

# GRAND PRIX LOUSKÁČKU PRO MARK/BBDO



Letošní hlavní cena Grand Prix soutěže reklamních prací Louskáček byla udělena práci „Zloději“ od agentury Mark/BBDO.

**T**ato „kampaň“ byla rozšířena na serveru YouTube v podobě videa ukazujícího, jak jednoduše se dá vykrást auto. Jen za první měsíc záběry zhlédlo 1,5 milionu návštěvníků, kteří hojně diskutovali o tom, zda je možné předvedeným způsobem auto skutečně ukrást. Až později vyšlo najevo, že za videem stojí pojišťovna Direct...

## SOUTĚŽ V 10 NOVÝCH KATEGORIÍCH

Louskáčka, soutěž o nejlepší a nejkreativnější českou reklamu, jako každoročně uspořádal Art Directors Club ČR ve spolupráci s Asociací komunikačních agentur a Asociací producentů v audiovizí, tentokrát v honosném prostředí Obecního domu, ale v moderním sympatickém hávu, byť s občasnými zmatky při přebírání cen. Marketing magazine byl mediálním partnerem. V letošním ročníku bylo do soutěže přihlášeno celkem 381 prací a 50 přihlašovatelů. Soutěžilo se v deseti nových kategoriích, které by podle organizátorů měly lépe obsáhnout lokální reklamní trh. Jejich přehled je na webových stránkách Art Directors Club.

## BOMBOU CENA PRO SEDM STATEČNÝCH Z ČVUT

Zlatou medaili obdržely mimo jiné reklama „Muzeum komunismu“ od společnosti YR Praha v kategorii tištěné reklamy a „Ztraceno v překladu“ od společnosti Leagas Delaney Praha v kategorii rozhlasové reklamy. Pro mě spolu s mnohými dalšími návštěvníky bylo ale největší peckou ocenění pro komiksovou kampaň zaměřenou na nové studenty – Sedm statečných z ČVUT. Ze dvou nominací, a to v kategoriích „Websites/Microsites“ a „Design v komerční komunikaci“, nakonec kampaň získala bronzového Louskáčka 2008 za 3. místo v kategorii web. Stalo se tak jediným oceněným v této kategorii. Vysoká škola tak prolomila dosavadní hegemonii komunikačních agentur a zadavatelů reklamy, ČVUT v Praze se stalo historicky první vysokou školou v ČR, která toto ocenění získala. Rád bych připomenul, že jsme tuto kampaň představili již v našem minulém čísle.

## ZLATÝ OHNÍČEK PRO JAKUBA KOHÁKA

Letos získal ocenění Zlatý ohníček, cenu za osobní přínos české reklamě, Jakub Kohák. Je režisérem televizních reklam pro značky Kofola, Kooperativa, Pepsi, Chevrolet, Nadace Terezy Maxové a další. Jeho reklamy byly oceněny na festivalech Golden Drum v Portoroži, Epica, na festivalu v Cannes byl prezentován v prestižním výběru Young Directors.

**Aleš Hudský**

*Foto: Isifa*

XX