



H horecapro.hr



Hrvatski kreativci dominiraju na Cannes Lionsu: Dvostruka bronca za agencije

Agencija Bruketa&Žnić&Grey i Studio Tumpić/Prenc donijeli su kući prestižne nagrade s najpoznatijeg svjetskog festivala kreativnosti, potvrđujući izvrsnost hrvatskog kreativnog sektora

Hrvatski kreativci sada posjeduju čak šest kanskih 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&Žnić&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. Time **domaći komunikatori**, nakon stroge selekcije među najboljim projektima diljem svijeta, ove godine u Hrvatsku donose čak dva kanska priznanja.



FOTO: Anselmo Tumpić i Sara Prenc

“Ovo je zaista najveće postignuće u našoj karijeri. Iznimno nam je drago što smo 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 **BalCannes** i drugim uvažanim međunarodnim natjecanja.



Za agenciju Bruketa&Žinić&Grey ovo je već drugi kanski lav: “U ovoj kampanji nije riječ samo o tjestenini, niti o pjevanju tradicijskih 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**, te

dodao: “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 brinemo o njoj.”



Podsjetimo, četiri hrvatske agencije – Imago Ogilvy, Studio Sonda, EssenceMediacom i Bruketa&Žinić&Grey – ranije su za svoj kreativni rad osvojile kanske lavove, najprestižniju nagradu kreativne industrije globalno. Ovo je ujedno treća godina zaredom **kako Cannes Lions prepoznaje kvalitetu hrvatskih kreativaca i pozivanjem u svoj stručni žiri**: prva je predstavica hrvatske kreativnosti u kanskom žiriju 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 žiriju predstavljali **Sean Poropat** i **Ivan Golubić**, ujedno jedini predstavnici u žiriju 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 tržišnoga 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 žirijima međunarodnih natjecanja. Renesansu industrije reflektiraju i **Dani komunikacija**, nekad okupljalište 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.