



jutarnji.hr



## Jutarnji list - Sačuvali su međimurske popevke, i za to osvojili još jednog lava u Cannesu u međunarodnoj konkurenciji

Na prvom danu ovogodišnjeg izdanja najprestižnijeg festivala kreativnosti – Cannes Lions, Marodi i agencija Bruketa&Žinić&Grey za projekt "Priča koja vrijedi svakog slova" osvojili su brončano priznanje u kategoriji Print&Publishing/Innovative and adapted use of Print & Publishing čime je agencija Bruketa&Žinić&Grey postala prva agencija koja je u Hrvatsku donijela čak dva kanska lava.

Inspiracija za projekt proizašla je iz činjenice da je Međimurska popevka 2018. godine uvrštena na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva, a na njemu će ostati zaštićena sve dokle god se koristi. Kako bi doprinijeli očuvanju popevke, kreirano je limitirano izdanje zbirke od pet knjiga Međimurskih popevki – Priča koja vrijedi svakog slova u kojoj svaka knjiga dolazi s posebnim pakiranjem Marodi abecedne tjestenine za juhu s točnim brojem slova od kojih je sačinjena pjesma. Nadasve, 28. studeni proglašen je i kao Dan međimurske popevke, a na taj dan provodit će se aktivnosti u svrhu njene zaštite i očuvanja.



Bruketa&Žinić&Grey

/Bruketa&Žinić&grey

Agencija Bruketa&Žinić&Grey prvog kanskog lava osvojila je 2021. godine kada je na natjecanju bilo gotovo 30 tisuća prijava, a tada je Untouched by Light, pjenušavo vino Radgorskih gorica, nagrađeno broncom za rebranding. Untouched by Light projekt je kojime su Bruketa&Žinić&Grey i Radgorske gorice unjesto tradicionalnog oglašavanja kreirali potpuno novi proizvod, s ciljem pozicioniranja ove vinarije na globalnome tržištu. Radi se o prvome pjenušavom vinu na svijetu koje se proizvodi, prodaje i kuša u potpunome marku, kao odgovor na znanstveno istraživanje koje potvrđuje negativan utjecaj svjetla na vrske arome, posebno na pjenušce.



Bruketa&Žinić&Grey

/Bruketa&Žinić&grey



Bruketa&Žinić&Grey

/Bruketa&Žinić&grey

Cannes Lions najveće je svjetsko natjecanje kreativnosti u tržišnim komunikacijama, s više od 26 tisuća prijava samo ove godine, dok se nagrada kanski lav smatra najprestiznijom u branši.

Osim što su osvojili dvije nagrade, agencija Bruketa&Žinić&Grey s pet projekata plasirala se u finale natjecanja što je također veliko priznanje s obzirom na enorman broj prijava koje pristižu svake godine.

Već spomenuti Untouched by Light 2022. godine bio je u užem izboru kategorije Creative B2B, a te godine bilo je više od 25 tisuća prijava. Osim uspjeha na Cannesu, Untouched By Light osvojio je i zlato na Art Directors Club of New York natjecanju te na istom natjecanju Best of Discipline, srebro na natjecanju London International Awards, broncu na Cresti, nagradu High Design Quality na Red Dotu, broncu na Brand Impact Awards i brojne nagrade na regionalnim strukovnim natjecanjima.

Brigometar koji je izmjerio zabrinutost hrvatskih građana te iste godine svoje mjesto osigurao je u finalu kanske kategorije Creative Data, a osvojio je i dvije nagrade na The Drum Out Of Home Awards natjecanju, zlato i srebro na MIXX Europe, zlato na Graphis Advertising, dva srebra na BalticBest natjecanju te dvije bronce na Kyiv International Advertising Festivalu. Također, plasirao se u finale natjecanja Cresta i u finale dvije različite kategorije Art Directors Club of New York natjecanja, ali i u finale na Campaign Tech Awards.

Knjiga koja čim se više koristi, tim više ima nade za Zakladu Adris 2017. bila je u finalu kanske kategorije posvećene dizajnu knjiga, a te godine bilo je više od 40 tisuća prijava. Osim Cannesa, Američki institut za grafički dizajn uvrstio ju je u 50 najbolje dizajniranih knjižnih omota na svijetu, D&AD nagradio ju je priznanjem Wooden Pencil, osvojila je nagradu na Design Week-u, srebro i broncu na Golden Drum-u i srebro na hrvatskom natjecanju [IdejaX](#).



Bruketa&Žinić&Grey

/Bruketa&Žinić&grey

Godišnje izvješće za Adris Grupu – Lica 2009. godine bilo je u finalu kanske kategorije Annual Report, a tada je na festivalu bilo više od 22 tisuće prijava. Nadasve, ovo izvješće nagrađeno je i srebrom na Graphis Annual Reports, nagradom Graphics Award na natjecanju Good Design te plasiranjem u finale na natjecanjima International Advertising Cup i Golden Drum.

Kuharica koju je potrebno ispeći prije upotrebe – Ispeci pa reci godinu ranije također se plasirala u finale iste kategorije, a te godine bilo je više od 28 tisuća prijava. Ova specifična kuharica osvojila je glavnu nagradu i na Cresti, zlato na London International Awards, High Design Quality na Red Dotu, zlato na International Design Awards, Gold World Medal na New York Festivals te zlato na natjecanju EPICA. Communications Arts dodijelio joj je priznanje Award of Excellence, a tu su i srebro na natjecanju CLIO, srebrno zvonu s natjecanja Festo, nagrada Merit na Art Directors Club of New York natjecanju i brojna druga internacionalna i regionalna priznanja.