύπωμά τους πέρα από τα σύνορα. Από τα διπλά shortlist της **McCann Greece** στα **Cannes Lions**, μέχρι την Bronze διάκριση της **The Newtons Laboratory** στα **New York Festivals** και την κορυφαία ευρωπαϊκή θέση της **Ogilvy Greece** στο **Effie Index 2024**, οι επιτυχίες αυτές δεν είναι τυχαίες. Είναι αποτέλεσμα σκληρής δουλειάς, στρατηγικής σκέψης και μιας δημιουργικής προσέγγισης που συνδυάζει παράδοση, καινοτομία και σύγχρονα εργαλεία. Η διαφήμιση και marketing στην Ελλάδα δείχνουν ότι μπορούν να πρωταγωνιστήσουν και να εμπνεύσουν, διεκδικώντας επάξια τη θέση τους ανάμεσα στους καλύτερους διεθνώς.

McCann Greece και Wikifarmer: Διπλό shortlist στις Κάννες

Σε δυο shortlist συμπεριλαμβάνεται στα **Cannes Lions** η **McCann Greece**. Συγκεκριμένα, η δουλειά της **The Wedding Rice** βρίσκεται στη shortlist τόσο του Direct (consumer services/business to business) όσο και της κατηγορίας Creative Commerce,

Στην Ελλάδα, κάθε χρόνο πραγματοποιούνται κατά μέσο όρο 53.896 γάμοι, συνοδευόμενοι από το παραδοσιακό «πέταμα» του ρυζιού, ένα έθιμο που στόχο έχει να «ριζώσει» ο γάμος ή, αλλιώς, μια ευχή για ευγονία και σταθερότητα. Ωστόσο, σε αυτήν τη διαδικασία εκατοντάδες τόνοι βρώσιμου ρυζιού καταλήγουν στα σκουπίδια, ενώ την ίδια στιγμή, η εγχώρια παραγωγή αγωνί-

ζεται να καλύψει τη ζήτηση των Ελλήνων καταναλωτών.

Η **McCann** μαζί με το **Wikifarmer**, σε συνεργασία με τον **Α' Αγροτικό Συνεταιρισμό Ορυζοπαραγωγών Χαλάστρας**, δημιούργησαν ένα πρωτότυπο προϊόν, το **The Wedding Rice**, το οποίο διαθέτει το **Wikifarmer** μέσω του site του σε προνομιακή τιμή. Έτσι, δίνει λύση σε αυτό το ζήτημα, αξιοποιώντας το μη εμπορεύσιμο ρύζι που απορρίπτεται λόγω ορισμένων εμπορικών προτύπων. Το «χαμένο» αλλά σε καλή κατάσταση ρύζι αποκτά μια δεύτερη ζωή και μετατρέπεται σε μια βιώσιμη λύση για ένα έθιμο ετών. Αποτέλεσμα: Οι αγρότες κερδίζουν και η σπατάλη μειώνεται, κάνοντας μια παράδοση βιώσιμη και διασφαλίζοντας ότι κάθε βρώσιμος κόκκος ρυζιού καταλήγει στο πιάτο κι όχι στο πάτωμα.

Διεθνής διάκριση για The Newtons Laboratory και IKEA

Bronze διάκριση κατέκτησε η **The Newtons Laboratory** για την καμπάνια «Ξυπνήστε. Ώρα για ύπνο!» της **IKEA** στα φετινά διεθνή βραβεία διαφήμισης **New York Festivals**. Επίσης το custom AR TikTok φίλτρο «Under The Stars» για την **ΚΑΕ Παναθηναϊκός** αναγνωρίστηκε ως finalist.

Η 360° καμπάνια της **IKEA**, σε Concept της **The Newtons Laboratory**, σε παραγωγή της **Picky Productions** και σε σκηνοθεσία του **Θάνου Μήτσιου**, παρουσιάζει καθημερινές ιστορίες ανθρώπων που προβληματίζονται αν θα αφιερώσουν χρόνο στην ξεκούρασή τους, αντί να βγουν έξω, να μιλήσουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή να δουν νέες σειρές και ταινίες. Στην πραγματικότητα, όμως, ο ύπνος τούς αρέσει περισσότερο από όσο νομίζουν και η **IKEA** τούς προσφέρει ό,τι χρειάζονται για να τον απολαύσουν πραγματικά.



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

Η Ogilvy Greece πιο αποτελεσματικό agency στην Ευρώπη

Αναφοράς χρήζει ακόμη το γεγονός πως η **Ogilvy Greece** κατέκτησε την πρώτη θέση στην Ευρώπη και την 8η παγκοσμίως στην ετήσια διεθνή κατάταξη **Effie Index 2024**, τον πλέον αναγνωρισμένο δείκτη αποτελεσματικότητας στη διαφήμιση, ο οποίος αναλύει τα δεδομένα φινελίστ και νικητών από περισσότερους από πενήντα διαγωνισμούς **Effie Awards** που καλύπτουν πάνω από 125 αγορές παγκοσμίως.

Η κατάταξη αυτή βασίστηκε στις διακρίσεις που πέτυχε η **Ogilvy Greece** στα **Effie Awards Hellas 2024**, όπου βραβεύτηκε με το Grand Effie για την καμπάνια "Dear Influencers" του **Dove** της **Unilever**, και κατέκτησε πάνω από το 70% των συνολικών βραβείων της διοργάνωσης, με 5 Gold, 10 Silver και 3 Bronze Effie Awards για έργα που υλοποιήθηκαν για την **Aegean**, τη **Unilever**, την **Cosmote**, τη **Eurobank**, τη **Mondelēz**, την **Toyota** και την **Autohellas Hertz**.

Ο **ΣΔΕ** πιστεύει ότι η δημιουργικότητα και η στρατηγική σκέψη δεν είναι πολυτέλεια αλλά προϋπόθεση για δυνατά και βιώσιμα brands. Για το λόγο αυτό παρακολουθεί τις παγκόσμιες εξελίξεις μέσα από τη στενή συνεργασία του με την **Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων (WFA)**, αντλεί γνώση από τον διεθνή και ελληνικό διάλογο γύρω από τη δημιουργική αποτελεσματικότητα και τη μεταφέρει στα μέλη του μέσα από συνεργασίες και ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα, δράσεις, συμμετοχές και περιεχόμενο που ανοίγει νέους δρόμους.