

KREATIVITA?

V tisku na ní záleží!

Vážení návštěvníci,

výzkumy reklamních trhů prováděné různými zahraničními subjekty i další, realizované pro Unii vydavatelů, prokázaly, že kreativita je jedním z nejdůležitějších faktorů efektivity inzerce v časopisech i denících a může poskytnout periodickému tisku významnou výhodu v konkurenci s jinými typy médií.

Proto Unie vydavatelů, jako profesní sdružení vydavatelů periodického tisku, které považuje jejich podporu za jeden ze svých nejdůležitějších úkolů, věnuje tomuto oboru značnou pozornost. Jednou z cest, jak tomuto úkolu dostát, je seznamovat naši odbornou veřejnost s nejkvalitnějšími, nej kreativnějšími a nejzajímavějšími pracemi, které již byly oceněny v některé renomované mezinárodní soutěži. Proto jsme se rozhodli uspořádat výstavu nejlepších prací z let 2011–2014, které byly oceněny v mezinárodní soutěži „Cannes Lions“.

Tento průvodce je současně souborem ukázek nejlepších prací v tomto oboru a my věříme, že vás bude inspirovat k dalším kreativním přístupům při vytváření kvalitních a svébytných tiskových kampaní.



Jozef Šabľa
ředitel Unie vydavatelů

„Tisk je magické médium, umístěné uvnitř rámu... Pokud práce obsahuje skutečný nápad, je patrný, není třeba žádné video, žádná hudba.“

Marcello Serpa



Cannes Lions International Festival of Creativity

Festival je každoročně největší celosvětovou událostí pro všechny, které zajímá komerční komunikace a kreativita v reklamě. Cannes Lions je přímý pokračovatel soutěže International Advertising Festival, jehož první ročník se konal v roce 1954 v italských Benátkách. Lev na náměstí Piazza San Marco byl také inspirací pro vlastní prestižní cenu, kterou si hrdě odváží autoři vítězných prací.

Ceny se udělují tvořivým a inovativním počínům v širokém spektru 18 kategorií. Mezi ně patří například Film, Film Craft, Media, Press, Outdoor, Cyber, Design nebo Branded content. Oceněné práce jsou výběrem toho nejlepšího – mění způsoby, jakými se značky setkávají se svými spotřebiteli.

Kategorii hodnotí vybraní odborní porotci z celého světa. Každá porota má svého prezidenta, kterým je obvykle v oboru uznávaný odborník, často kreativec, jehož práce byla v Cannes opakovaně oceněna.

Kategorii „Press“ tvoří podle definice Cannes Lions tištěná periodika. Zahnuje noviny, časopisy a vklady. V jednotlivých kategoriích se uděluje obvykle několik druhů cen: například cena za „Craft“, tedy cena za řemeslnou zručnost, cena pro fotografa, typografa či copywritera. V těchto kategoriích se hodnotí estetická hodnota práce. Méně jsou vztaženy k vlastnímu efektu komunikace pro značku, a proto jsme pro výstavu vybírali z prací oceněných v podkategoriích „Product & Service“ (produkt a služba). Není neobvyklé, že některé kampaně uspějí nejen ve své kategorii, ale i „řemeslně“.

Nejzajímavější oceněné práce pochází často z jiných kontinentů a jsou vytvořené pro značky, které se v České republice přímo nevyskytují. Přesto se tým pracující na této výstavě snažil vybrat ty, které nějakým způsobem využily originálních komunikačních postupů, a které jsou pro svou univerzální platnost zajímavé i pro české odborníky na marketing a reklamu.

Grand Prix

2011



Tony Granger
global chief creative
officer, Y&R

Heaven and hell Nebe a peklo

Samsonite
JWT Shanghai, Čína

O co jde:

Práce s velkým důrazem na propracovanost v detailu zobrazuje nebe, kde cestující v letadle odpočívají v příjemném bílém prostředí. Spodní polovina představuje peklo v zavazadlovém prostoru. Je plné týraných duší a jen několik elegantních a odolných kufrů Samsonite je schopno přežít tuto pekelnou výzvu. Každý cestující, jehož kufr byl poničen při transportu v letadle, bude tomuto inzerátu rozumět.

„Je to skvělé vyjádření odolnosti a kvality“, řekl Sergio Alcocer – president a chief creative officer, LatinWorks. „Heaven and hell“ vyhrálo také v kategorii outdoor.

V tiskových inzerátech již bylo použito mnoho vizuálních technik. Při hledání toho správného způsobu zobrazení zkusil vítězný tým JWT několik přístupů: olejovou malbu nebo malbu na skle, nakonec však vytvořili 3D reliéf, který představuje sousoší. Každý detail anděla, každíčký výraz ve tváři ďábla jsou vykresleny do nejmenšího detailu.

Je to první takto oceněná práce čínských kreativců.

Proč vyhráli:

Porota hledala jednoduchou, přesnou a krásnou myšlenku – ten nejlepší nápad. Každý detail nebe a pekla je pečlivě propracovaný. Předseda poroty

Tony Granger řekl: **„Toto je výjimečně nádherná práce, vyčnívala nad ostatními již od začátku. To nejlhčí na naší práci bylo udělení Grand Prix. Zabralo nám to 10 minut.“** Podle AdAge napsali porotci svou nominaci na vítěze na lístek. Již v prvním kole převážná většina hlasovala pro „Heaven and hell“, v druhém kole se pak shodli všichni.

Porota:

Porota ocenila 99 z 5 415 prací. Vyjádřila také nevoli nad skutečností, že mezi přihlášenými pracemi byly stereotypní návrhy s velkým vizuálem a maličkým logem vpravo dole. Předsedou poroty byl Tony Granger – global chief creative officer, Y&R, dále v ní mimo jiné zasedl Nick Cohn – executive creative director, Wieden & Kennedy Shanghai.

2012



Tham Kai Meng
worldwide chief creative
officer, Ogilvy New York

Unhate (Ne)návidění

Benetton
Fabrica, Itálie a 72andSunny
Amsterdam, Nizozemí

O co jde:

V tomto roce zvítězila provokativní „polibková“ kampaň „Unhate“ od Benettonu, a to konkrétně tři vizuály. První zobrazuje Palestinu a Izrael, prostřednictvím Benjamina Netanyahu a Mahmúda Abbáse, další USA a Venezuelu s Barackem Obamou a Hugem Chávezem a poslední Německo a Francii s Angelou Merkel a Nicolasem Sarkózým. Tato kampaň vzbudila v době svého spuštění velkou nevoli, zejména ve Vatikánu, na jehož žádost musel být stažen jeden z motivů s obrazem papeže Benedikta XVI. líbajícího na ústa jednoho z egyptských imámů. Na tuto kampaň reagoval i Bílý dům, který se ohradil proti používání prezidentovy podobizny ke komerčním účelům.

Proč vyhráli:

Vybrali jsme si tuto práci, protože mezi ostatními vyčnívala. Člen poroty z UK, Steve Jones, řekl: **„Není to klasická reklama. Nemluví se v ní o oblečení či historii značky. Nedrží se obvyklých pravidel. Může se vám líbit. Můžete ji nenávidět, ale nemůžete ji ignorovat.“** Prezident poroty, Tham Khai Meng, dodal: **„Odezvu bude mít u všech kultur, národností a dokonce i u věřících. Dotkne se srdce, dotkne se vašich základních pocitů. Podporuje globální diskuzi.“** Kampaň se v době uveřejnění objevila ve zpravodajských médiích

na celém světě. Svůj život začala jako tiskový inzerát, debata pak pokračovala v ostatních médiích, v TV a online.

Porota:

Osmnáct porotců ze sedmnácti různých zemí vyzdvihlo „Unhate“ pro její univerzálnost a společenskou zodpovědnost. **„Jsme odborníci na komunikaci a součástí našeho poslání je mluvit o společenské zodpovědnosti“,** řekl předseda poroty Meng. **„Zadavatelé tuto komunikaci od nás žádají, protože spotřebitelé chtějí prostřednictvím svých nákupů dělat dobré věci“.** Předseda poroty, Tham Kai Meng se narodil v Singapuru, v Ogilvy pracuje od roku 2000 a v současnosti působí jako worldwide chief creative officer, Ogilvy New York. V rozhovoru pro AdAge řekl: **„Měli bychom dělat něco více, než jen prodávat prací prášky. Měli bychom přispět k něčemu většímu. Vydělali jsme peníze a co dál? Něco musíme vrátit.“**

Mohli vyhrát jiní?

Kampaň „Unhate“ vyčnívala nad všemi ostatními. Z přibližně 6 000 přihlášených kampaní porota ocenila 94 prací. Benetton je známý svou kontroverzní reklamou, síla reakce na tuto kampaň však byla nevídaná. Italský výrobce módní značky konstatoval, že jejím cílem bylo povzbudit toleranci a „globální lásku“. Poutavé vizuály byly samozřejmě kontroverznější než základní myšlenka, proto zaujaly celý svět.

2013



Marcello Serpa
partner, art director
a chief creative officer,
AlmapBBDO, São Paulo

iPad mini

Apple
TBWA Media Arts Lab,
Spojené státy americké

O co jde:

Každý z pěti tiskových inzerátů představuje krásnou přední obálku časopisu na iPad mini. Stejná obálka pak byla opravdovou přední stranou každého z vybraných časopisů. Do výběru byly zahrnuty mimo jiné tituly Wired, Time, Surfer, Wallpaper nebo New Yorker.

Proč vyhráli:

Vypadalo to, že tablet byl kdysi vyroben proto, aby zničil tisk. Nyní však, jak zdůraznil prezident tiskové poroty Marcello Serpa, se zdánlivě smrtelné nebezpečí pro tisková média ukázalo jako jistá záchrana či vykoupení. Nabízí totiž čtenářům, kteří preferují elektronickou formu svého periodika, možnost přečíst si své oblíbené tituly v elektronické podobě.

Porota:

Předsedou poroty byl Marcello Serpa – partner, art director a chief creative officer, AlmapBBDO, São Paulo. Serpa byl v porotě již potřetí, předtím se zúčastnil v letech 1995 a 2000. Ve svém rozhovoru pro odborný časopis Campaign konstatoval, že Brazilci jsou reklamou velmi zaujatí. Není neobvyklé, že lidé večer v baru ohnivě debatují o reklamních kampaních a kreativci i lidé z agentur mají ve společnosti téměř božské postavení. Lidé zde prožívají emotivně prostě všechno – fotbal, víru i reklamu. Proto Serpa hodně ví o emocích i o tom, jak je lidé prožívají a ví, jakým způsobem s nimi pracovat.

To z něj dělá, podle Donalda Gunna – ex-prezidenta Cannes Lions Festival, jednoho z nejlepších předsedů poroty pro tuto kategorii. Serpa říká: „*Tisk je magické médium, umístěné uvnitř rámu... Pokud práce obsahuje skutečný nápad, je patrný, není třeba žádné video, žádná hudba.*“

Mohli vyhrát jiní?

Výběr Grand Prix byl dlouhý proces s nekonečnými diskusemi, hlavně když se porota dostala téměř na konec výběru, kdy se rozhodovalo mezi několika kandidáty: Dove „Sketches“ kampaní, Harvey Nichols „Sale“ a několika dalšími. V jedné fázi se porota dokonce dostala do patové situace, kdy deset členů bylo pro Apple a osm pro Dove. Porotci však dokázali navzájem naslouchat svým argumentům a práce pro Apple zvítězila. Jak řekl předseda poroty: „*Nakonec jsme se přiklonili k práci, která oslavuje tisk jako mediatyp.*“

„*Ptali jsme se, co vlastně dnes představuje tisk,*“ přemítal člen poroty Steve Simpson – chief creative officer Ogilvy & Mather NA. „*Tisk je ohrožen. Bojujeme s pokušením udělat z něj pouhý taktický nástroj. Tisk může velmi dobře budovat značku a porotci by měli zvážit, jak zajistíme, aby tato jeho jedinečná schopnost byla zachována i v budoucnosti.*“

2014



Rémi Babinet
founder and art director,
BETC, France

Sorry, I spent it on myself

Omlouvám se, koupil jsem si něco pro sebe

Harvey Nichols
adam&eveDDB, London, Velká Británie

Co to je:

Vánoční kampaň prémiového obchodního domu Harvey Nichols měla odvážný koncept. Pět různých inzerátů doporučovalo velmi levné, a ne příliš zajímavé dárky (špunt, drátěnka, štěrka, konzerva vánočního jídla a zubní kartáček).

O co jde:

Tisk zůstává pro zadavatele prestižní a kvalitní možností, jak se setkat se svými spotřebiteli, kterou monitory a obrazovky zatím nenahradily. Je v zájmu nás všech toto médium ochraňovat.

Proč vyhráli:

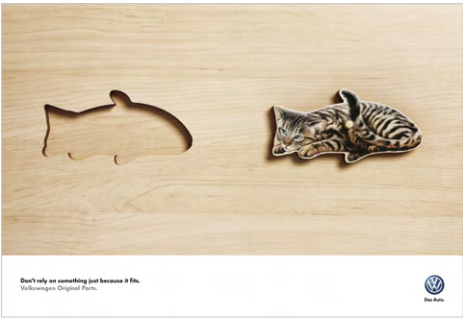
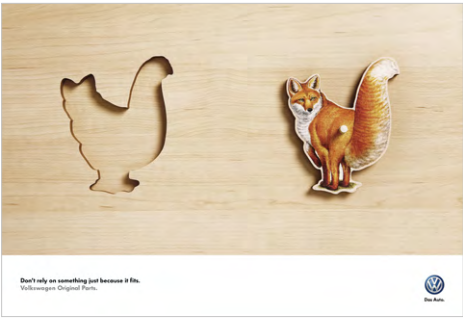
„*Grand Prix je ocenění, které odráží zprávu, kterou chce odborná porota poslat celému reklamnímu oboru,*“ řekl prezident poroty Rémi Babinet. Všichni porotci, kromě jednoho, ocenili jednoduchost kampaně, její čerstvost a jistou drzost. Damon Stapleton, executive creative director, Saatchi & Saatchi Australia, konstatoval, že byl oceněn způsob, jakým byla tisková reklama integrována do celkového komunikačního konceptu.

Porota:

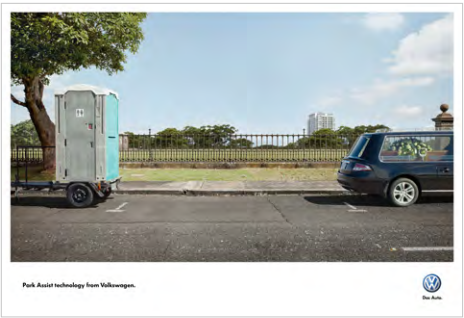
Prezidentem kategorie Press byl Rémi Babinet – zakladatel a kreativní ředitel

francouzské agentury BETC. Proslavil se jako autor kreativních kampaní pro Evian, Air France či Louis Vuitton. V tomto ročníku porota rozdala 17 zlatých medailí. Brazílie, která je v této kategorii tradičně úspěšná, získala 2 zlaté. Jako obecný letošní trend v této kategorii porota ústy Kalpeshe Patankara konstatovala, že práce obsahovaly „spoustu zvířátek“.

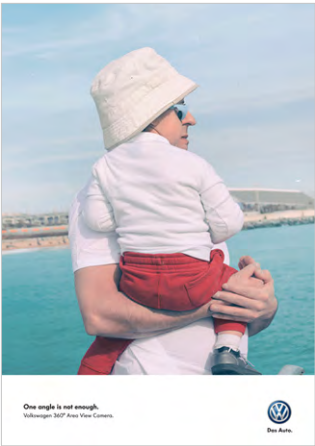
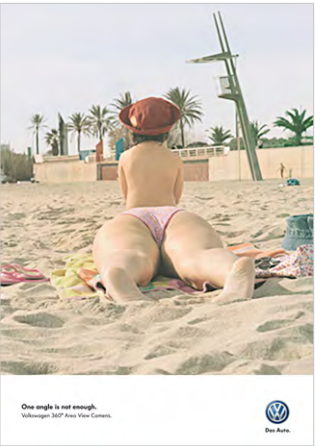
Auto-moto



The Puzzle / Don't rely on something just because it fits
Puzzle / Nespoléhejte se na něco jen proto, že to pasuje
*Volkswagen
ImapBBDO, São Paulo, Brazílie*



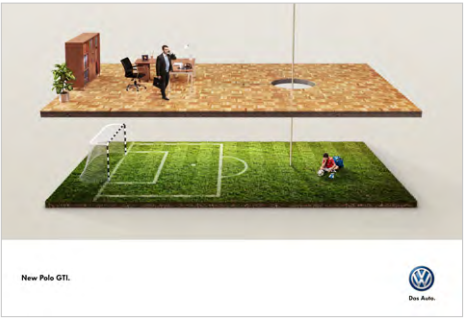
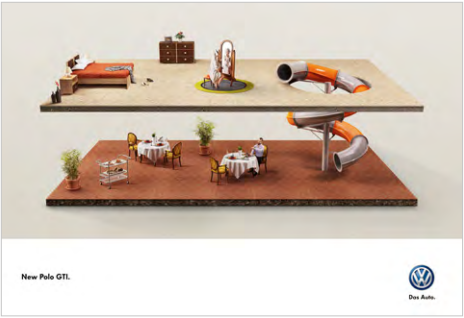
Park assist technology
Parkovací asistent
*Volkswagen
DDB, Sydney, Austrálie*



360° rear view camera / the angle is not enough
360° zadní kamera / úhel nestačí
*Volkswagen
DDB Barcelona, Španělsko*



„Rear assist“ rear-view camera
Zadní kamera
*Volkswagen Transporter
Grabarz & Partner Werbeagentur
Hamburk, Německo*



Volkswagen Polo GTI
*Volkswagen
DDB, Mexiko*

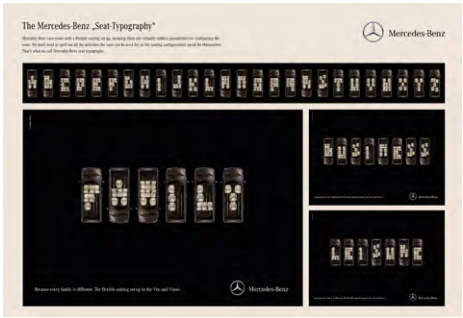


Y&R obdržela v roce 2014 zlatého lva
*Harley-Davidson
Y&R Praha, Česká republika*

Česká republika má konečně svého zlatého lva. Série čtyř inzerátů pro plzeňského autorizovaného dealera Harley-Davidson – společnost PHD Bikes, získala zlato v kategorii „Press – Corporate Image“, zlato v kategorii „Press – Photography“ a bronz v kategorii „Outdoor – Indoor Posters and Corporate Image“.

Vizuály zachycují městskou legendu českého hrdinství a kutilství z doby druhé světové války, kdy čeští vlastníci Harley-Davidson své stroje rozebrali na součástky a ukryli do různých skrýší v domácnostech. Vyhnuli se tak hroziící konfiskaci, protože nechtěli, aby jejich krásné a svobodné motorky padly do rukou nacistů.

Kromě kreativního ředitele Jaime Mandelbauma se na práci podíleli kreativci Jaroslav Schovanec, Atila Martins, Nathan Dills, Conor Barry, Dora Pružincová, designér a typograf Neil Johnston a fotograf Miro Minarovych.



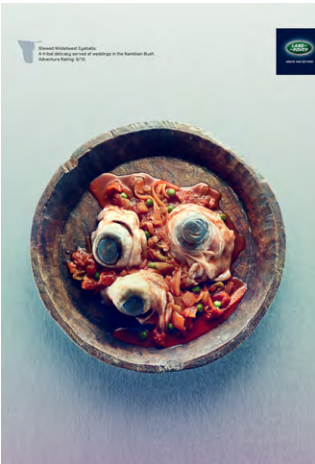
Seat typography
Sedadlová typografie
*Mercedes-Benz
Lukas Lindemann Rosinski
Hamburk, Německo*



See whatever you want to see
Vid, co chceš vidět
*Jeep
Leo Burnett, Francie*



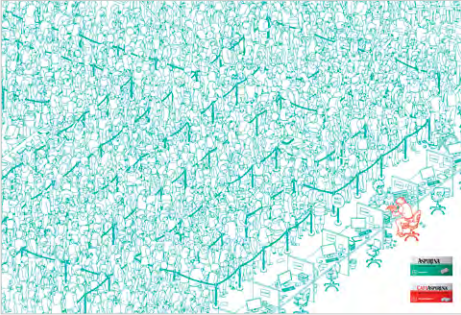
Eating Out
Na večeři
*Land Rover
Y&R, Dubai,
Spojené Arabské Emiráty*



Rychloobrátkové zboží a farmaceutické výrobky



Separate them
Oddělte je
Sunlight
Lowe, Bangkok, Thajsko



Aspirina/Cafiaspirina
Bayer
AlmapBBDO, Brazílie



Let them run free
Pust'te je na svobodu
Dukto
Fahrenheit DDB, Argentina



Sketches
Kresby
Dove
Ogilvy, Brazílie



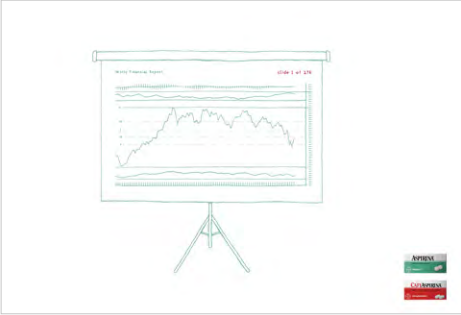
When love is born, a friend dies
Když se zrodí láska, přátelství umírá
Rothamer (značka piva)
Prolam Y&R Santiago, Chile



Dirt is good
Špina je dobrá
Omo/Unilever
Lowe Vietnam, Ho Či Minovo Město



Unleash the chaos
Rozpoutej chaos
Axe anarchy for him + her (Unilever)
BBH London, Velká Británie



Aspirina/Cafiaspirina
Bayer
AlmapBBDO, Brazílie



Maloobchod a služby

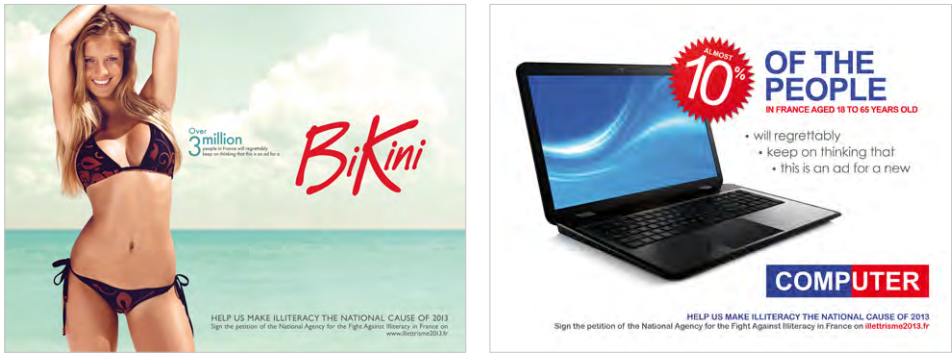


Leave your morning mood behind
Hodte své ranní nálady za hlavu

McDonald's
DDB, Rakousko

2014
zlato

Společenská zodpovědnost a sociální marketing



Illiteracy
Negramotnost

ANLCI (vládní organizace na odstranění negramotnosti)
DDB Paris, Francie

2014
zlato



People also bought...
Lidé si také koupili...

Harvey Nichols
Y&R Dubai,
Spojené Arabské Emiráty

2011
zlato

Hang me again / Farmers' Suicides
Pověs mne znovu / Sebevraždy farmářů

The Times of India
Taproot, Bombay, Indie

2013
zlato



Sale
Výprodej

Harvey Nichols
Y&R Dubai,
Spojené Arabské Emiráty

2013
zlato



Imperfect fruit and veg
Nedokonalé ovoce a zelenina

Intermarché
Marcel, Francie

2014
zlato

Ostatní



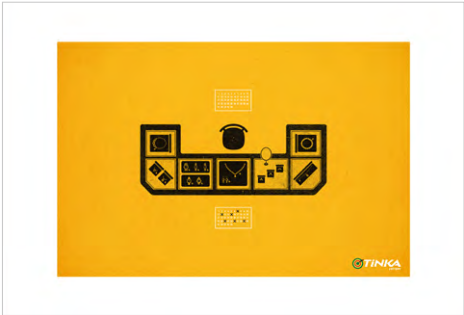
Kid Proof
Odolné dětem
Samsonite
JWT Shanghai, Čína

2013
zlato



Don't imagine
Nic si nepředstavujte
Penguin Companhia Das Letras
Y&R, São Paulo, Brazilie

2014
bronz



Intralot
Loterie
La Tinka
Publics, Lima, Peru

2014
zlato



Every Leica has a soul
Každá Leica má duši
Leica Camera AG
F/Nazca Saatchi & Saatchi
Publicidade Ltda., São Paulo, Brazilie

2013
zlato



Positives and Negatives
Pozitiva a negativa
Duracell, Procter & Gamble
Grey Worldwide, Bombay, Indie

2014
zlato

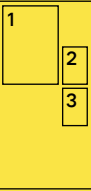


Audiobooks
Audioknihy
Penguin Group
Y&R, Peking, Čína

2014
zlato

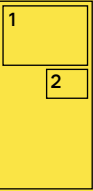
Index

Auto-moto



Harley-Davidson / Y&R
Praha, Česká republika

- 1 Výfuk
- 2 Pistový motor
- 3 Vidlice



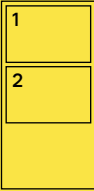
Seat typography
Sedadlová typografie
Mercedes-Benz /
Lukas Lindemann
Rosinski, Hamburk,
Německo

- 1 Rodina / family
- 2 Obchod / business



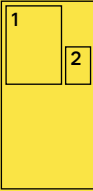
Park assist technology
Parkovací asistent
Volkswagen / DDB,
Sydney, Austrálie

- 1 Mobilní toaleta
a pohřební vůz
- 2 Sklo a hever
- 3 Policie a motorky



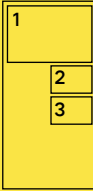
Volkswagen Polo GTI
Volkswagen / DDB,
Mexiko

- 1 Večeře
- 2 Fotbal



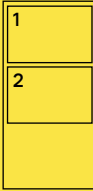
360° rear view
camera / the angle is
not enough
360° zadní kamera /
úhel nestačí
Volkswagen /
DDB Barcelona,
Španělsko

- 1 Divka
- 2 Chlapec



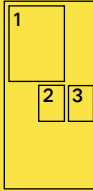
„Rear assist“
rear-view camera
Zadní kamera
Volkswagen
Transporter /
Grabarz & Partner
Werbeagentur,
Hamburk, Německo

- 1 Zedník
- 2 Zahradník
- 3 Malíř



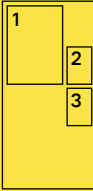
The Puzzle / Don't rely
on something just be-
cause it fits
Puzzle / Nespoléhejte
se na něco jen proto,
že to pasuje
Volkswagen /
ImapBBDO, São Paulo,
Brazílie

- 1 Liška
- 2 Kočka



See whatever
you want to see
Vid', co chceš vidět
Jeep / Leo Burnett,
Francie

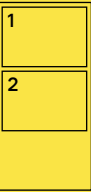
- 1 Žirafa – tučňák
- 2 Lvoun – srna
- 3 Slon – labuť



Eating Out
Na večeři
Land Rover /
Y&R, Dubai, Spojené
Arabské Emiráty

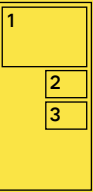
- 1 Dušené oční bulvy
- 2 Polévka z kaloňů
- 3 Opečená tarantule

Rychloobrátkové zboží a farmaceutické výrobky



Separate them
Oddělte je
Sunlicht / Lowe,
Bangkok, Thajsko

- 1 Ovce
- 2 Prase



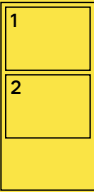
Sketches
Kresby
Dove / Ogilvy Brazílie

- 1 Florence
- 2 Kela
- 3 Melinda



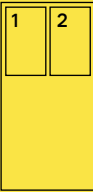
Aspirina/Cafiaspirina
Bayer / AlmapBBDO,
Brazílie

- 1 Test



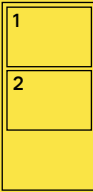
Let them run free
Pusťte je na svobodu
Dukto / Fahrenheit
DDB, Argentina

- 1 Medvěd
- 2 Slon



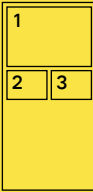
Dirt is good
Špina je dobrá
Omo/Unilever /
Lowe Vietnam,
Ho Či Minovo Město

- 1 Joystick vs. fotbal
- 2 Tablet vs strom



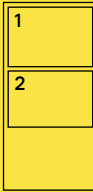
Unleash the chaos
Rozpoutej chaos
Axe anarchy for him
+ her (Unilever) /
BBH London, Velká
Británie

- 1 Ohňostroj
- 2 Benzín



When love is born,
a friend dies
Když se zrodí láska,
přátelství umírá
Rothamer (značka
piva) / Prolam Y&R
Santiago, Chile

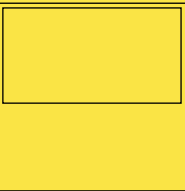
- 1 Motorkáři
- 2 Myslivci
- 3 Pankáči



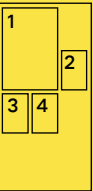
Aspirina/Cafiaspirina
Bayer / AlmapBBDO,
Brazílie

- 1 Fronta
- 2 Hasičský vůz

Maloobchod a služby

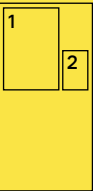


Sale
Výprodej
Harvey Nichols /
Y&R Dubai, Spojené
Arabské Emiráty



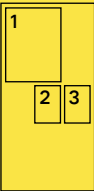
People also bought...
Lidé si také koupili...
Harvey Nichols /
Y&R Dubai, Spojené
Arabské Emiráty

- 1 Pánský kabát
a odstraňovač rtěnky
- 2 Kimono a klakson
- 3 Trenčkot a ručníky
- 4 Latexové šaty
a resuscitátor



Imperfect fruit and veg
Nedokonalé ovoce
a zelenina
Intermarché / Marcel,
Francie

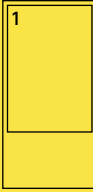
- 1 Mrkev
- 2 Citron



Leave your morning
mood behind
Hodte své ranní nálady
za hlavu
McDonald's / DDB,
Rakousko

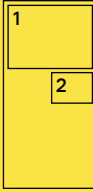
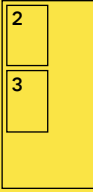
- 1 Kaktus
- 2 Bubliny
- 3 Ohňostroj

Společenská zodpovědnost a sociální marketing



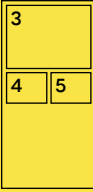
Hang me again / Farmers' Suicides
Pověs mne znovu / Sebevraždy farmářů
The Times of India / Taproot, Bombay, Indie

- 1, 2, 3 bez názvu

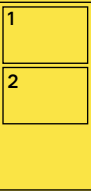


Illiteracy
Negramotnost
ANLCI (vládní organizace na odstranění
negramotnosti) / DDB Paris, Francie

- 1 Luxusní rezort
- 2 Bikini
- 3 Nové auto
- 4 Draci
- 5 Mascara

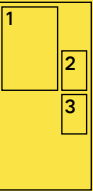


Ostatní



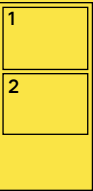
Intralot
Loterie
La Tinka / Publics,
Lima, Peru

- 1 Limuzína
- 2 Schůze



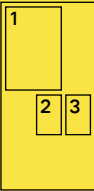
Audiobooks
Audioknihy
Penguin Group /
Y&R Peking, Čína

- 1 Don Quijote
- 2 Frankenstein
- 3 D-Day



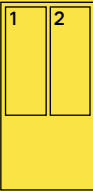
Kid Proof
Odolné dětem
Samsonite / JWT
Shanghai, Čína

- 1 Sumo slon
- 2 Medvěd zápasník



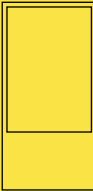
Don't imagine
Nic si nepředstavujte
Penguin Companhia
Das Letras / Y&R
São Paulo, Brazílie

- 1 Opice
- 2 Obr
- 3 Mlýn



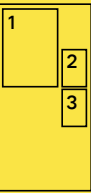
Positives
and Negatives
Pozitiva a negativa
Duracell ±
Procter & Gamble /
Grey Worldwide,
Bombay, Indie

- 1 Ššššš
- 2 Ovladač



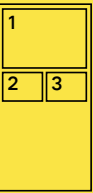
Every Leica has a soul
Každá Leica má duši
Leica Camera AG /
F/Nazca Saatchi & Saatchi
Publicidade Ltda., São Paulo,
Brazílie

Grand Prix



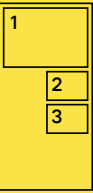
Sorry, I spent it on myself
Omlouvám se, koupil
jsem si něco pro sebe
Harvey Nichols /
adam&eveDDB,
Londýn, Velká Británie

- 1 Christmas lunch /
vánoční oběd
- 2 Sink plug / špunt
- 3 Wire wool / drátěnka



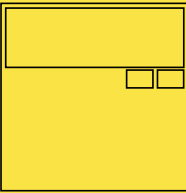
iPad mini
Apple / TBWA Media
Arts Lab, Los Angeles,
Spojené státy americké

- 1 Wallpaper
- 2 Surfer
- 3 Wired



Unhate
(Ne)návidění
Benetton / Fabrica,
Itálie a 72andSunny,
Amsterdam, Nizozemí

- 1 Barack Obama
a Hugo Chávez
- 2 Benjamin Netanyahu
a Mahmúd Abbás
- 3 Angela Merkel
a Nicolas Sarkózy



Heaven and hell
Nebe a peklo
Samsonite /JWT
Shanghai, Čína