

Sodelujoči in nagrajeni (p)o Sofu

Veliko prijav, manj nagrad

Radijski oglasi bi potrebovali posebno vzpodbudo za dvig kakovosti

“Še najbolj smo bili razočarani nad kakovostjo radijskih oglasov,” pravi Toni Tomašek, predsednik žirije letošnjega Slovenskega oglaševalskega festivala, ki je letos podelila manj nagrad kot minulo leto, zato v svetu tekmovalnega programa že razmišljajo, kako bi k večji kreativnosti vzpodbudili tudi naročnike radijskih oglasov oziroma njihove oglaševalske agencije.

“Delo je bilo naporno, saj je bilo v manj kot treh dneh treba pregle dati in oceniti kar 595 del, izmed katerih se jih je 165 uvrstilo v ožji izbor, sicer pa je vsa pričakovanja pressegla odzivnost na nagrado celostne akcije, za katero se je letos prvič potegovalo enaindvajset del,” je povedala predsednica sveta tekmovalnega programa Sofa Lučka Peljhan. Letošnja oglaševalska osebnost leta, direktor podjetja Pro Plus, Marijan Jurenc, je bil nad nagrado presenečen. “Iskreno povedano sploh nisem vedel, da sem nominiran, zato nagrade tudi nisem pričakoval. Zdaj pa je veselje toliko večje, saj je to priznanje mojemu šestletnemu delu in tudi moji ekipi. Gledalci so nas že davno sprejeli, poslovni partnerji tudi, zdaj pa nas

Ožji izbor nogometnih plakatov

Strokovna žirija je izmed 98 prijavljenih del za veleplakat, ki bo spremljal slovensko reprezentanco na svetovno nogometno prvenstvo, uvrstila v ožji izbor osem plakatov. Vsebinska merila, po katerih je žirija izbirala dela, so bila predvsem nacionalni ponos, slovenski nogometni entuziazem in optimizem. Plakati, uvrščeni v ožji izbor, so predstavljeni na spletnih straneh www.coca-cola-gol.com. Avtorji izbranih del bodo objavljeni po 8. aprilu. Takrat bo izbran tudi zmagovalni plakat, ki bo na tekmah slovenske reprezentance v Koreji predstavljen ljubiteljem nogometa po vsem svetu.

Futura - agencija leta

V skupnem številu točk za agencijo leta je tudi letos premočno zmagala Futura DDB. Izračun točk:

| | | | |
|----------------------------|-----|----------------------------|---|
| 1. Futura DDB | 126 | 13. Studio 3S | 9 |
| 2. Pristop Communications | 55 | 13. 100 d.o.o. | 9 |
| 3. Agencija Arih | 42 | 15. Render space Pristop | 7 |
| 4. Pan | 40 | 16. Creatim Ržišnik & Perc | 6 |
| 5. Studio Marketing J.W.T. | 39 | 17. Imelda | 5 |
| 6. Publicis Studio Pet | 36 | 17. Votan Leo Burnett | 5 |
| 7. Mediamix | 34 | 19. Saatchi & Saatchi | 2 |
| 8. Agencija 41 | 19 | 19. Parsek | 2 |
| 8. Formitas BBDO | 19 | 21. AV Studio | 1 |
| 10. Luna | 18 | 21. Hal Interactive | 1 |
| 10. Mayer & Company | 18 | 21. Imago | 1 |
| 12. Cankarjev dom | 12 | 21. Profano | 1 |

je medse sprejela tudi oglaševalska skupnost,” je Jurenc povedal za Večer. Občinstvo, ki je letos prvič nagrajevalo, pa je za najboljšo idejo leta izbralo Ego - terapevt iz Formitasa BBDO, v kategoriji najboljše celostne oglaševalske akcije pa si je največ točk pridobilo oglaševanje za Siol ADSL iz Pristopa Communications.

V skupini drugih oglasnih sredstev je bil nagrajen Kozarec agencije Mediamix, najboljši radijski oglas leta je postal 2000 + (C) iz Pristopa Com-

munications, v spletnem oglaševanju so se najbolj izkazali v Futuri DDB s tresočo stranjo za ACE.

In še skupina OFF SOF: za celostno grafično podobo je bil nagrajen priročnik CGP Zavarovalnice Triglav iz Future DDB, za fotografijo v oglaševanju je nagrado za Kontrabas prejel Cankarjev dom, kot najboljšo ilustracijo je žirija izbrala Mrežo (Pristop Interactive), za najboljšo glasbo v oglaševanju Studio Marketing J.W.T. za Lahko nam srce.

Septolete v ožjem izboru

Krka se je s celostno oglaševalsko akcijo za Septolete PLUS uvrstila v ožji izbor 13. OTC News Konference, ki bo med 10. in 12. aprilom v Kopenhagenu, nagrajuje pa najboljše evropske proizvajalce in oglaševalce zdravil brez recepta. Kreativno OTC nagrado 2002, za katero se v veliki konkurenci potegujeta Krka in Futura DDB, bosta dobila proizvajalec in oglaševalska agencija za najboljšo kreativno strategijo, vsebino in inovacijo.

Najboljša celostna akcija za Radensko

“Radenska je potrebovala novo rojstvo, spremembo v strategiji in izvedbi komuniciranja. Percepcija blagovne znamke Radenska v očeh potrošnikov naj bi bila izjemno optimistična, vlivala naj bi veselje do življenja,” so o najboljši celostni akciji za Večer povedali avtorji pri agenciji Studio Marketing J.W.T. Rezultate akcije so povzeli z besedami: “S pomočjo kombinacije oglaševanja, odnosov z javnostmi in promocijskih aktivnosti je Radenska v kategoriji brezalkoholnih pijač v poletnih mesecih dosegala drugo ali tretje mesto. Zvišal se je tudi branžni priključek, po vsečnosti je bilo televizijsko oglaševanje ocenjeno z visoko oceno. Tudi opaznost jumbo plakatov je bila izjemno visoka.”

Medijski zakup v Bosni

Media Pool, največje slovensko podjetje za zakup medijskega prostora in časa, je s podjetjem Fabrika Sarajevo podpisalo pogodbo o ustanovitvi skupnega podjetja za medijski zakup Media Pool Fabrika Ljubljana d.o.o. Podjetje bo slovenskim in tujim agencijam ter neposrednim naročnikom nudilo celovit servis medijskega zakupa v Bosni.

Zadnji rok za Cannes

Rok za prijavo del, ki se odo potegovala za najbolj prestižne nagrade - zmagovite canske leve, se izteka. Zadnja datuma za prijavo večine del sta namreč 28. in 29. marec, rok za prijavo udeležencev pa je 10. maj. Na največjem svetovnem festivalu, ki bo v drugi polovici junija potekal že devetinsiridesetič, se običajno zbere po 9000 udeležencev iz sveta oglaševanja in marketinga. Poleg zanimivega seminarskega dela si udeleženci lahko ogledajo več kot 19.000 vrhunskih oglasov.



Zmagovalni kužek

Poredni oziroma potrebni kužek, kot je bil junak prvo uvrščenega televizijskega oglasa pomotoma poimenovan na spletnih straneh, si v trgovini z igračami poželi medvedka pando (tako pač sklepamo gledalci, glede na sopihanje, ki prihaja izza pulta). Zadrego njegovega lastnika seveda reši oglaševana plačilna kartica, s katero plača igračko in odnese oba kosmatinca. **Zoran Gabrijan**, kreativni direktor pri Futuri, je o kreativni ideji povedal za Večer: "Ponavadi s seboj ne nosimo velikih količin gotovine, včasih morda niti tolarja. Zato nas iz neprijetnih situacij lahko reši le Mastercard. Tudi kadar nam jo, tako kot v spotu Poredni kužek, zagode hišni ljubljencek."

Na mladih svet stoji

Aljoša Bagola in **Barbara Hiti** (Pristop Communications) sta zmagala na razpisu za mlade kreativce, ki je potekal v okviru Sofa. Slovenska oglaševalska zbornica je namreč objavila razpis za izbor dveh mladih kreativcev, ki se bosta kot predstavnika Slovenije udeležila programa za mlade kreativce v Cannesu. Razpisna naloga oziroma oglas pod naslovom Ugled Slovenije v državah članicah EU naj bi predstavila Slovence kot enakopravne člane združene Evrope in odgovorila na ponavljajoče se slabe rezultate javnomnenjskih raziskav v državah EU. **Aljoša Bagola**, 22-letni študent komunikologije, je navdušil gledalce festivala tudi z najboljšo predstavitvijo celostne oglaševalske akcije Siol ADSL (na sliki). V oglaševanju dela že leto in pol. V tem času je aktivno sodeloval pri projektih Siol ADSL, repozicioniranje borzne hiše Poteza ter



pri različnih projektih Telekom Slovenije, SCT-ja, Moderne Galerije. O sebi je za Večer izjavil: "Prizadevam si za kvalitativne preskoke v smeri razvoja. S prijatelji se pod psevdonimom ukvarjam z alternativnimi komunikacijskimi manevri, ki se tičejo življenja nasploh. In tako si pod brk pogosto mrmram svoje vodilo Fernanda Pessoa: Bodi plural, kot vesolje!"

Srebrno priznanje Večerovemu vabilu

Vabilo, ki je bilo poslano vabljenim na zaključno podelitev priznanja Bob leta, je bilo na Sofu nagrajeno s srebrnim priznanjem. V ožji izbor se je uvrstil tudi oglas iz iste akcije Zapičite se v najboljšo. Vabila in oglase so kreirali v agenciji Publicis Studio Pet.

Radijski seminar v Mariboru

20. in 21. aprila bo v hotelu Habakuk potekal 1. mednarodni radijski seminar v tem delu Evrope. Predaval bo ameriški radijski guru Dan O'Day, poznavalec programskega področja kot tudi radijske produkcije in marketinga. Na seminarju bodo poleg slovenskih sodelovale tudi hrvaške, avstrijske, italijanske in madžarske radijske postaje in oglaševalske agencije.