

 after5.hr



Tko je hrvatski tim koji ide u Cannes?

U samo 24 sata osmislili su komunikacijsko rješenje koje je spojilo suvremenu umjetnost, PR i izložbeno-izvedbeni prostor, novi dom zagrebačke udruge KONTEJNER. Njihov koncept “The Art Can Contain It” nije samo odgovorio na brief, već je otvorio vrata puno šire priče o umjetnosti, društvu i percepciji. Ana Csik i Mate Šola iz agencije McCann Zagreb ovim su projektom pobijedili u PR kategoriji na natjecanju Young Lions Croatia 2025., ali i osvojili nešto više: Grand Prix koji ih vodi ravno na globalni Cannes Young Lions, jedno od najvažnijih kreativnih natjecanja na svijetu.

Young Lions Croatia svake godine okuplja novu generaciju profesionalaca iz komunikacijske industrije i postavlja im izazov koji mora biti riješen u manje od 24 sata. Brief je stvaran, klijent neprofitan, a pobjedničko kreativno rješenje natjecatelja ustupa se odabranoj udruzi ili organizaciji civilnog društva. Ovog je puta riječ bila o udruzi KONTEJNER, koja se bavi suvremenim umjetničkim praksama, a sada publici treba približiti novi umjetnički program, kao i novi izložbeno-izvedbeni prostor.

Kako su pristupili zadatku, kako izgleda 24 sata pod pritiskom i što ih je vodilo prema rješenju koje je na kraju osvojilo žiri – sve su nam to otkrili Ana i Mate.

Čestitamo na pobjedi! Kakav je bio osjećaj saznati da ste osvojili zlato i da idete u Cannes?

ANA: Hvala na čestitkama! Ovo mi je bilo prvo sudjelovanje na Young Lionsu i stvarno nisam očekivala pobjedu. Osjećaj je bio stvarno nevjerovatan – šok, uzbuđenje, sreća i ponos. Znali smo da imamo dobru ideju, ali konkurencija je bila ozbiljna i nisam ništa uzimala zdravo za gotovo. Sudjelovati na natjecanju u Cannesu velika je čast i prilika koju stvarno cijenim.

MATE: Osjećaj je, naravno, bio izvanredan. Velika je stvar pobijediti na ovako velikom natjecanju s više od 100 natjecatelja, a još veća kad znaš da ideš u Cannes predstavljati svoju zemlju na svjetskoj pozornici. Zamisli koje ludilo.



Ana Csik, Jadranka Čurković, Mate Šola

Kako je izgledao trenutak kada ste prvi put pročitali zadatak? Što vam je prvo prošlo kroz glavu?

MATE: Taj prvi sat je definitivno sat s najviše adrenalina. Čim čuješ klijenta, već ti krenu prve misli i potencijalni smjerovi. Prvo što mi je prošlo kroz glavu bilo je da je ovo možda najteži zadatak dosad. Radilo se o **udruzi** "KONTEJNER" i općenito o suvremenoj umjetnosti, pa me bilo strah da će nam zbog jako širokog teritorija otići previše vremena na ispitivanje različitih ideja, što se na kraju i dogodilo.

ANA: Iskreno, nisam očekivala takav zadatak. Na prvu mi se činio prilično izazovan, ali kad smo krenuli dublje istraživati, shvatila sam da otvara puno kreativnih mogućnosti. KONTEJNER sam po sebi nosi dozu kreativnosti, a mislim da se očekivalo nešto inovativno – nešto što poštuje zadane okvire, ali ih istovremeno pomiče i otvara nove perspektive.

Kako ste se vi kao tim našli, jeste li se već ranije surađivali u agenciji ili vam je ovo bio prvi kreativni "match"?

ANA: Ja bih rekla da nam je ovo bila prva prava suradnja kao tima – i stvarno smo kliknuli. Dinamika se razvila prirodno, brzo smo uspostavili povjerenje, što je u ovakvom formatu, kad ti vrijeme doslovno curi, neprocjenjivo.

MATE: Ana je došla u agenciju prije samo nekoliko mjeseci pa nismo stigli puno raditi zajedno. Kolegica s kojom sam prethodnih godina sudjelovao ove je godine bila izvan zemlje baš u vrijeme natjecanja, pa sam Ani predložio da mi se pridruži. Od prvog dana otkad je došla, pokazala je veliku želju za učenjem i rastom, pa mi je bilo skroz prirodno da joj ovo bude svojevrstno vatreno krštenje – odmah u divljoj džungli **Young Lions** natjecanja.

Vaša ideja ima snažan emotivni i društveni sloj, kako ste došli do koncepta ispovjedaonice i preoblikovanja briga u umjetnost?

ANA: Nakon nekog vremena traženja ideje, odlučili smo se vratiti na sami početak i krenuti od same umjetnosti i njezine uloge u društvu. Došli smo do ideje da se brige, kao nešto osobno i često neugodno, mogu pretočiti u nešto zajedničko i lijepo: u umjetnost. Nakon toga, ispovjedaonica se nametnula prirodno, kao mjesto iskrenosti.

MATE: Nismo se fokusirali isključivo na suvremenu umjetnost, već na umjetnost općenito i njezin utjecaj na čovjeka kroz povijest. Htjeli smo pronaći snažnu i relevantnu ulogu umjetnosti u životu ljudi danas. Kroz povijest je umjetnost imala moć da nosi naš teret – bila je način da izrazimo svoje strahove, patnje i brige. Htjeli smo podsjetiti ljude da i danas, u vremenu prepunom stresa i anksioznosti, umjetnost može biti alat koji im pomaže barem malo olakšati svakodnevicu.



predstavljanje pobjedničkog projekta na **Danima komunikacija**

Koliko vam je u tom kreativnom procesu pomogla činjenica da radite s **udrugom koja je već poznata po suvremenom i eksperimentalnom pristupu umjetnosti?**

MATE: KONTEJNER nam je bio velika inspiracija. I prije natjecanja sam čuo za njih i bio sam u njihovu prostoru, ali sam nakon *briefa* krenuo dublje istraživati cijelu njihovu povijest i kako su se razvijali. Jadranka Čurković, koja je predstavljala KONTEJNER na natjecanju, sjajno nas je uvela u priču i odmah odgovorila na prva ključna pitanja koja smo imali.

ANA: Njihova otvorenost prema novim formatima i eksperimentiranju nam je dala slobodu da razmišljamo van okvira. Znali smo da možemo predložiti nešto drugačije i da će to biti prepoznato s njihove strane.

Kako ste usklađivali emociju ideje s jasnom i izvedivom komunikacijskom strategijom u tako kratkom vremenu?

MATE: S obzirom na to da sam ja strateg, a Ana kreativka, mislim da smo se sjajno nadopunjavali. Ana je odmah htjela krenuti u egzekuciju jer ju je inspiriralo nekoliko smjerova, dok sam ja stalno vraćao stvari na početak i ponavljao: “Okkkkk, ali zašto?”. Tek kad smo postavili jasne temelje i razjasnili odakle ideja dolazi, mogli smo krenuti u razradu, egzekuciju i prenošenje emocije na publiku.

ANA: To je bio najveći izazov. Ideja je bila jaka, ali morali smo je “uzemljiti” i pokazati kako konkretno funkcionira – tko, što, gdje, kako. Htjeli smo najprije dotaknuti ljude, a onda im konkretno pokazati kako to funkcionira u stvarnosti.

Kako je izgledalo tih 24 sata u ZICER-u? Je li bilo trenutaka kad ste pomislili da nećete stići i kako ste ih prebrodili?

ANA: Bilo je svega – euforije, panike, tišine, ludih ideja. Na početku nas je nosio adrenalin pa smo upali u zonu preispitivanja svega, ali kad smo se konačno odlučili za smjer, sve je sjelo. Najviše je pomoglo što smo ostali mirni kad je bilo najnapetije.

MATE: Naravno da je bilo. Najteži trenutak je bio navečer, kad smo morali presjeći i odlučiti s kojom idejom idemo dalje. Ni s jednom nismo bili potpuno zadovoljni. Tada je najbolje ostaviti sve, udaljiti se na kratko, što smo i napravili. Kad smo se vratili, sve je odjednom bilo jasnije i odlučili smo se za ideju koja je na kraju i pobijedila.



ZICER

Mate, ti si već iskusi Young Lion, dok je Ani ovo bilo prvi put. Kako je to utjecalo na vašu dinamiku u radu?

MATE: Dosta. Iskustvo ti da hladniju glavu – ne zaglaviš previše u *briefu*, nego znaš brzo prepoznati koje su ključne informacije i prioritzirati ono što je stvarno bitno. Brže pređeš iz čitanja u razmišljanje, iz analize u stvaranje. Htio sam Ani prenijeti tu smirenost i dati joj povjerenje da samo prati ritam i da ćemo zajedno uspjati sve odraditi na vrijeme.

ANA: Meni je iskustvo bilo novo i stvarno sam cijenila Matinu smirenost. Znao je kad treba stati, uzeti pauzu i razmisliti. Lakše je pored sebe imati nekog tko je to sve već prošao.

Koji vam je bio najveći izazov tijekom natjecanja i što ste iz toga naučili?

ANA: Najveći izazov bio je napraviti prvi korak – pronaći ideje, odlučiti se samo za jednu i uopće krenuti. Kao i u životu, taj početak često djeluje najteže. Toliko je snjgerova, a nijedan se u startu ne čini dovoljno dobrim. Ali kad jednom kreneš, stvari se počnu slagati i jednostavno ideš dalje, sve dok ne dođeš do jasnog cilja. Naučila sam da hrabrost ne znači odmah znati gdje ideš, nego biti spreman riskirati i vjerovati procesu.

MATE: Najveći izazov je bio odlučiti koju ideju odabrati i kada *brainstormanje* prelazi u razradu ideje. Ja sam jutarnji tip pa sam pokušavao da budemo najproduktivniji odmah na početku natjecanja. No, ovaj put smo tek oko 10 navečer donijeli finalnu odluku i krenuli razrađivati ideju. Naučio sam da je mala panika neizbježna, ali treba ju pustiti da se dogodi, a onda sabrati misli i izvući najbolje iz onoga što imaš.



Mate Šola i Ana Csik

Kako vam je rad u McCannu pomogao u pripremi za ovakvo natjecanje? Donosite li dio te svakodnevne dinamike i u ovakve “izvanredne” izazove?

ANA: Definitivno. McCann nas stalno potiče na razmišljanje *out of the box*, ali i na jasnoću u izvedbi. Navikla sam na zadatke koji dolaze s rokovima “ASAP”, u svakodnevnim brzim i dinamičnim situacijama, uz puno timske koordinacije i konstruktivnih rasprava, što nam je doslovno bilo ključno u tih 24 sata.

MATE: Naravno, s obzirom na kratke agencijske rokove, nama su Young Lionsi jednom tjedno u agenciji. Šalu na stranu, naravno da je svakodnevni rad na različitim klijentima i projektima zapravo najbolja priprema za ovakvo natjecanje. Agencijsko iskustvo daje ti najveći vjetar u leđa i sigurnost da ćeš moći prepoznati pravi problem kojeg klijent ima i onda pokušati odgovoriti na njega.

Zašto mislite da je ovakvo natjecanje važno za mlade profesionalce u industriji?

ANA: Natjera te da izađeš iz rutine i stvorno testiraš koliko možeš; kreativno, emocionalno, timski. Daje ti priliku da radiš na nečemu što ima stvaran utjecaj, ali i da upoznaš sjajne ljude iz industrije.

MATE: Zato što je ovo jedna od rijetkih prilika gdje se mladi mogu brzo pokazati i dokazati cijeloj industriji. Daješ najbolje od sebe, upoznaješ ljude, stvaraš kontakte i otvaraš si nova vrata. Ujedno, to je i dobar indikator koliko mladih uopće želi biti dio ove industrije.



Ana Csik i Mate Šola

Što biste savjetovali nekome tko se dvoumi treba li se prijaviti na **Young Lions** sljedeće godine?

ANA: Prijavi se i ako ti se čini zastrašujuće. Nitko nije potpuno spreman, ali iskustvo koje dobiješ je neprocjenjivo.

MATE: Ako voliš ovaj posao, dođi. Ako nisi siguran da ga voliš, dođi, možda ti ovo pomogne da odgovoriš na to pitanje. Ako voliš natjecanja, dođi. Ako ne voliš, dođi i testiraj barem sam sebe. Ako ti se baš ne da, a agencija ti svejedno želi platiti kotizaciju – dođi zbog besplatne večere i energetske pića. Uglavnom, dođi. To su samo 24 sata tvojeg života, a mogu ti zauvijek promijeniti ostatak tvojeg karijernog puta.

Kakva su vam očekivanja od nastupa u Cannesu i postoji li trema?

ANA: Trema je naravno tu, ali više me nosi uzbuđenje. Idem s namjerom da dam najbolje od sebe, upoznam nove ljude i upijem svaku minutu tog posebnog iskustva. Već sama prilika da sam tamo velika je stvar za mene, pa idem korak po korak i vjerujem da će sve ispasti dobro. Cannes je stvarno posebna pozornica i ponosna sam što tamo predstavljamo Hrvatsku.

MATE: Postoji. Iskreno, jedva čekam. Sada je vrijeme za upaliti sve motore jer osvojiti nešto u Cannesu ipak zahtijeva izvanredan rad – ne samo da ideja mora biti odlična, već mora biti i vrhunski upakirana i prezentirana žiriju. Pripremamo se koliko god možemo, odradili smo sastanke s organizatorima koji su nas dobro pripremili na sve što nas čeka. Natjecanje je odmah prvi dan festivala, tako da ćemo tad stisnuti maksimalno, a ostatak vremena uživati u festivalu i svemu što on nudi.

FOTOGRAFIJE: PR, **HURA!**