

Advertising Effectiveness Award til Interflora

AWARD WINNING

01 DEC 2017

For andet år i træk – og tredje gang i alt – har Interflora vundet en Advertising Effectiveness Award (AEA) – alle gange med MediaCom som mediabureau.

Når det innovative, originale og kreative hænger sammen, giver det en tydelig og positiv effekt for annocøren. Ordene er hentet fra AEA, som torsdag aften i Børssalen i København belønnede Interflora, Brandhouse og MediaCom for casen “Eksperimentet der gik galt med vilje”.

AWARD WINNING