

Maciej Twardowski, Executive Creative Director *Ogilvy*



Pracuje w komunikacji marketingowej od ponad 15 lat, a w 2018 roku zajął 14. miejsce w światowym rankingu dyrektorów kreatywnych według One Club.

Zaczynał jako Art Director w Y&R, a następnie pracował w DDB&tribal, gdzie przebył drogę od Senior Art Directora do Dyrektora Kreatywnego. Od trzech lat stoi na czele kreacji Ogilvy jako Executive Creative Director. W 2018 roku agencja zdobyła tytuł „Agencji Roku” na KTR oraz wiele nagród na międzynarodowych festiwalach.

W ciągu ostatniego tylko roku Ogilvy z kreacją prowadzoną przez Macieja wygrało przetargi na współpracę z markami Allegro, OBI, Reebok, Lego oraz Whirlpool. Pod jego nadzorem kreatywnym powstały między innymi takie kampanie, jak nagrodzona Euro Effie „Jaki kolor ma powietrze w Twoim domu” (Philips), nagrodzona na Best of Facebook - KTR „Instagramowa umowa” (nju mobile), nagrodzona wieloma mieczami KTR „Jak brzmi czekolada” (Wedel) oraz jedna z najczęściej nagradzanych na świecie kampanii – „Do ostatniego drzewa” dla Greenpeace. Jest także współtwórcą kampanii McDonald’s #mamsmakanamaka, PZU „Niestraszki”, PKO Banku Polskiego „Szymon na krańcach świata”, Tigera „Power is Back” z miniaturowym tygrysiem mówiącym głosem Sokoła oraz nagrodzonej canneńskim lwem „Move Update” McDonald’s.

Od tego roku tworzy zintegrowaną komunikację dla jednego z największych marketerów na rynku – Allegro.

Ma na swoim koncie ponad 100 nagród na najbardziej prestiżowych festiwalach kreatywności i skuteczności marketingowej. W tym jedyny w historii polskiej reklamy Yellow Pencil D&AD, 14 lwów z Cannes (w tym 3 złote), 7 nagród One Show (w tym 2 złota i jedno Grand Prix) oraz kilkadziesiąt nagród w konkursach KTR i Effie.

Od wielu lat jest jurorem w konkursie KTR, w 2019 roku był przewodniczącym jury w kategorii Communication. Prowadził także obrady jury konkursu Eurobest (w kategorii Young Creatives).

Wierzy w skuteczność komunikacji zintegrowanej, gdzie tak samo ważne jest opowiadanie ciekawych historii, jak i właściwe rozumienie roli kanałów komunikacji.