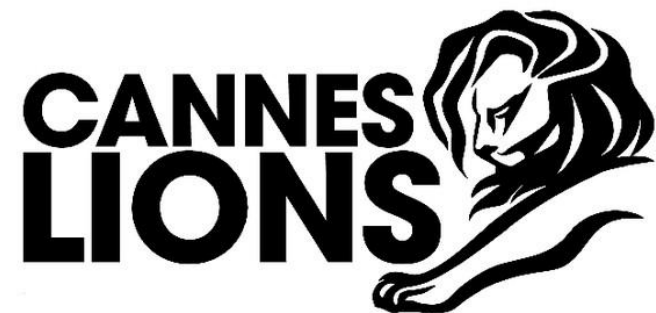




Дзюба Ульяна, 1115.


КАННСКИЕ ЛЬВЫ.


Международный фестиваль
рекламы «Каннские львы»
(Cannes Lions International
Advertising Festival,
сокращённо IAF) считается
наиболее авторитетным
международным фестивалем
производителей рекламы.



- Фестиваль, продолжительностью от 5 до 7 дней, ежегодно проводится во французском городе Канн, обычно в третью неделю июня. Работы награждаются Бронзовыми, Серебряными, Золотыми Львами и Гран-при в ряде категорий: «Film Lions», «Press Lions», «Outdoor Lions», «Direct Lions», «Media Lions».



- 
- Фестиваль имеет категории как для рекламных кампаний, так и для достижений в технической области. В каждом из этих случаев награда «Золотой Лев» (Gold Lion) присуждается лучшим участникам в категории. Затем одному из обладателей «Золотых Львов» присуждается наивысшая награда за лучшее рекламное произведение года в своей категории — «Grand Prix». Дополнительно, «Львы» присуждаются в различных подкатегориях, относящихся к особым областям рынка (например, благотворительность, социальная реклама) или различным номинациям рекламы (например, «Лев за музыкальное совершенство»). Также фестиваль вручает ежегодную награду «Сеть года» лучшей рекламной сети, «Агентство года», а также «Palme d'Or» («Золотая Пальмовая ветвь») лучшей производственной студии года.

- 
- Рекламная продукция, в основном, представляется агентствами, которые её создали, хотя, в принципе, любой может предложить своё рекламное произведение. Судейство осуществляет жюри, состоящее из творческих директоров рекламных агентств всего мира. Члены жюри награждают рекламные произведения как за идею, так и за её воплощение. Каждое жюри возглавляет его президент. В числе последних президентов жюри в категории рекламных роликов были Боб Ишервуд (Bob Isherwood) агентства «Saatchi & Saatchi» и Дэн Веден (Dan Wieden) агентства «Wieden + Kennedy». Члены жюри не участвуют в голосовании при рассмотрении работ, относящихся к их собственной стране.

Презентация «Каннских Львов» в России

- С 1995 года в Москве работает российское Представительство Международного фестиваля рекламы «Каннские Львы». В течение 20 лет презентации «Каннских львов» проводятся во многих крупных городах России- Москва, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Нижний Новгород, Омск, Воронеж, Уфа, Саратов, Красноярск, Ульяновск и др.(в соответствии с данными [Сайта официального представителя фестиваля в СНГ](#)).
- В 2014 году официальным партнером тура презентации МФК "Каннские Львы" по городам России выступила компания МегаФон- обладатель Гранд-При в номинации «Инновации» за проект павильона MegaFaces на Играх в Сочи

Российские обладатели

призов

За всю историю проведения фестиваля Россия несколько раз становилась обладателем Золотых, Серебряных и Бронзовых Львов [CRIA Новости](#), также агентства подразделения [Optimum Media OMD Group](#) дважды попадали в short-list (звание «Финалист»)^[2].

- **2014**[\[править\]](#) | [править вики-текст](#)
- 10 наград, Гран-при получила компания Мегафон за проект MegaFaces, который был реализован во время Олимпиады в Сочи.
- **2013**[\[править\]](#) | [править вики-текст](#)
- **5 Золотых львов, 1 серебряного и 1 бронзового** в категориях PR, Promo & Activation, Media и Outdoor получила работа «Заставь чиновников работать», созданное агентством «Восход».
- **2 Бронзовых льва** в категориях Media и Outdoor получило агентство Leo Burnett Moscow за работы «Колечко на счастье» для Макдоналдс и «Банкноты» для Леруа Мерлен соответственно.
- **Бронзового льва** за проект «Аудиогид» для музея эротики Точка G получило агентство Y&R Moscow.
- **Золотыми медалями конкурса Young Lions** категории Cyber был удостоен проект #playtrue (Сергей Яновский и Олег Савчук) для World Anti-Doping Agency.
- **2012**[\[править\]](#) | [править вики-текст](#)
- **Золотой лев** в категории Mobile Lions получила работа Parking Douche, для городского Интернет-СМИ The Village, которое принадлежит Look At Me.^[3]
- **2011**[\[править\]](#) | [править вики-текст](#)
- **Золотой лев** в категории Outdoor Lions получили работы Bettle, Deep ocean и Spaceship, созданные агентством [Leo Burnett Moscow](#) для [LEGO]^[4].
- **Серебряного льва** в категории «Design Lions» («[Дизайн]») получило [брендинговое агентство Depot WPF](#) за дизайн упаковки [молочной продукции](#) Milk^[5]. Помимо этого, [Depot WPF] вошло в [шорт-лист] фестиваля с дизайном упаковки [косметической продукции](#) Dizaо Organics^[6].
- **Бронзовый лев** в номинации Media Lions достался [екатеринбургскому рекламному агентству](#) «Восход» за проект «Книги-освежители». А в категории Direct Lions за работу «Фотоохота» бронзу получило [Leo Burnett Moscow](#).^[7]
- **2006**[\[править\]](#) | [править вики-текст](#)
- **Золотой лев** в категории «Promo Lions» («Поддержка продаж») получило рекламное агентство [IQ marketing](#) за работу «Beware of dog!». Легенда рекламной акции: злая собака терроризирует население города, стимулируя людей делать покупки в интернет-магазине, не выходя из дома.^[8]

- **2005**[\[править\]](#) | [править вики-текст](#)
- **Золотой лев** в категории «Media Lions» («Медиаальвы») получило рекламное агентство [IO marketing](#) за работу «Кампания для детей Беслана» — «Нарисуем город». Кампания была призвана хотя бы на день вернуть улыбки детям Беслана, напомнив обществу об этой трагедии.
- **Золотой лев** в категории «Media Lions» получило [белорусское](#) агентство «Крынь»/Starcom за размещение рекламной кампании «BEERka. Доставляется к пиву!» Особенность размещения заключалась в том, что на телевидении реклама закусок к пиву российского производителя «Сибирский Берег» размещалась сразу за рекламой пива^{Levi}.
- Звание «Финалист» в категории «Media Lions» («Медиаальвы»): Best Purpose-Built Media получило [медийное агентство APR Media Services](#), входящая в состав [Optimum Media OMD Group](#), за проект для сотового оператора Мегафон под названием «Переходи на зелёный».
- **2003**[\[править\]](#) | [править вики-текст](#)
- Звание «Финалист» в категории «Media Lions» («Медиаальвы»): Target Audience — High net worth individuals получило [медийное агентство Optimum Media OMD](#), входящая в состав [Optimum Media OMD Group](#), за проект компании Volkswagen «In-Flight Media».
- **2001**[\[править\]](#) | [править вики-текст](#)
- **Бронзовый лев** в категории «Cyber Lions» («Киберльвы») получила [Студия Артемия Лебедева](#) за серию [flash](#)-баннеров «Дизайн спасёт мир»^{no1}.
- **1996**[\[править\]](#) | [править вики-текст](#)
- **Серебряный лев** в категории «Film Lions» получен [Видео Интернешнл](#) за рекламу для РИКК-банка. Легенда рекламного ролика: Самый скучный банк, где работают люди и деньги. Работу разнообразит котёнок, устроившийся на крышке копировального аппарата. Через год картина совершенно та же, только денег стало больше и большого кота копировальный аппарат передвигает с трудом.
- **Бронзовый лев** в категории «Film Lions» получен [Видео Интернешнл](#) за рекламный ролик того же банка. Легенда рекламного ролика: Скучающая сотрудница банка использует всё своё обаяние, чтобы завладеть вниманием коллег-мужчин. Тщетно. Здесь думают только о работе.

CANNES LIONS

