

Projekt „Kumpel z Przeszłości. 1944 Live” opisujący historię Powstania Warszawskiego autorstwa agencji San Markos dla Biura Promocji m.st. Warszawy otrzymał nagrodę w międzynarodowym konkursie Cannes Lions 2010.

„Kumpel z Przeszłości. 1944 Live” został wczoraj nagrodzony w największym międzynarodowym konkursie branży marketingowej i reklamowej International Advertising Festival „Cannes Lions”. Projekt autorstwa agencji San Markos realizowany wspólnie z On Board PR dla Biura Promocji m.st. Warszawy został uhonorowany srebrną nagrodą w kategorii PR Lions.

„Nagroda przyznana nam przez jury konkursu cieszy szczególnie z kilku powodów. Przede wszystkim dlatego, że projekt spółek Grupy On Board San Markos jest niezwykle ważny społecznie – w wyjątkowy bliski młodym ludziom sposób pokazuje tragedię Polaków biorących udział w Powstaniu Warszawskim. Dzięki jego kreatywnej i niestandardowej realizacji, docenianej na międzynarodowych konkursach, pokazujemy kawałek naszej historii odbiorcom na całym świecie. Poza tym, agencje z Polski rzadko otrzymują tak prestiżowe wyróżnienia, ciesząc się więc, że możemy przyczynić się do promocji naszego kraju oraz branży marketingowej na arenie międzynarodowej” – podkreśla Norbert Ofmański, Prezes Grupy On Board San Markos

„Kumpel z Przeszłości” to projekt agencji San Markos zrealizowany wspólnie z firmą On Board PR i Biurem Promocji Miasta Stołecznego Warszawy, dla którego inspirację stanowiła 65. rocznica wybuchu Powstania Warszawskiego. Na portalu społecznościowym Facebook stworzono dwa profile dwojga młodych ludzi – „Sosny” i „Kostka” – fikcyjnych powstańców. Aktualizowane codziennie, do końca Powstania (początek października) stanowiły prywatną kronikę Powstania Warszawskiego widzianego oczami dwojga młodych ludzi. „Kostek” i „Sosna” pisząc językiem ówczesnej młodzieży, opowiadali o swoich codziennych przeżyciach oraz umieszczali zdjęcia i filmy odzwierciedlające atmosferę tamtych dni. Dzięki temu udało się wykorzystać nowe technologie do zakrzywienia czasu i podróży do 1944 roku. „Kostek” i „Sosna” stali się jednymi z najpopularniejszych postaci prywatnych na polskim Facebooku. Ich losy śledziło ponad 4000 przyjaciół, którzy komentowali ich wpisy i toczyli żywe dyskusje na temat Powstania.

„Cannes Lions to chyba najbardziej prestiżowy konkurs branży reklamowej. Jesteśmy bardzo dumni i szczęśliwi, że znaleźliśmy się w gronie nielicznych polskich agencji, które miały zaszczyt otrzymać tę nagrodę. To potwierdza, że projekty polskich agencji mogą zaistnieć na innych rynkach oraz, że nasze kreatywne podejście ma poziom porównywalny do światowych liderów branży” – cieszy się z nagrody Magdalena Czaja, Prezes San Markos.

Nagroda w Konkursie Cannes Lions to kolejne wyróżnienie przyznane projektowi „Kumpel z Przeszłości”. Wcześniej projekt zdobył tak prestiżowe nagrody jak: SABRE, podwójne GrandPrix Media Trendy, wyróżnienie w konkursie The Intercontinental Advertising Cup, Srebrny Bęben na festiwalu reklamowym Golden Drum, srebrną nagrodę Silver Spotlight Award, dwie statuetki Złoty Spinacz 2009, trzy Złote Orły i Grand Prix konkursu, jak również główną nagrodę w konkursie Epica Award 2009. Ostatnio otrzymał również statuetkę w konkursie reklamowym KREATURA 2010, nominację w konkursie Impactor 2009, w kategorii Kampania Społeczna Roku 2009 oraz został nagrodzony w ogólnopolskim konkursie na najbardziej oryginalne przedsięwzięcia realizowane w Internecie w 2009 roku – „Internetowa 5”.

International Advertising Festival Cannes Lions to największy międzynarodowy konkurs branży marketingowej i reklamowej. Każdego roku do konkursu zgłaszanych jest ponad 22 tysiące prac i kampanii z całego świata.

On Board San Markos Group