



lidermedia.hr



Domaći kreativci ove godine najuspješniji u regiji s čak dva lava u Cannesu

Na najuglednijem svjetskom festivalu kreativnosti agenciji Bruketa&Žinić&Grey uručena je bronca za projekt 'Priča koja vrijedi svakog slova', dok je Studio Tumpić/Prenc osvojio broncu s projektom 'Vrijeme je za tvoje vrijeme'

Hrvatski kreativci sada posjeduju čak šest kantskih lavova – prestižnih statua dodijeljenih na najvećem svjetskom festivalu kreativnosti Cannes Lions. Ugledni festival, koji se ove godine održava od 17. do 21. lipnja, agenciji Bruketa&Žinić&Grey dodijelio je brončanu nagradu za projekt *Priča koja vrijedi svakog slova* realiziran uz sudjelovanje Komunikacijskog laboratorija u kategoriji Print & Publishing, dok je Studio Tumpić/Prenc osvojio broncu za projekt *Vrijeme je za tvoje vrijeme* u kategoriji Design. Tine domaći komunikatori, nakon stroge selekcije među najboljim projektima diljem svijeta, ove godine u Hrvatsku donose čak dva kantska priznanja.

– Ovo je zaista najveće postignuće u našoj karijeri. Iznimno nam je drago što dodatno doprinijeli stavljanju Hrvatske na mapu država u koje dolazi ova prestižna nagrada. Projekt 'Vrijeme je za tvoje vrijeme' poziva potrošača da uspori ritam života i da ga uskladi s vremenom potrebnim za proizvodnju vina kao što je Teran Barrique – pojasnio je **Anselmo Tumpić**, kreativni direktor Studija Tumpić/Prenc, o svom projektu, koji je prije uspjeha u Cannesu osvojio niz priznanja na hrvatskom natjecanju kreativnosti IdejiX, regionalnom natjecanju **BaCannes** i drugim uvažanim međunarodnim natjecanjima.

Za agenciju Bruketa&Žinić&Grey ovo je već drugi kantski lav.

– U ovoj kampanji nije riječ samo o tjestenini, niti o pjevanju tradicionalnih pjesama. Ovo je kampanja koja govori o pripadanju i ljubavi: ljubavi prema svojoj obitelji, prijateljima i onom malom dijelu svijeta koji smatrate svojim – naglasio je **Nikola Žinić**, voditelj nagradene kampanje ispred agencije **Bruketa&Žinić&Grey**.

– Iza ove jednostavne, a genijalne kampanje stoji veliki tim. Držeći u ruci malu kutiju s točnim brojem slova jedne popevke osjećate pažnju koju smo joj pridali i tako materijalizirali krhkost baštine koja nam lako može izmaći ako ne bринemo o njoj – dodao je Žinić.

Podsjetimo, četiri hrvatske agencije – Imago Ogilvy, Studio Sonda, EssenceMediacom i Bruketa&Žinić&Grey – ranije su za svoj kreativni rad osvojile kantske lavove, najprestižniju nagradu kreativne industrije globalno. Ovo je ujedno treća godina zaredom kako Cannes Lions prepoznaje kvalitativne hrvatskih kreativaca i pozivanjem u svoj stručni žiri: prva je predstavnik hrvatske kreativnosti u kantskom žirju bila **Jelena Fiškuš** 2022. godine, prošle godine u žiriranju kako Cannes Lionsa tako i natjecanja Cannes **Young Lions** iz Hrvatske sudjelovali su **Davor Bruketa** i **Damir Ciglar**, dok su ove godine hrvatsku kreativnost u žirju predstavljali **Sean Poropat** i **Ivan Golubić**, ujedno jedini predstavnici u žirju iz cijele regije.



Ova postignuća zrcale činjenicu da je hrvatska oglašivačka industrija najveća u regiji te da je tržište sve snažnije i kontinuirano unaprjeđuje svoju kvalitetu. U posljednjih nekoliko godina projekti hrvatskih agencija tržišnog komuniciranja ističu se u regiji po osvajanju nagrada i priznanja – uz Cannes Lions – i na brojnim međunarodnim strukovnim natjecanjima. Napredak cijele hrvatske komunikacijske struke reflektira se u povećanom broju stranih narudžbi, međunarodnim priznanjima i članstvima u žirijama međunarodnih natjecanja. Renesansu industrije reflektiraju i **Dani komunikacija**, nekad okupljašte lokalnih stručnjaka, a danas jedno od vodećih regionalnih događanja koje privlači publiku kvalitetom sadržaja koji osiguravaju neki od najboljih stručnjaka iz cijelog svijeta.

Sve informacije o dodijeljenim nagradama festivala Cannes Lions dostupne su na canneslions.com.