

W tegorocznej edycji międzynarodowego konkursu reklamowego Epica, Grupa Saatchi & Saatchi została nagrodzona w kategorii household maintenance, za projekt „Metki” zrealizowany dla marki Ariel (Procter & Gamble).

Projekt ten składał się z czterech odsłon – projektów reklam prasowych, na których prezentowane były ubrania z krajów, które dawno temu zniknęły z politycznej mapy świata (DDR, USSR, CZECHOSŁOWAKIA, YUGOSLAVIA). O pochodzeniu sukienki lub bluzki z państwa od lat już nieistniejącego świadczyły jedynie metki, ponieważ same ubrania wyglądały jak nowe.

Autorami pracy są Natalia Pryzowicz Copywriter oraz Johan Pasternak Art Director a ich prace nadzorowali Max Olech i Agnieszka Niska-Wójcik.

Kampania ta została już nagrodzona srebrem na tegorocznym festiwalu Golden Drum w Portoroż oraz srebrem na festiwalu KTR.

Druga praca Grupy Saatchi & Saatchi która zakwalifikowała się na short-listę, to projekt zrealizowany dla Teatru Wielkiego Opery Narodowej „Kurt Weill podzielony”.

Do tegorocznej edycji konkursu Epica napłynęło 3154 zgłoszeń z 529 agencji z 48 krajów, z Polski nadesłano 32 prace. Jury składające się z dziennikarzy europejskich magazynów branżowych przyznało 61 nagród i 4 Grand Prix.

**Saatchi & Saatchi Poland**