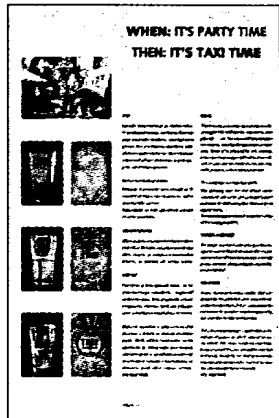


II. SOF

Festival, kot si ga stroka zasluži

Pomladno sonce v Portorožu že samo po sebi vpliva na dobre in prijazne misli. Letošnji, najštevilčnejši udeleženci slovenskega festivala doslej pa so že prišli dobro obveščeni, da bo to najboljši festival, saj je predsednik Zavrl imel po pričakovanjih odlično PR-ekipo.

Program je bil ravno prav obsežen, da je dopuščal še poslovno in prijateljsko druženje, za prave deloholike pa je poskrbel www.sof.si. Mize in pogovori sicer niso bili revolucionarni, bili pa so spodobno gledljivi oziroma poslušljivi, lahko smo jih celo spremljali na kanalu 13 neposredno iz hotelske sobe. Najbolj vroče napovedovano je bilo soočenje dr. Mira Klineta in Marka Crnkoviča na temo »Zakaj imajo ljudje radi reklame?«, pa sta se oba govorca bolj strinjala kot razhajala in prevladala je teza



Velika nagrada za Mediamix

Mira Klineta, da najbolj škodujejo slabi oglasi. Odlični predavatelj je bil dr. Bogomir Kovač, ki je zanimivo razmišljanje o svetovni recesiji in o investiranju v oglaševanje žal predstavil le tistim, ki jih niso prejšnji večer utrudile s svojim nespornim žarom Sestre.

Največje zanimanje je veljalo predstavitvam celostnih akcij in prav škoda je, da si jih ni ogledala tudi žirija pred ocenjevanjem, saj je imela dovolj časa in volje. Kot je že v dobrih strokovnih žirijah navada, so

se namreč člani žirije tako »zaštekali«, da jim je bilo tako hudo, ko je bilo delo kar prehitro opravljeno, da so že dogovorjeni za ponovno srečanje.

Sploh je žiriranje najboljša priložnost za prijateljstva in spoznavanje med sicer vedno tekmujočimi kreativci iz različnih agencij, ki imajo, kadar niso neposredni konkurenti, vrsto podobnosti in so v resnici zanimivi ljudje. Morda je letos škoda, da so v skrbi za močnejšo žensko udeležbo v žiriji pozabili na člana, ki bi bil strokovnjak za film, kar se je poznalo tudi pri odločitvah za ožji izbor.

Prenekateri član žirije je obžaloval, da število radijskih oglasov ni bilo večje, marsikateri udeleženec pa, da niso podelili prve nagrade za odlični radijski oglas »Čestitka 100«.

Vse organizatorje festivalov pri nas in po svetu čaka ena hujših preizkušenj na koncu festivala s podelitvijo nagrad. Zdi se, da jim idej, kako bi popestrili podelitev, nikoli ne zmanjka. Letos bi bili gledalci hvaležni, če bi na zaključni prireditvi spustili sicer zanimive goste, ki vedo veliko, z oglaševanjem pa nimajo in si tudi ne elijo imeti nobenega opravka.

Nagrade in priznanja 11. SOF

V skupini **tv-oglasov** je podelila žirija **veliko nagrado** v podskupini storitve, oglas »Potrebni kužek« so izdelali v agenciji Futura DDB, Zlatko Ledinek, vodja projekta, Zoran Gabrijan in Vital Verlič, kreativna direktorja, Zoran Gabrijan in Miha Grobler, tekstopisca, produkcijska hiša Gustavfilm, režiser Jesper Ericstam, naročnik NLB (Eurocard-Mastercard).

Zlata priznanja so dobili oglas »Mož iz hladilnika«, Futura DDB, naročnik Radenska (brezalkoholna pijača ACE), »Podmornica«, Oglaševalska agencija Pan, naročnik Sava Tires (avtomobilske gume Eskimo S3), »Mobilni milijonar«, Agencija 41, naročnik Mobitel (kviz SMS).

V skupini **tiskanih oglasov** in **plak** ov je **veliko nagrado** dobil oglas »Vtičnica«, ki so ga izdelali v agenciji Arih Saša Pičan, vodja projekta, Igor Aril, kreativni direktor, Slavimir Stojanović, art direktor, tekstopisec in oblikovalec, ter fotograf Aljoša Rebolj, naročnik je Marchiol d.o.o. (baterije Duracell).

Zlata priznanja so dobili serija oglasov za mačjo hrano Friskies »Miš«, »Ptica« in »Riba«, agencija Mayer & company, naročnik Nestlé, in oglas »Zaščitni filter«, Studio pet Publicis, Friskies L'Orela Slovenija (Ambre Solaire), »A – dve velikosti, ena cena«, Agencija Arih, naročnik AC Interac (Mercedes-Benz, razred A), »Otvoritev«, Futura DDB, naročnik Fizerski salon Marko Matjaž, »Ni vse v inancah«, Studio Marketing J.W.T., »Luk revija Gospodarski vestnik«, »Cesta«, Mediamix, naročnik Mestna občina Maribor (uporaba taksi storitev).

»Nogometiški«, Pristop Communications, naročnik Pivovarna Union (korporativno).

V skupini **druga oglasna sredstva** je veliko nagrado dobil »Kozarec«, prijavljen v podskupini nova uporaba medijev, z zlatim levom je bil kot prvo slovensko delo nagrajen že na lanskem mednarodnem oglaševalskem festivalu v Cannesu. Izdelali so ga v agenciji Mediamix, Dominik Dukarič, vodja projekta, Toni Tomašek, kreativni direktor, in Iztok Virant, oblikovalec, naročnik je Mestna skupščina Maribor (uporaba taksi storitev).

Zlato priznanje so dobili »Potni list – Nikogaršnja zemlja«, Studio 3S, naročnik Studio Maj/Casablanca film/Creativa, »Požarna omarica«, Agencija Arih, naročnik Lek (Angal S), »Embalaža Totter«, Futura DDB, naročnik Totter, »Koledar CMYK«, Futura DDB, naročnik Čukgraf d.o.o., »Prevetrimo postelje«, Studio pet Publicis, naročnik Odeja.

V skupini **radijskih oglasov** je veliko nagrado dobil oglas »2000+«, agencija Pristop Communications, avtorji so Brigita Zorec, vodja projekta,

Mateja D. Zavrl, kreativna direktorica, Aljoša Bagola, tekstopisec, produkcijska hiša Studio Ritem, režiser Žiga For in naročnik Moderna galerije Ljubljana (Razstava zbirke 2000+).

Zlato priznanje sta dobila oglas »AAAAAA«, Pan, naročnik Porsche Slovenija (Audi A3), in »Čestitka 100 – 2002«, produkcija in naročnik 100 d.o.o.

V skupini **spletne oglaševanje** je **veliko nagrado** prejela spletna pasica »Pred uporabo pretresi«, Futura DDB, avtorji Zlatko Ledinek, vodja projekta, in kreativni direktorji Zoran Gabrijan, Benjamin Ivančič in Toni Anžlovar, naročnik Radenska Ace.

Zlato priznanje pa spletna pasica »Turbo Wiper«, Pan, naročnik Spontex, in spletna stran Future DDB »www.futura.si«.

Veliko nagrado v skupini **celostnih oglaševalskih akcij** je žirija podelila akciji »Zaljubljeni v Radensko«, ki so jo izdelali v Studiu Marketing J.W.T. Meta Soklič, vodja projekta, Janez Rakušček, kreativni direktor, Andreja Trbuha, art direktorica, tekstopisci J. Rakušček, I. Drame, V. Kossel, A. Kočevar in A. Trbuha, oblikovanje Vinco Mav, produkcijska hiša Felina Films in režiser Peter Bratuša.

Zlato priznanje je dobila akcija »Pred uporabo pretresi«, Futura DDB.

V **Off SOF**, posebnih tekmovalnih skupinah so bile podeljene nagrade za najboljšo celostno grafično podobo za »Priročnik CGP zavarovalnice Triglav«, ki so ga izdelali v Futuri DDB, nagrado za najboljšo fotografijo je dobil Dragan Arrigler za oglas »Kontrabas«, Cankarjev dom (42. mednarodni jazz festival Ljubljana), za najboljšo ilustracijo Robert Križmančič za oglas »Mreža«, Pristop Interactive, naročnik Poslovni sistem Mercator, in za najboljšo avtorsko glasbo Mef. Tabu za oglas »Lahko sem srce«, Studio Marketing J.W.T. in naročnik Radenska (mineralna voda).

Futura DDB spet na vrhu

Agencija leta je ponovno Futura DDB, ki je zbrala 126 točk, sledijo Pristop Communications, Agencija Arih, Oglaševalska agencija Pan in Studio Marketing JWT.

Zmagala je spet Futura DDB. Kaj je po tvojem razlog, da so trenutno najkreativnejša agencija v Sloveniji?

Toni Tomašek, predsednik žirije: »Svoje mnenje lahko povem samo glede na videna dela, načina dela agencije ne po-



Najboljša celostna akcija festivala, Studio Marketing JWT

znam. Delajo zelo dobro in si zaslužijo, da so tolikokrat agencija leta.«

Za oglaševalca leta so člani SOZ izbrali Mercator.

Oglaševalska osebnost leta po izboru upravnega odbora SOZ je **Marijan Jurenc**, direktor Proplusa, ki je »uvedel novosti na področju trženja oglasnega prostora, dogradil oddajniško mrežo po Sloveniji, uvedel resno konkurenco na televizijskem medijskem trgu, zahteval resno analizo gledanosti medijev, poudarjal vrednost raziskovanja medijev in zamajal vse vrednote, ki so veljale pred projektom Pop TV v Sloveniji.«

Ocene udeležencev

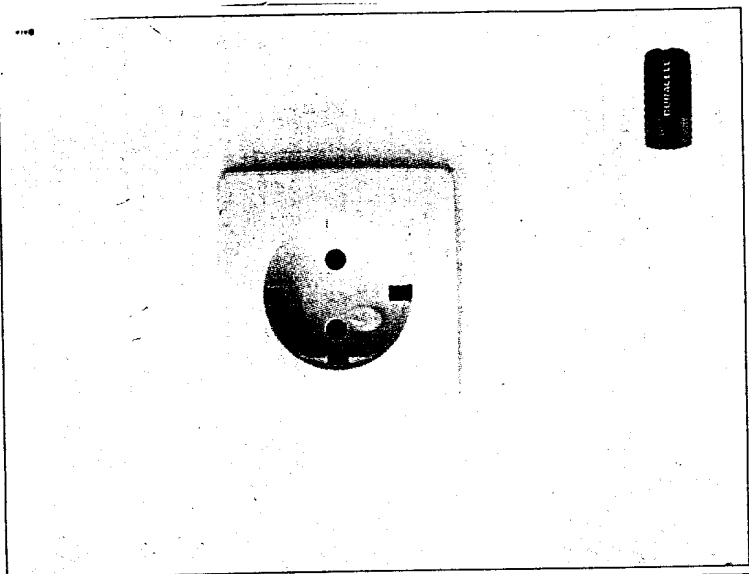
Letos sta bili podeljeni tudi dve nagradi udeležencev: za najboljšo predstavitev celostne akcije – prejel jo je Aljoša Bagola iz Pristopa za predstavitev akcije SiOL ADSL, in za najboljšo idejo leta – prejela jo je agencija Formitas BBDO za oglas »Ego terapeut«.

Maja Mihelčič, produktivna vodja Vichy, L'Oreal Slovenija: »Prireditev, kot je SOF, je za nas, naročnike, zelo dobrodošla, saj tako lahko vidimo, kaj počnejo oglaševalske agencije. To nam pomaga tudi pri izbiri agencije za naše projekte. Prav tako se mi zdi razširitev SOF-a tudi v virtualni svet interneta zelo koristna, saj si tako lahko vedno prisoten pri dogajanju, čeprav nisi v Bernardinu. Uvrstitev okrogle mize o internetu je bila nadvse koristna. Menim namreč, da mnogi med nami še ne poznamo dovolj dobro možnosti, ki jih ponuja ta novi medij. To je verjetno tudi vzrok za dvom o izbiri interneta kot medija med naročniki.«

Rinalda Peršič, direktorica projektov v Formitasu: »Letos sem že petič na SOF-u in moram reči, da se je kvaliteta, tako organizacije kot tudi poslanih del, zelo dvignila v primerjavi s prejšnjimi leti. Glasovanje občinstva, tako na samem dogodku kot preko spleta, je stvar, ki jo je treba uvrstiti tudi na 12. SOF. Enako velja za možnost prenosa dogodka preko interneta v živo. Organizatorji bi lahko razmislili tudi o uvedbi kakšne kazenske nagrade za predstavitev celostnih oglaševalskih akcij. S tem bi se še bolj dvignila raven kakovosti predstavitev.«

Na razpisu za mlade kreativce sta zmagala Aljoša Bagola in Barbara Hiti iz Pristopa z oglasom »Becoming a star« in bosta za nagrado predstavljala Slovenijo na Cannesu v tekmovalstvu mladih.

Meta Dobnikar, Sonja Likar



Veliki nagradi 11. Slovenskega oglaševalskega festivala

Televizijski oglas »Potrebni kužek« so izdelali v agenciji Futura DDB za naročnika Novo Ljubljansko banko, tiskani oglas »Vtičnica« za baterije Duracell pa v agenciji Arifh.