

Uvod

Najbolji od najboljih imaju priliku osvojiti vrijednu nagradu i predstavljati Bosnu i Hercegovinu na globalnom takmičenju u Cannesu! Sudjelujte na jedinom takmičenju za mlade agencijske i nezavisne profesionalce - Young Lions Bosnia and Herzegovina.

Nakon prošlogodišnjeg osmog izdanja takmičenja za mlade profesionalce, kada je snage odmjerilo čak dvanaest takmičarskih timova, Brending konferencija predstavlja deveto izdanje takmičenja Young Lions Bosnia and Herzegovina koje će se održati uživo. Takmičari imaju priliku odmjeriti svoje snage u kategorijama **Design**, **PR** i **Digital**.

Takmičenje je posebno po tome što se testiraju vještine i znanja, ali prije svega kreativnost mladih timova, koji za produkciju traženih kampanja imaju 24 sata od prezentiranog brief-a. Pobjednički tim koji osvoji Grand Prix, dobija priliku takmičiti se na svjetskom takmičenju Cannes Young Lions koje se od 22. do 26. juna održava u Francuskoj. Pored toga, uz sudjelovanje na globalnom takmičenju mladih lavova, pobjednike Young Lions BiH očekuje i odlazak na svjetski festival kreativnosti i uživanje u jedinstvenoj atmosferi Cannes Lionsa. Grand Prix pobjednik osvaja nagradu koja podrazumijeva snošenje troškova puta, smještaja i kotizacija za festival Cannes Lions 2026.

Potpuno odvojeni od svojih senior direktora i klijenata, takmičarski timovi sastavljeni od dvoje mladih profesionalaca do 30 godina starosti u sklopu Young Lions takmičenja imaju priliku dokazati se na nacionalnoj, ali i svjetskoj razini, predstavljajući Bosnu i Hercegovinu na Young Lions takmičenju u Cannesu, gdje će snage odmjeriti s kolegama iz cijelog svijeta.

Young Lions Bosnia and Herzegovina nije samo uzbudljivo takmičenje za mlade već i projekat humanitarnog karaktera. Klijent Young Lions takmičenja je neprofitna humanitarna organizacija ili organizacija civilnog društva kojoj se svi producirani materijali od strane takmičara daju na korištenje bez naknade.

Takmičarski timovi svih kategorija zajedno pristupaju brief-u neposredno prije početka takmičenja, a identitet klijenta je nepoznat sve do tog trenutka. Takmičari znaju samo da je riječ o humanitarnoj ili neprofitnoj organizaciji civilnog društva. Identitet klijenta, njegovi ciljevi, strategija i ciljana publika biće objavljeni putem brief-a.

Nakon brief-inga timovi počinju samostalno raditi na radnim pozicijama namijenjenima isključivo njima. Timovi se mogu kretati unutar prostora koji je organizator namijenio za tu svrhu. Za finaliziranje zadatka imaju 24 sata.

Prijave

Takmičarski timovi na takmičenje se mogu prijaviti do 14. aprila 2026. godine putem obrasca dostupnog na <https://www.younglionsbih.ba/>

Prijava se smatra važećom nakon što organizator primi uplatu takmičarske kotizacije.

Cijena takmičarske kotizacije

Cijena se odnosi na tim od dva takmičara, a ne uključuje prevoz do Sarajeva i smještaj.

100,00 KM - redovna cijena takmičarske kotizacije za tim od dva takmičara

Raspored takmičenja (Sarajevo)

- 16.4. (četvrtak) u 11:00 h početak takmičenja i preuzimanje brief-a (uživo)
- 17.4. (petak) u 11:00 h kraj takmičenja i predaja projekata (uživo)
- 21.4. (utorak) od 12:00 h žiriranje
- 22.4. (srijeda) proglašenje pobjednika

Odabir pobjednika

- Bira se pobjednik u svakoj od tri kategorije: Digital, Design i PR
- Žiriranje se održava 21.4.

Žiri

- Članove žirija bira i potvrđuje Organizator
- Žiri Young Lions Bosnia and Herzegovina čine 4 člana - višestruko nagrađivani marketing stručnjaci iz regiona i predstavnik organizacije klijenta

Nagrade za pobjednike

- Proglašava se prvo mjesto u svakoj od tri kategorije: Digital, Design i PR
- Nagrada se dodjeljuje Grand Prix pobjedniku, a pobjednicima u svim kategorijama uručit će se priznanja
- Od tri pobjednička tima bira se Grand Prix, „najbolji od najboljih“ te se taj tim automatski nagrađuje nagradom koja pokriva sljedeće troškove: kotizacije za Cannes Lions, smještaj i avionske karte. Grand Prix tim predstavljat će Bosnu i Hercegovinu na svjetskom Young Lions takmičenju u Cannes-u 2026. godine

Smjernice za takmičare

1. Takmičenju mogu pristupiti samo mladi agencijski profesionalci, zaposleni u kompanijama ili obrtima registrovanim u Bosni i Hercegovini te nezavisni profesionalci, do 30 godina starosti (rođeni nakon 22. juna 1996. godine, uključujući i 22. juni 1996.).
2. Takmičenju se pristupa uz predodžbu lične karte ili pasoša.
3. Nezavisnim profesionalcima nije dopušteno takmičiti se pod imenom neke od agencija. Nezavisni profesionalci nastupaju na takmičenju kao independent team, što se jasno mora isticati na prijavi.
4. Studenti se ne mogu prijaviti na takmičenje.
5. Takmičenju mogu pristupiti i pojedinci na stručnom osposobljavanju, koji nisu u stalnom radnom odnosu u prijavljenoj agenciji. U slučaju da pobijede i budu pozvani na takmičenje u Cannes, na to takmičenje mogu pristupiti isključivo kao uposlenici agencije.
6. Za profesionalce koji nastupaju u ime agencije, cijenu takmičarske kotizacije može podmiriti agencija ili je mogu podmiriti takmičarski timovi. U oba slučaja moraju biti uposlenici agencije koju predstavljaju.
7. Takmičenju mogu pristupiti i dosadašnji Grand Prix pobjednici, ali ne u parovima u kojima su do sada osvojili Grand Prix.
8. Takmičarski tim u *Design* kategoriji čine dvije osobe koje su zaposlene u kreativnim, digitalnim i sl. agencijama ili freelanceri.
9. Takmičarski tim u *Digital* kategoriji čine dvije osobe koje su zaposlene u kreativnim, digitalnim i sl. agencijama ili freelanceri.
10. Takmičarski tim u *PR* kategoriji čine dvije osobe koje su zaposlene u PR agencijama ili u PR odjelu full-service i sl. agencije ili freelanceri.
11. Na radnoj poziciji na takmičenju koriste se vlastiti računari.
12. Nakon početka takmičenja nije moguće promijeniti kategoriju.
13. Svako korištenje remote control Sistema (npr. TeamViewer) ili komunikacija s netakmičarima putem mobitela ili računara u vezi sa projektnim zadatkom za vrijeme samog takmičenja, sankcionira se diskvalifikacijom.
14. Osoblje zaduženo za rad na takmičenju u svakom trenutku može prići takmičarskim timovima i provjeriti eventualnu zloupotrebu ili kršenje pravila.
15. Sve pauze, uključujući pauzu za pušenje, hranu i piće, takmičari koriste samostalno, ali u prostorima posebno namijenjenima za to. Vrijeme iskorišteno za pauze se ubraja u 24 sata trajanja takmičenja.
16. Takmičarima će biti dostupne baze fotografija sponzora, a pri izradi oglasa i kampanja treba se voditi briga o autorskim pravima.
17. Radovi pristigli nakon 17.4. u 11:00 neće se smatrati valjanima.
18. Svi materijali producirani tokom takmičenja daju se na raspolaganje klijentu bez naknade, a autorima se priznaje autorstvo.
19. Klijent, ako se odluči koristiti materijale producirane tokom takmičenja, nije dužan koristiti pobjedničke radove, no ukoliko to želi, može od autora zatražiti doradu i modifikaciju rješenja.

PR kategorija

U PR kategoriji izazov je pripremiti PR kampanju i strategiju čiji je cilj pokazati kako se odnosi s javnošću mogu koristiti u aktiviranju publike i upoznavanju s organizacijom i/ili specifičnom problematikom s kojom se nosi klijent.

Takmičarski tim čine 2 mlada PR profesionalca iz PR agencije ili oglašivačke agencije (s PR odjelom) te nezavisni profesionalci.

PR kampanja treba:

- se povezati s vrijednostima brenda organizacije/organizacijom,
- povećati awareness/stvoriti engagement među publikom,
- identificirati i stvoriti odnose s relevantnim sudionicima (novinarima, opinion leaderima...)

Takmičarski tim dužan je organizatoru isporučiti pisani dokument u tri dijela:

1. Opis kreativne ideje (max. 150 riječi)
2. Opis strategije (max. 150 riječi) u kojoj će se navesti ciljana skupina, ciljani mediji, PR planiranje i pristup
3. Opis implementacije PR aktivnosti (max. 150 riječi)

Uz pisani dokument, potrebno je pripremiti prezentaciju s maksimalno 10 slajdova, te jedan dodatni slajd koji vizualno predstavlja prezentaciju.

DESIGN kategorija

Izazov u Design kategoriji je kreirati identitet brenda.

Ovisno o brief-u, takmičari su dužni isporučiti A3 dizajn koji će uključivati:

1. Logo/brand identitet
2. Tri vizuala koji će pokazati kako će identitet izgledati u stvarnosti
3. Objašnjenje kako se identitet uklapa u brief (max. 150 riječi)
4. Opis kako će se brand razvijati (max. 150 riječi)

Takmičarski tim svoj rad u obliku prezentacije šalje organizatoru u PDF formatu, i to ne većem od 10 MB.



DIGITAL kategorija

Izazov u Digital kategoriji je kreiranje integrirane digitalne kampanje.

Takmičarski tim na brief treba odgovoriti kreativnom upotrebom tehnologije. Cilj je pokazati kako se pomoću digitalne tehnologije mogu isporučiti kreativna rješenja na zadani brief, a sve u koraku s trenutnim razvojem tehnologije (online i/ili mobile).

Takmičarski tim u zadanom roku treba isporučiti prezentacijsku stranicu koja će sadržavati tri primjera (jpeg) digitalnih Led komponenti, prikaz (jpeg) koji će sumirati kampanju te pisano objašnjenje u četiri dijela koje će predstaviti njihovu kampanju:

1. Sažetak kampanje (max. 150 riječi)
2. Kreativni uvid - kako kreativnost može pomoći pri rješavanju problema koristeći se društvenim mrežama i tehnologijom? (max. 150 riječi)
3. Vaše rješenje - koje će platforme, tehnologije i alati biti korišteni i zašto? (max. 150 riječi)
4. Kako će funkcionirati - kako će rješenje tih društvenih mreža pomoći odgovoriti na brief i riješiti klijentov problem (max. 150 riječi)

Takmičarski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF formatu, ne većem od 10 MB.

CAMPAIGN NAME
Henihli geriondanim

SUMMARY SLIDE
HENDEL
Image summarising campaign (JPEG)

INTEGRATED SOCIAL MEDIA CAMPAIGN SUMMARY
Opatecepedi beriantia doluptatiam, quiae malo quae ipset autem ilabor uptatus, sae nati sae quodita turest ecesent pifata turneped et aluntunt dunt velitus et ad endi ullupta yafatae.

WRITTEN SUBMISSION

Creative insight
Ehent libus quidel imalorio estes voluptatum essegi ditatant ent dicea equam quiaspeltico ipsamus, tet aut que simagran harclitae. Nectatibus, conem doloribusam, inmodiquam volorro doluptur aceris moditate et aut liam facest, nullabo. Nequian dictemquo id molupta tiundis sunt mollorumqui

What is your solution?
Usdandel incitatio. Nam senihli igenis eiuntis aut inullat. Sequasp espeltest magniendam culpabibus quas atet, qui doluptat et aruptatur assi hla ni to ipit omniei rator alis apel et adipsum, tecerum expe ipeindis doluptat. Ferit esequae. Itatis imin pra comminatio. Rundeletibus volerei untisquasi nume volorpor apient qui as as int et tum dolent, si aut vid exenpitis re pratem ant odi nonsequi cus sed quo minctum faccae. Laccum allbere mod ea nos audam ipiet ullum vollendi lum haribus stitemquia veritatur aut

How will it work?
Ehent libus quidel imalorio estes voluptatum essegi ditatant ent dicea equam quiaspeltico ipsamus, tet aut que simagran harclitae. Nectatibus, conem doloribusam, inmodiquam volorro doluptur aceris moditate et aut liam facest, nullabo. Nequian dictemquo id molupta tiundis sunt mollorumqui

SOCIAL MEDIA PLATFORM

Platform 1
Platform 2
Platform 3

Example of three digital Led components (JPEG)