



Η HEINEKEN “Creative Marketer of the year 2015” στο Φεστιβάλ Δημιουργικότητας Cannes Lions

Αθήνα, 27 Νοεμβρίου 2014 – Το Διεθνές Φεστιβάλ Δημιουργικότητας, Cannes Lions, ανακοίνωσε την απονομή του βραβείου “Creative Marketer of the year 2015” στην **HEINEKEN**. Το συγκεκριμένο βραβείο απονέμεται στις εταιρίες που έχουν ξεχωρίσει για την καινοτομία στη στρατηγική και τις καμπάνιες marketing που υλοποιούν παγκοσμίως, καθώς και για τη δημιουργικότητα στην επικοινωνία των μαρκών τους.

«Το βραβείο “Creative Marketer of the year 2015” απονέμεται στην εταιρία που τολμάει να είναι δημιουργικά ανατρεπτική και πιστεύει ότι η δημιουργικότητα έχει τη δύναμη να πάει μπροστά τις επιχειρήσεις και να κάνει τον κόσμο μας καλύτερο» ανέφερε ο **Philip Thomas, CEO των Lions Festivals**. «Η δημιουργικότητα βρίσκεται στο DNA της HEINEKEN και ως εκ τούτου τα τμήματα marketing της εταιρίας έχουν την ελευθερία να πειραματίζονται με ανατρεπτικές ιδέες, μένοντας πάντα πιστοί στις βασικές αξίες των μαρκών της εταιρίας. Απόδειξη αποτελεί το γεγονός ότι τα τελευταία τρία χρόνια, έξι από τα brands της HEINEKEN έχουν κερδίσει 41 βραβεία Lions σε 7 χώρες, συμπεριλαμβανομένου και του ιδιαίτερα σημαντικού “Grand Prix in Creative Effectiveness”. Αξίζει, δε, να σημειωθεί ότι η HEINEKEN, είναι η μία από τις δύο εταιρίες, που έχουν κερδίσει το συγκεκριμένο βραβείο 2 φορές – η πρώτη φορά που βραβεύτηκε ήταν το 1995».

Την κορυφαία αυτή διάκριση της εταιρίας σχολίασε ο **Alexis Nasard, HEINEKEN President Western Europe & Global Chief Marketing Officer**, αναφέροντας τα εξής: «Η δημιουργικότητα είναι ένα κρίσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα διότι είναι δύσκολο να αντιγραφεί. Είναι αυτή που οδηγεί στο εξαιρετικό design και στα πιο επιτυχημένα προγράμματα marketing, ενώ αποτελεί τον πυρήνα της καινοτομίας. Αυτή είναι και η πεμπτουσία της δουλειάς μας. Αυτή η τιμητική διάκριση αποτελεί σημαντική επιβράβευση της υψηλού επιπέδου δημιουργικής δουλειάς των ανθρώπων μας, καθώς και των διαφημιστικών εταιριών, που συνεργαζόμαστε. Οι βραβευμένες καμπάνιες συμβάλλουν στην ασύμμετρη επίτευξη στόχων, ενισχύουν τα επίπεδα εμπιστοσύνης ενώ παράλληλα

επιτρέπουν στις εταιρίες να προσελκύουν αλλά και να διατηρούν τα καλύτερα στελέχη. Στόχος της **HEINEKEN** είναι να εκπλήσσει συνεχώς με τις μάρκες, τους ανθρώπους και τις επιδόσεις της. Η εν λόγω διάκριση αποδεικνύει ότι τα καταφέρνουμε καλά».

Το καλοκαίρι, η **Heineken**[®] συνάρπασε τους καταναλωτές στην Ελλάδα με την τοπική καμπάνια «Σκέψου Γίνεται» και τις εκπλήξεις που αυτή επιφύλασσε, όπως οι συλλεκτικές φιάλες «Πράσινη», η πανελλαδική ενέργεια με οποία κέρασε όλη τη χώρα μια Πράσινη, η μετατροπή του «Δεν Γίνεται» του Α. Ρέμου σε «Γίνεται» καθώς και η δημιουργία του καινοτόμου mobile application Heineken Now.

Τα τελευταία τέσσερα χρόνια, η **HEINEKEN** έχει εστιάσει στη δημιουργικότητα σε όλες τις εκφάνσεις τόσο των ενεργειών marketing όσο και των εμπορικών ενεργειών, ώστε να επιτευχθούν οι επιχειρηματικοί στόχοι της εταιρίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του OneEquity, η **Heineken**[®] είναι η μάρκα μπύρας με το υψηλότερο brand equity παγκοσμίως.

Η βράβευση της **HEINEKEN** θα πραγματοποιηθεί κατά τη διάρκεια του 62ου Φεστιβάλ Cannes Lions, που θα διεξαχθεί από τις 21 έως τις 27 Ιουνίου 2015 στις Κάννες.

Heineken. Open Your World

Για περισσότερες πληροφορίες:

- Μαριλένα Παπαχαραλάμπους, Hill + Knowlton Strategies, 210 6281800, marilena.papacharalampous@hkstrategies.com.
- Ειρήνη Σπανού, Αθηναϊκή Ζυθοποιία, 210 5384491, irini.spanou@Heineken.com