

Konkurs Cannes Lions 2008 zakończony

21 czerwca wręczono ostatnie nagrody w konkursie Cannes Lions 2008. Nagrodzono najlepsze filmy reklamowe oraz kampanie zintegrowane.

Grand Prix w kategorii Film Lions jury przyznało agencji Fallon London za spot "Gorilla" zrealizowany dla firmy Cadbury. Drugim Grand Prix w tej kategorii nagrodzono 4 projekty: trzy spoty agencji McCann Worldgroup z San Francisco ("Enemy Weapon", "Gravesite" i "John 117/Monument") oraz film pt. "Combat" agencji RSA Films z Nowego Jorku. Wyróżnione prace zostały przygotowane na zlecenie firmy Microsoft.

W najważniejszej kategorii festiwalu - kampanie zintegrowane - przyznano dwa Grand Prix. Titanium Grand Prix powędrowało do japońskiej agencji Projector z Tokio za kampanię "Uniqlock" przygotowaną dla firmy Uniqlo, Integrated Grand Prix natomiast przyznano agencji McCann Worldgroup za kampanię "Believe" zrealizowaną dla firmy Microsoft.

Tytuły Agencji Reklamowej Roku otrzymały: BBDO z Nowego Jorku (1. miejsce), AlmapBBDO z San Paulo (2.) i DDB z Londynu (3.). Tytuły Sieci Reklamowej Roku przyznano: BBDO (1. miejsce), DDB (2.) i Saatchi & Saatchi (3.).

Nagrodę Palma d'Or dla najlepszych studiów produkcyjnych dostały kolejno: MJZ z USA, RSA Films z USA, Gorgeous Enterprises z Londynu, O Positive z USA, Biscuit Filmworks z Los Angeles, Rattling Stick z Londynu, Phenomena z Bangkoku, Hungry Man z USA, Landia z Buenos Aires, Partizan z Londynu.

Z tegorocznego 55. Festiwalu Reklamy Cannes Lions polskie agencje wróciły z dwiema statuetkami Brązowego Lwa. Podczas sobotniej gali Agencja McCann Erickson otrzymała Brązowego Lwa w kategorii Film za spot "Egzekucja", zrealizowany dla Fundacji Dzieci Niczyje. Nagrodę tę zdobyła także agencja Saatchi & Saatchi w kategorii Outdoor za pracę "Reinkarnacja", zrealizowaną w ramach kampanii społecznej dla Greenpeace Polska.