

Cannes Lions обяви победителите за 2020/2021 и връчи големите награди на Фестивала

McCann Sofia спечели първия си Лъв и промени историята на българската рекламна индустрия

В седмицата 21 - 25 юни, по време на виртуалното събитие Cannes Lions Live бяха обявени всички победители във фестивала Cannes Lions за 2020/2021. Вече са известни и носителите на Специалните награди за двугодишния период.

Голямата новина за България дойде в деня на награждаване на победителите в категорията Brand Experience & Activation. За първи път българска рекламна агенция беше отличена с награда от най-престижния международен фестивал на комуникационната индустрия - Cannes Lions. McCann Sofia получи бронзово отличие за кампанията Fly With a Book с платформата Booktrips.bg - книжарницата от ново поколение, "маскирана" като туристически сайт. Екипът на агенцията сподели: „Днес е чудесен ден за влизане в историята! Днес всички в офиса на McCann Sofia сме Мария Бакалова.“

Награда **Grand Prix for Good** бе връчена на кампанията *'#StillSpeakingUp DeepTruth'*, Propuesta Cívica + Reporters Sans Frontieres, на агенции: Publicis Mexico и Publicis Latvia, Riga. С тази награда Латвия получава първата си награда Grand Prix.

Специалните награди, които бяха връчени, са:

Holding Company of the Festival 2020/21

1. WPP
2. Omnicom
3. Interpublic Group

Network of the Festival 2020/21

1. FCB
2. Ogilvy
3. BBDO Worldwide

Agency of the Festival 2020/21

1. AMV BBDO, London, UK
2. Publicis Italy, Milan, Italy
3. FCB Chicago, USA

Independent Agency of the Festival 2020/21

1. Wieden+Kennedy, Portland, USA
2. The Bloc, New York, USA
3. Rethink, Toronto, Canada

Palme D'Or 2020/21

1. Chelsea Pictures, USA
2. Pulse Films, USA
3. Division, France
4. Smuggler, USA
5. Prettybird, USA

Creative brand of the Festival 2020/21

1. Burger King
2. Bodyform/Libresse
3. Dove

Agency of the Festival by track 2020/21 - Communication
Publicis Italy, Milan, Italy

Agency of the Festival by track 2020/21 - Craft
AMV BBDO, London, UK

Agency of the Festival by track 2020/21 - Entertainment
72andSunny, Los Angeles, USA

Agency of the Festival by track 2020/21 - Experience
McCANN, New York, USA

Agency of the Festival by track 2020/21 - Good
VMLY&R Brazil, São Paulo, Brazil

Agency of the Festival by track 2020/21 - Reach
FCB Chicago, USA

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 - Communication
Wieden+Kennedy, Portland, USA

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 - Craft
Work & Co, New York, USA

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 - Entertainment

- 1. Edelman, London, UK
- 1. GUT, São Paulo, Brazil

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 - Experience

Uncommon, London, UK

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 - Good

FARM, Stockholm, Sweden

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 - Reach

GUT, Miami, USA

По време на награждаването, Саймън Кук, управляващ директор на LIONS, направи обръщение към публиката на Cannes Lions Live, с думите: „През последните пет дни станахме свидетели на мащаба на глобалната креативност. Проследихме вдъхновяващи разговори, участвахме в интригуващи програми, отбелязахме творческите постижения чрез нашите награди и най-важното - събрахме се като общност, обединени от вярата, че креативността има силата да изгради бизнес, да формира обществото и да промени света за по-добро.“

Тази година журито на Cannes Lions Live се състоя от 478 души от 55 държави, като общата бройка на връчени награди Lions достигна 982, разпределени сред 53 държави.

Наградите Cannes Lions 2020/2021 в детайли

Категория Communication Track, в партньорство с Microsoft

В категория **Film Lions**, награждаваща филмовата креативност, бяха връчени 83 Лъва - 8 златни, 25 сребърни и 47 бронзови, като наградените в съответната категория са избрани от общо 2726 получени заявки. Grand Prix бе връчена за кампанията: *'Crocodile Inside'*, Lacoste, създадена от BETC Paris, France; Втората Grand Prix награда получи кампания: *'Nike: You Can't Stop Us'*, от Wieden+Kennedy, Portland, USA; и третата награда Grand Prix отиде за кампанията: *'#WombStories'*, Essity, създадена от агеция AMV BBDO London, UK.

От общо 196 заявки в категория Titanium Lions бяха връчени 7 Лъва, като 6 награди Titanium Lions и Grand Prix бяха връчени за кампанията *#WombPainStories*, Essity, на AMV BBDO London, UK . Президентът на журито Сюън Кредъл, главен творчески директор на FCB, споделя следното относно кампанията: „Тази кампания цели да научи не само жените за техните тела, но

да научи и лекарите, а за нас (журито) това беше изключително. Почувствахме, че можем да видим как медицинските книги имат възможността да бъдат пренаписват именно заради тази кампания."

Good Track, в партньорство с Facebook

В категория **Glass: The Lion for Change**, от общо 187 заявки бяха връчени 7 Лъва: 2 златни, 1 сребърен и 3 бронзови. Наградата Grand Prix бе връчена за: *'I am'*, for Starbucks, създадена от агенция VMLY&R Brazil, São Paulo, в която може да бъде проследено как магазинът на Starbucks се преобразява в регистрационен офис, в който представителите на транс обществото могат легално да променят имената си и да знаят, че има място, в което винаги ще са добре дошли.

Sustainable Development Goals Lions награждава творческите решения на проблеми или други инициативи, които, използвайки креативността, влияят положително на света. Тази година Cannes Lions си партнира с Parley, с които създадоха емблематичните трофеи за Фестивала, като за направата на наградите са използвани регенерирани риболовни мрежи. В тази категория бяха получени 736 заявки, от които наградени са 20 Лъва: 3 златни, 4 сребърни и 12 бронзови. Голямата награда беше връчена на: *'The 2030 Calculator'*, Doconomy, от Doconomy, Стокхолм / FARM, Стокхолм, Швеция. Председателят на журито, Едуардо Марури, VP Global Creative Board & President/CEO Европа в Grey Worldwide, заяви следното: „Кампанията отговаря на всички критерии, за които ние като жури се съгласихме в началото: мащабност, засягане на множество цели за устойчиво развитие и не е просто показване на проблема, а даване на ясно решение на този проблем. Смятам, че *'The 2030 Calculator'* има големия потенциал да промени света. "

Experience Track, в партньорство с Amazon

В категорията **Brand Experience and Activation Lions**, чиято основна задача е да се оценява креативността, изграждането на подробна брандова личност и развитието ѝ, чрез дизайн, различен вид активации и 360-градусова потребителска ангажираност, бяха наградени 11 златни, 19 сребърни и 43 бронзови награди от общо получени заявки - 2352. Журито присъди две големи награди Grand Prix: „Истинско име“ за Mastercard, McCann, Ню Йорк, САЩ, кампанията, която даде възможност на трансджендърите да използват истинското си име. Председателят на журито, Вики Магуайър, главен творчески директор, Navas, Великобритания, го описа като произведение, което „ви докосва, удря нещо, което усещате, преди да го разберете в действителност“. Втората Grand Prix награда беше връчена на „Stevenage Challenge“ от DAVID, Мадрид / DAVID, Маями за Burger King.

Новата категория **Creative Business Transformation Lions** получи 202 заявки и награди общо 9 Лъва: 1 златен, 3 сребърни и 4 бронзови. Grand Prix отиде за *'Act for Food'* от Marcel, Париж за Carrefour, световна програма за хранителен трансформация, с цел подобряване здравето и подобряване хранителната система за фермерите и планетата.

В категория **Creative eCommerce Lions** от общо 336 заявки наградени бяха 15 Лъва: 2 златни, 4 сребърни и 7 бронзови. 2 награди Grands Prix получи кампанията *'Tienda Cerca'*, Bogota, Colombia, за AB InBev, местна платформа за електронна търговия, поддържаща малкия бизнес и потребителите по време на пандемията. Втората Grand Prix отиде за: FCB Inferno, с кампания *'Raising Profiles'* за The Big Issue / LinkedIn, чрез който се свързват продавачите на списания Big Issue с клиенти през платформата LinkedIn по време на пандемията.

Communication Track, в партньорство с Microsoft

В категория **Mobile Lions** от общо 898 заявки бяха наградени 34 Лъва: 7 златни, 11 сребърни и 15 бронзови. Grand Prix бе връчена на кампанията: *'Naming the invisible by Digital Birth Registration'* - Telenor Pakistan, Islamabad / Ogilvy Pakistan, Islamabad. Председателят на журито на Mobile Lions, Андрю Келър, вицепрезидент, глобален креативен директор за Facebook, го нарече „красив и амбициозен проект“, добавяйки: „Обичам, че творбата е устойчива, това не е кампания, която е само за днес, а утре да бъде забравена, това е кампания, която ще стимулира непрекъснатите промени в Пакистан по невероятно мощен начин и всички бяхме изумени и вдъхновени.“

В категориия **Radio & Audio Lions** участваха 886 заявки, от които 34 бяха наградени: 6 златни, 9 сребърни и 14 бронзови Лъва. Награда Grand Prix се връчи за *'SICK BEATS'*, създадена от Area 23, FCB Health Network Company, Ню Йорк за Woojer, които също така взеха награда и за категория Pharma Grand Prix. Благодарение на тяхната работа е създадена първата в света жилетка, която освобождава дихателните пътища с музика, като по този начин се подпомага терапията на деца болни от муковисцидоза.

Innovation Track

От 161 заявки в тази категория са наградени общо 5 награди: 1 сребърен, 3 бронзови и Grand Prix за кампания *'Degree Inclusive'* - Wunderman Thompson, Buenos Aires за Unilever, като в кампанията се показва иновативен дезодорант, създаден по нов начин за хора със зрително.

Impact Track

Категория **Creative Effectiveness Lions**, която измеримо награждава въздействие на творчеството, получи 141 заявки, от които бяха връчени 11 Лъва: 3 златни, 3 сребърни и 4 бронзови. Награда Creative Effectiveness Grand Prix отиде при кампанията „Nike Crazy Dreams“ на агенция Wieden + Kennedy, Portland за Nike.

В категория **Digital Craft Lions**, която награждава творчеството, съчетано с технологията, от общо 703 заявки, бяха връчени 25 Лъва: 5 златни, 8 сребърни и 11 бронзови. Журито присъди Grand Prix на Epic Games, Inc., Cary, USA, за ‘*Astronomical*’, представляваща невероятно музикално преживяване, като основно участие в проекта заема и музикалният изпълнител Travis Scott.

Отпразнувайки творчеството, таланта и уменията, необходими за реализирането на една творческа идея, категорията **Industry Craft Lions** получи 1164 заявки, а броят на наградени е общо 26 Лъва: 4 златни, 7 сребърни и 14 бронзови, като агенции Ogilvy London, / Ogilvy Toronto, взеха голямата награда Grand Prix за работата си за Dove ‘Patricia’, ‘Amanda’, ‘Patrick’; част от кампанията “Courage is Beautiful”, която показва силата и решителността на работниците от фронтната линия, борейки се срещу коронавируса.

Категория **Film Craft Lions** получи 1994 заявки, от които журито награди 65: 9 златни, 24 сребърни и 31 бронзови. Награда Grand Prix се връчи на Chelsea Pictures, Los Angeles, USA / AMV BBDO, Лондон, Великобритания за кампанията ‘*#WombStories*’ на Libresse, чрез която се даде глас на нещо, което е не само е невиджано, но и нечуто - непознатата истина за физическите изживявания на всяка една жена.

Категория **Entertainment Lions** бяха получени общо 856 заявки, от които са наградени 36: 5 златни, 11 сребърни и 18 бронзови. Бяха връчени две награди Grand Prix: за кампанията ‘*In love we trust*’, Тайпе, Тайван, чрез който филм се цели да се насърчат повече младите хора да преодолеят страха си от обвързване и да започна да търсят трайна любов. Президентът на журито Джей Гудман, главен изпълнителен директор (A Stagwell and CAA Company), я похвали с думите: „Тук става въпрос за изместване на културата в посока, чрез която също се помага, както на марката, така и на бизнеса.“ Втората Grand Prix награда в тази категория отиде за 72andSunny Лос Анжелис, САЩ, за „Swipe Night“ на Match Group, интерактивно изживяване в приложението Tinder.

Категория **Entertainment Lions for Sport** получи 552 заявки, от които журито награди 24 Лъва: 3 златни, 8 сребърни и 11 бронзови. Присъдени бяха и две Grand Prix награди: Edelman, Лондон, Великобритания, за Asics ‘*Eternal Run*’,

първото състезание в света без финална лента. Втората голяма награда отиде при Africa DDB, Сао Пауло, Бразилия, за „Salla 2032“ на House of Lapland, кампания, стартирана от град Сала в Лапландия за домакинството на Олимпийските игри, които ще се проведат през 2032 г.

В категория **Entertainment Lions for Music** от общо 407 заявки бяха наградени 18 с 3 златни, 5 сребърни и 8 бронзови Лъва. Журито реши да връчи две награди: на Prettybird, Culver City / Columbia Records, New York, USA за музикалната сензация *‘Lil Nas X - Old Town Road (официален филм), със специалното участие на музикалния изпълнител Billy Ray Cyrus’*. Втората Grand Prix награда бе връчена на Gut Agency, Сао Пауло, Бразилия, за кампанията *‘Feed Parade’*, представляваща една от най-големите активации на бразилското общество, в която може да се проследи преобразяването на прайд парада в онлайн съдържание под формата на instagram feed. В него всеки интересуващ се от събитието е станал свидетел на пускането на новата песен на Gloria Groove - легендарен изпълнител и представител на ЛГБТ обществото. Председателят на журито, Wyclef Jean, президент и главен стратегически директор на Sodo Mood Lab, споделя, че журито е избрало тази кампания за победител в Grand Prix заради „идеята за ангажираност, идеята за смелост и идеята, че никога няма да се отстъпи“, добавяйки, „Трябва да изпращаме този вид послание по целия свят.“

В програмата на Cannes Lions Live бяха включени и интригуващи сесии, като към сесията The Daily Agenda бе засегната темата *‘Making the Corporate World More Human’* с участието на Маркел Маркодес от Anheuser-Busch и Нийл Артур, главен оперативен директор, Wieden + Kennedy, които споделиха интересни истории от своя творчески процес. В рамките на платформата Virtual Experience, Джонатан Милденхол, съосновател и председател на TwentyFirstCenturyBrand, говори по темата *‘How to Build an Iconic Influential 21st Century Brand’* и разкри какво е необходимо за изграждането и поддържането на емблематична и влиятелна марка през 2020 г.

Cannes Lions предоставя на всички членове на LIONS възможността да разгледат както наградните работи, ката и цялото съдържание на виртуалната програма при поискване. Открийте повече за членството в LIONS [тук](#).