

SPOROČILO ZA MEDIJE

Tri nove tekmovalne kategorije pri nagradah Sempler

Tekmovanje za najboljše medijske strategije leta Sempler, ki vsako leto poteka v okviru konference medijskih trendov SEMPL, se letos razširja s tremi novimi tekmovalnimi kategorijami: *najboljša uporaba mobilnega okolja*, *najboljša uporaba podatkov* in *najboljši novi medij/medijski format*. Tako bo na letošnjem SEMPL-u, ki bo 26. in 27. novembra 2015 v Portorožu, podeljenih devet zlatih nagrad Sempler in glavna nagrada veliki sempler za najboljšo medijsko strategijo preteklega leta.

Ljubljana, 18. junija 2015 – Sempler, regijsko tekmovanje za najboljše medijske strategije leta, bo v okviru konference SEMPL letos potekalo že trinajstič. Za nagrade medijskim presežkom leta se vsako leto poteguje več del iz regije Adriatik; lani so zanje tekmovali agencije, oglaševalci in mediji iz Slovenije, Srbije, Hrvaške in celo Bolgarije. Glavno nagrado, velikega semplerja za najboljšo medijsko strategijo leta, je mednarodna strokovna žirija lani podelila odmevni večmedijski akciji »Živim lajf« z raperjem Zlatkom, ambasadorjem blagovne znamke Sveta vladar Nove KBM, ki so jo zasnovali in izvedli v agencijah Pristop, Renderspace in Pristop Media.

Da bi še bolj temeljito zajeli nove komunikacijske kanale in medijske formate, organizator konference SEMPL, podjetje Media Pool, v letošnjo tekmo za Semplerje uvaja nekaj novosti. Obstoječim šestim tekmovalnim kategorijam (*strateška uporaba medijskega spleta*, *inovativna uporaba komunikacijskega kanala*, *najboljša ciljana akcija*, *najboljša izkustvena akcija*, *najboljša izraba digitalnega okolja* ter *najboljša akcija na družbenih omrežjih*) se bodo namreč pridružile še tri nove, in sicer *najboljša uporaba mobilnega okolja*, *najboljša uporaba podatkov* in *najboljši novi medij/medijski format*.

V novo kategorijo *najboljša uporaba mobilnega okolja* se bodo lahko prijaviли projekti, ki uspejo domiselno in inovativno doseči ter vključiti potrošnike s pomočjo katerega koli mobilnega kanala. V to kategorijo sodijo mobilni mediji vseh vrst, vključno z mobilnimi aplikacijami, mobilnimi stranmi, vsebinami, ustvarjenimi za mobilne naprave, ter vse oblike mobilnega oglaševanja. Žirija bo iskala akcije, ki so s pomočjo jasnih izhodišč izkoristile mobilno okolje tako, da so dosegle odlične rezultate in/ali visoko stopnjo vključenosti potrošnikov.

V kategoriji *najboljša uporaba podatkov* se bodo za nagrade potegovali projekti, ki dokazujejo, kako so baze podatkov ali opravljene raziskave (tako kvalitativne kot

Z A Č U T I T R E N D E

kvantitativne) vplivale na medijsko načrtovanje in izvedbo projekta, pri tem pa odločilno vplivale na rezultat akcije.

V tretjo novo kategorijo *najboljši novi medij/medijski format* pa sodijo novi mediji in novi formati v medijih, ki oglaševalcem omogočajo boljšo, inovativnejšo oziroma razlikovalno komunikacijo s potrošniki. Projekte lahko prijavljajo medijske hiše, produkcijske hiše, agencije ipd.

»Opažamo, da v celotni regiji Adriatik, ki ji je namenjeno tekmovanje Sempler za najboljše medijske strategije leta, nastaja ogromno dobrih projektov. Z razširitvijo tekmovalnih kategorij želimo spodbuditi prijavo del, da bi lahko nagradili še več odličnih strategij. V naslednjih letih načrtujemo dodati še več kategorij in nagrad, tako da bo tekma za Semplerje še bolj pestra.« je povedala **Valerija Prevolšek**, predsednica SEMPL-a in direktorica Media Poola.

Agencije, medijski strategji, oglaševalci in mediji bodo lahko svoje izstopajoče medijske projekte na tekmovanje Sempler prijavili od 1. septembra 2015 dalje.

###

O konferenci medijskih trendov SEMPL

SEMPL je mednarodno priznan izobraževalni dogodek, ki je namenjen predstavitvi aktualnih medijskih trendov v jadranski regiji ter analizi tuje in domače dobre prakse. Namenjen je vsem, ki delajo v medijih, z mediji ali za medije in vsem tistim, ki krotijo medijske trende in se po njih ravnaajo.

V okviru konference poteka tudi tekmovanje za nagrade za medijske presežke leta Sempler, na katerem medijski strategji, naročniki in mediji predstavijo svoje najboljše projekte in se od letošnjega leta dalje potegujejo za devet zlatih semplerjev in glavno nagrado veliki sempler, ki je podeljena najboljši medijski strategiji preteklega leta.

O organizatorjih

SEMPL že od leta 1998 dalje nastaja pod okriljem in v organizaciji enega največjih zakupnikov medijskega prostora v Sloveniji, družbe **Media Pool**, ki so jo ustanovile večje slovenske oglaševalske agencije z namenom natančnega spremljanja dogajanja na medijskem trgu in zagotavljanja transparentnosti poslovanja. Media Pool vseskozi skrbi tudi za razvoj stroke: poleg konference SEMPL izvaja tudi raziskavo poslušnosti radijskih programov Radiometrija, pripravlja celovit pregled slovenskega medijskega trga Mediaskop in številne druge, manjše projekte.

Od leta 2011 pri izvedbi konference SEMPL sodeluje tudi podjetje **Medijski partner**, izdajatelj specializirane marketinške revije **Marketing magazin**, ki izhaja že od leta 1981.

Dodatne informacije:

Simona Kruhar Gaberšček
 predstavnica za odnose z javnostmi 17. SEMPL-a
 e-pošta: pr@sempl.si
 tel: 041 86 77 77

spletna stran: www.sempl.si
 Facebook: <https://www.facebook.com/SeminarSEMPL>
 Twitter: <https://twitter.com/SEMPL>
 Instagram: https://instagram.com/SEMPL_mediatictrendsconference