



Uitslag jurering ABC Accenten 2019

Adverteerder van het Jaar 2019

SIRE en wakker schudden

SIRE zet zich al decennia in om de discussie op gang te brengen rond maatschappelijke thema's. Thema's die anders on- of onderbelicht blijven maar waar we als maatschappij beter van worden.

Dit jaar heeft SIRE zichzelf met de **#DOESLIEF** campagne overstegen terwijl ook de **'Waardeer het, repareer het'** campagne tot fantastische resultaten heeft geleid.

Agendasetting en bewustwording in optima forma!

Juryrapport ABC Accenten 2019

Adverteerder van het Jaar 2019

Dit jaar hebben drie zeer verschillende organisaties gestreden om de titel Adverteerder van het Jaar: **Albert Heijn, De Vegetarische Slager en SIRE.**

SIRE

Onafhankelijk, betrokken, kritisch. Dat zijn de kernwaarden van SIRE waarvan uit SIRE al jaren aandacht vraagt voor relevante maatschappelijke thema. Steeds weer verrassend en vernieuwend. De wijze waarop er dit jaar aandacht werd gevraagd voor de verruwing van de maatschappij met de campagne **#DOESLIEF** oversteeg echter alle verwachtingen. **#DOESLIEF** werd binnen 4 maanden onderdeel van ons dagelijks vocabulaire en leidde niet alleen tot een grote bewustwording maar ook tot een sterke gedragsintentie. Met **#DOESLIEF** bewees SIRE eens te meer de vinger op de zere plek te kunnen leggen en daarmee het belang van haar bestaan. Daarnaast heeft de 2^e campagne van 2019 **‘Waardeer het, repareer het’** ook tot fantastische resultaten heeft geleid.

Conclusie van de jury:

SIRE zet zich al decennia in voor maatschappelijke thema'. Thema's die anders on- of onderbelicht blijven maar waar we als maatschappij beter van worden. Dit jaar heeft SIRE zichzelf met de **#DOESLIEF** campagne overstegen terwijl ook de "waardeer het, repareer het" campagne tot fantastische resultaten heeft geleid. Agendasetting en bewustwording in optima forma!

Adverteerder van Jaar 2019: SIRE