



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

1. Uvod

Dobro došli na Young Lions Croatia, natjecanje je gdje se nova generacija nacionalne komunikacijske industrije bori za titulu najboljih mladih kreativaca, medijaša, PR-ovaca, digitalaca i drugih komunikacijskih profesionalaca do 30 godina starosti u borbi za titulu najboljih!

Bili vi mlade nade iz redova agencija i oglašivača ili nezavisni stručnjaci za marketing i komunikacije, ovo natjecanje služi vam kao razvojna platforma gdje se otkrivaju izvanredne ideje, njeguju svježije perspektive i stvaraju buduće zvijezde industrije, a osvajanjem prestižnog Grand Prixa pred vama se otvaraju nove prilike za rast i rušenje vlastitih granica.

I ove ćete godine moći osjetiti adrenalin timskog rada u kolektivnoj stvaralačkoj atmosferi, a na raspolaganju ćete imati **šest natjecateljskih kategorija**: Design, Digital, Media, Print, PR i Marketers (za oglašivače). U timovima po dvoje u zagrebačkom ZICER-u imat ćete 24 sata za važan zadatak: **osmisлити kreativno rješenje za klijenta – neprofitnu humanitarnu organizaciju ili organizaciju civilnog društva**. Odvojeni od vanjskog svijeta, imate potpunu slobodu pustiti svoju kreativnu energiju s lanca i pokazati svima zašto ste baš vi kraljevi komunikacijske džungle.

Radeći na izazovima od društvenog značaja, svi sudionici natjecanja ne samo da pomiču granice svoje kreativnosti već i ostavljaju pozitivan trag u zajednici, a najbolje među vama, osim vječne slave, očekuju i poprilično opipljive nagrade. Osvajanjem prestižnog Grand Prixa dobit ćete još jednu iznimnu priliku – **natjecat ćete se s najboljim kolegama iz cijelog svijeta kao predstavnici Hrvatske** na međunarodnom natjecanju Young Lions te otputovati na globalni festival kreativnosti
Cannes Lions!

Natjecanje mladim profesionalcima pruža priliku da razviju svoje vještine, razmijene ideje te se suoče s globalnim izazovima u dinamičnom i inspirativnom okruženju. Young Lions nije samo prilika za dokazivanje – ovo natjecanje prostor je za rast, učenje i postavljanje novih standarda u industriji, stvarajući nove generacije koje će pomaknuti granice kreativnosti.

Ako ste spremni na izazov koji vam može unaprijediti karijeru i promijeniti život, vaša priča počinje upravo ovdje – na natjecanju Young Lions Croatia.



2. Sudjelovanje

2.1. Natjecanju mogu pristupiti svi agencijski ili nezavisni profesionalci te zaposlenici tvrtki oglašivača: (i) imaju manje od 30 godina (rođeni nakon 22. lipnja 1996., uključujući i 22. lipanj 1996.), (ii) imaju prebivalište u Republici Hrvatskoj, (iii) su zaposleni u tvrtkama ili obrtima registriranim u Hrvatskoj ili imaju status samozaposlene osobe (nezavisnim profesionalcima nije dopušteno natjecati se pod imenom neke od agencija), (iv) nemaju status studenta i (v) nisu zaposlenici Cannes Lionsa ili Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA).

2.2. Natjecanju mogu pristupiti i pojedinci na stručnom osposobljavanju bez zasnivanja radnog odnosa, no u slučaju da pobijede i budu pozvani na globalno natjecanje Cannes Young Lions, natjecanju mogu pristupiti isključivo kao zaposlenici agencije prijavitelja.

2.3. Natjecanju mogu pristupiti i dosadašnji Grand Prix pobjednici, ali ne u parovima u kojima su dosad osvojili Grand Prix.

2.4. Natjecateljski tim u *Design* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u kreativnim, oglašivačkim, digitalnim i sl. agencijama ili (ii) freelanceri.

2.5. Natjecateljski tim u *Digital* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u kreativnim, oglašivačkim, digitalnim i sl. agencijama ili (ii) freelanceri.

2.6. Natjecateljski tim u *Media* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u medijskim agencijama ili u medijskom odjelu full-service i sl. agencije ili (ii) freelanceri.

2.7. Natjecateljski tim u *Print* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u kreativnim, oglašivačkim, digitalnim i sl. agencijama ili (ii) freelanceri.

2.8. Natjecateljski tim u *PR* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u PR agencijama ili u PR odjelu full-service i sl. agencije ili (ii) freelanceri.

2.9. Natjecateljski tim u *Marketers* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u in-house odjelu jednog brenda unutar oglašivačke tvrtke (npr. Intel, Coca-Cola). Agencijski profesionalci ili freelanceri ne mogu se natjecati u ovoj kategoriji.

3. Prijave



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

3.1. Natjecateljski se timovi na natjecanje mogu prijaviti do 13. veljače 2026. godine putem obrasca dostupnog na [poveznici](#).

3.2. Ispunjeni prijavni obrazac potrebno je u .doc formatu poslati na e-mail adresu awards@danikomunikacija.com. Uz [obrazac za prijavu](#) potrebno je dostaviti [skeniranu izjavu](#) kojom se uz pečat i potpis odgovorne osobe potvrđuje kako su natjecatelji iz obrasca zaposlenici navedene agencije (ako se natječu pod imenom agencije) ili oglašivačke tvrtke.

3.3. Prijava se smatra važećom nakon što organizator zaprimi uplatu natjecateljske kotizacije. Cijena natjecateljske kotizacije za svakog člana natjecateljskog tima iznosi 230,00 EUR + PDV, dok cijena natjecateljske kotizacije za svakog člana natjecateljskog tima za članove HURA-e i IAB Croatia iznosi 190,00 EUR + PDV.

3.4. Cijenu natjecateljske kotizacije može podmiriti agencija, tj. organizacija ili je mogu podmiriti sami natjecateljski timovi.

3.5. Svi sudionici natjecanja ostvaruju pravo na kupnju kotizacija za Dane komunikacija 2026 po najpovoljnijoj cijeni od 195,00 EUR + PDV.

4. Hodogram natjecanja

20. siječnja	Otvaranje prijava
5. veljače	Young Lions: The Hunt Begins warm-up event
13. veljače	Zatvaranje prijava
21. veljače u 13:00	Početak natjecanja
22. veljače u 13:00	Završetak natjecanja i predaja projekata
2. ožujka	Žiriranje
4. ožujka	Proglašenje pobjednika Young Lions Croatia
8. svibnja	Prezentacije pobjednika i finalista na Danima komunikacija
8. svibnja	Uručenje nagrada na Danima komunikacija
22. – 26. lipnja	Cannes Young Lions međunarodno natjecanje
22. – 26. lipnja	Festival Cannes Lions

5. Odabir pobjednika



5.1. Žiri Young Lions Croatia čini izbor agencijskih stručnjaka iz žirija dosadašnjih izdanja natjecanja Effie, IdejaX i MIXX, renomirani stručnjaci za odnose s javnošću, po dva predstavnika oglašivačkih tvrtki i predstavnik organizacije klijenta.

5.2. Članove žirija predlaže Organizacijski tim natjecanja, a potvrđuje ih Uprava HURA-e.

5.3. Žiri sve projekte ocjenjuje jednom jedinstvenom ocjenom u rasponu od 1 do 10, bez decimala.

5.4. Kako bi se osigurala što veća neutralnost pri ocjenjivanju, iz izračuna se isključuje jedna najviša i jedna najniža ocjena za svaki rad.

5.5. Sukladno rang listi projekata, žiri bira prva tri mjesta u svakoj od šest kategorija: *Design, Digital, Marketers, Media, Print, PR*. Žiri zadržava pravo ne odabrati pobjednike u pojedinoj kategoriji.

5.6. Među pobjedničkim timovima svake kategorije odabire se jedan dobitnik Grand Prixa.

6. Kriteriji ocjenjivanja

Young Lions Croatia	
Kreativna ideja (50 % ocjene)	Je li rad inovativan i upečatljiv? Postoji li potencijal za utjecaj na industriju?
Strategija i insight (20 % ocjene)	Relevantnost za brend, odabir elemenata kampanje, ciljna publika, pristup.
Usklađenost s briefom (20 % ocjene)	Odražava li rad zahtjeve klijenta iz briefa?
Izvedba (10 % ocjene)	Je li rad dobro osmišljen? Postoje li stroga pravila izvedbe? Bi li kampanja bila uspješna?

7. Nagrade za pobjednike

7.1. Statua se dodjeljuje Grand Prix pobjedniku i pobjednicima u kategoriji, a drugom, trećem mjestu te finalistima u svim kategorijama uručit će se priznanja.



7.2. Od pobjedničkih timova bira se Grand Prix, „najbolji od najboljih“ te je taj tim automatski nagrađen nagradom u vrijednosti nekoliko tisuća eura koja pokriva sljedeće troškove: kotizacije za festival Cannes Lions 2026, smještaj za dvije osobe i avionske karte za dvije osobe. Grand Prix tim predstavljat će Hrvatsku na međunarodnom natjecanju Young Lions u Cannesu 2026. godine.

7.3 Pobjednici koji su u pojedinim kategorijama zauzeli prvo mjesto, a nisu Grand Prix pobjednici, imaju mogućnost sudjelovati na međunarodnom natjecanju Young Lions u Cannesu 2026. godine, ali sve troškove njihove prijave na natjecanje u tom slučaju preuzima tvrtka prijavitelj ili, ako su natjecatelji nezavisni profesionalci, sami snose troškove. Sudjelovanje navedenih timova je opcionalno.

7.4. Pobjednički radovi bit će objavljeni na web stranicama Dana komunikacija.

7.5. Članovi tima koji su osvojili Grand Prix osvajaju kotizaciju za Dane komunikacija 2026.

8. Smjernice za natjecatelje

8.1. Na radnoj se poziciji na natjecanju koriste vlastita računala.

8.2. Svako korištenje remote control sustava (npr. TeamViewer) ili komunikacija s nenatjecateljima mobitelom ili računalom vezano za natjecanje za vrijeme samog natjecanja sankcionira se diskvalifikacijom.

8.3. Nakon početka brifinga nije moguće promijeniti kategoriju natjecanja.

8.4. Organizacijski tim zadužen za rad na natjecanju u svakom trenutku može prići natjecateljskim timovima i provjeriti eventualnu zloupotrebu ili kršenje pravila.

8.5. Sve pauze, uključujući one za hranu i piće, natjecatelji koriste samostalno u prostorima posebno namijenjenima za to, a vrijeme iskorišteno za pauze ubraja se u 24 sata, koliko traje samo natjecanje.

8.6. Natjecatelji u svoje radove ne smiju uključiti sadržaj koji (i) krši prava intelektualnog vlasništva (uključujući plagiranje i preuzimanje tuđih ideja ili koncepata), (ii) je prijeteci, klevetnički, uvredljiv, diskriminatoran ili potiče na mržnju, (iii) nije u skladu sa zakonima Republike Hrvatske.

8.7. Natjecateljska rješenja predaju se na hrvatskom jeziku.

8.8. Natjecateljski timovi dužni su prije predaje rada detaljno provjeriti je li njihovo rješenje u skladu s odredbama o plagiranju, preuzimanju tuđih ideja, neprimjerenom ili ilegalnom sadržaju iz točke 8.6. Predajom rada smatra se da je provjera provedena. Ako nakon provjere Uprava



HURA-e u ime Organizatora opravdano sumnja na namjerno ili slučajno kršenje odredaba ovog Pravilnika, natjecateljski tim ne može biti proglašen pobjednikom i riskira diskvalifikaciju, naknadno oduzimanje nagrade ili drugu sankciju.

8.9. Radovi pristigli nakon 22. veljače u 13:00 neće se smatrati valjanima.

8.10. U slučaju da Grand Prix pobjednici prije odlaska na svjetsko natjecanje Cannes Young Lions promjene matičnu agenciju ili tvrtku, tj. agenciju ili tvrtku koja je bila njihov prijavitelj i podmirila trošak prijave na natjecanje Young Lions Croatia, prijava natjecatelja na Cannes Young Lions u ingerenciji je agencije/tvrtke prijavitelja, u suglasju s Upravom HURA-e ispred Organizatora.

8.11. Natjecateljima će biti dostupne baze fotografija Shutterstocka, a pri izradi oglasa i kampanja treba se voditi briga o autorskim pravima.

8.12. Klijenta natjecanja bira Organizacijski tim.

8.13. Svi materijali stvoreni tijekom natjecanja daju se na raspolaganje klijentu bez naknade. U slučaju da određeni materijali stvoreni tijekom natjecanja predstavljaju autorsko djelo natjecatelja, za klijenta se zasniva neisključivo i neograničeno pravo iskorištavanja takvog autorskog djela, isključujući pravo prerade.

8.14. Klijent je ovlašten, ali nije obvezan, koristiti bilo koje materijale stvorene tijekom natjecanja, a o potrebi i načinu prerade se obvezuje sklopiti zasebni sporazum s autorom pojedincem/ agencijom čiji je zaposlenik stvorio takvo autorsko djelo.

8.15. Svi pobjednici i finalisti natjecanja imat će priliku predstaviti i prezentirati svoje rješenje na Danima komunikacija 2026 u Rovinju.

9. Opći uvjeti

9.1. Podnošenjem prijave natjecateljski timovi prihvaćaju odredbe iz ovog Pravilnika i obvezuju se na njihovo poštivanje.

9.2. Natjecateljski tim može se natjecati u samo jednoj od šest kategorija.

9.3. Organizator zadržava pravo procjene poštivanja odredaba ovog Pravilnika tijekom cijelog procesa natjecanja. Nepoštivanje bilo koje odredbe može rezultirati diskvalifikacijom. U slučaju spora vezanog uz (ne)poštivanje odredaba od strane bilo kojeg natjecatelja, Uprava HURA-e u ime Organizatora ima konačnu odluku.

9.4. Organizator zadržava pravo promjene, odgode ili obustave natjecanja iz bilo kojeg razloga.



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

U slučaju promjene, odgode ili obustave natjecanja, sve uključene strane suglasne su da Organizator i Cannes Lions ne snose odgovornost za bilo kakvu štetu prouzročenu promjenom ili obustavom natjecanja te da natjecatelji nemaju pravo na kompenzaciju.

9.5. Za sva ostala pitanja oko poštivanja odredaba ovog Pravilnika ingerentna je Uprava HURAE.



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

DESIGN kategorija

Izazov u *Design* kategoriji jest kreirati identitet brenda.

Natjecatelji su dužni, sukladno briefu, isporučiti jedan A3 vizual koji će prikazati kreativni/dizajn koncept koji uključuje:

1. Tri vizuala koji će pokazati kako će prijedlog dizajna i kreativne ideje izgledati u stvarnosti.
2. Opis kako se kreativna ideja uklapa u brief (max. 150 riječi).
3. Opis kreativne ideje, uključujući relevantnost brenda i ciljnu publiku.
4. Opis kako će se brend razvijati (max. 150 riječi).

Natjecateljski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF-u, i to ne većem od 10 MB.



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

DIGITAL kategorija

Izazov u *Digital* kategoriji jest kreiranje integrirane digitalne kampanje.

Natjecateljski 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 ukorak s trenutnim razvojem tehnologije (online i/ili mobile).

Natjecateljski tim u zadanom roku treba isporučiti prezentaciju koja će sadržavati tri primjera (.jpeg) digitalnih Lead 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 korištenjem društvenih mreža i tehnologije? (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).

Natjecateljski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF-u, ne većem od 10 MB.



MARKETERS kategorija

U *Marketers* kategoriji izazov je prezentirati rješenje za klijenta koristeći proizvod/uslugu matične organizacije prema zadanom briefu. Primjer: ako natjecateljski tim dolazi iz Coca-Cole, kreativnim korištenjem Coca-Colinog proizvoda i brenda na kojem rade trebat će odgovoriti na izazov iz briefa.

Od natjecateljskog tima očekuje se da osmisli proizvod/uslugu koja se temelji na znanju i razumijevanju vlastitog brenda (npr. Coca-Cola) na kojem rade unutar svoje organizacije. Cilj je pokazati kako se izazovi s kojima se klijent suočava mogu riješiti pomoću brenda kojeg natjecateljski tim zastupa.

Natjecateljski tim dužan je isporučiti:

1. Vizual koji će biti kratak pregled rada (overview), uključujući slike i tekst koji će sažeti odgovor na brief, izvedbu rješenja i rezultate
2. Pisani prilog od četiri dijela:
 - Objašnjenje ideje kao cjeline (150 riječi)
 - Tumačenje briefa - kako je shvaćen izazov i cilj klijenta u briefu (150 riječi)
 - Objašnjenje insighta/uvida - objašnjenje kreativne upotrebe istraživanja, podataka ili izvora koji su doveli do strategije (150 riječi)
 - Objašnjenje kreativne ideje – kako strategija dovodi do provedbe (150 riječi)

Natjecateljski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF-u, ne većem od 10 MB.



MEDIA kategorija

U *Media* kategoriji izazov je pripremiti inovativnu medijsku strategiju s pojašnjenjem kako će ideja biti izvedena.

Žiri očekuje objašnjenje ideje i kako se planiraju koristiti odabrani mediji. Važno je demonstrirati kako će se stvoriti angažman potrošača (*consumer engagement*) umjesto običnog nagovaranja te kako će se iskoristiti vrijednost novih medijskih kanala i otkriti uvid u potrošača (*consumer insight*) koji komunikacijsku strategiju čini učinkovitom. Strategija treba biti jasno pokazana kroz odabrane medijske kanale.

Natjecateljski tim dužan je isporučiti prezentaciju u kojoj će opisati proizvod ili uslugu u maksimalno 10 slajdova, od kojih će jedan vizualno sažeti cijelu prezentaciju, dok će ostali slajdovi predstavljati pisano objašnjenje u tri dijela:

1. Opis kreativne ideje/insight te istraživanje i prikupljanje podataka (max. 150 riječi)
2. Opis strategije – ciljana publika, medijsko planiranje i pristup (max. 150 riječi)
3. Opis egzekucije – implementacija, medijski kanali i integracija, timeline (max. 150 riječi).

Natjecateljski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF-u, ne većem od 10 MB.



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

PRINT kategorija

Izazov u *Print* kategoriji jest kreirati print oglas za klijenta.

Natjecatelji su dužni, sukladno briefu, isporučiti oglas dimenzije A3 te pisano objašnjenje u dva dijela:

1. Pojašnjenje konteksta samog oglasa (max. 150 riječi)
2. Insight i strategija iza isporučenog rada (max. 150 riječi).

Kreativni natjecateljski tim čine grafički i ostali specijalisti za dizajn te copywriter.

Natjecateljski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF-u ne većem od 10 MB.



PR kategorija

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

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

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

1. Opis kreativne ideje i potencijala za utjecaj na industriju (max. 150 riječi)
2. Opis strategije – ciljana skupina, ciljani mediji, PR planiranje i pristup (max. 150 riječi)
3. Opis egzekucije – implementacija PR aktivnosti, hodogram, doseg (max. 150 riječi).

Uz pisani dokument, potrebno je pripremiti prezentaciju s maksimalno 10 slajdova, od kojih jedan slajd vizualno sažima cijelu prezentaciju.