

**«Каннские Львы - 2022»**

**Премьера в России.**

***«\_\_\_\_\_\_» февраля 2023 года в России состоится первая презентация роликов-победителей 68-го Международного фестиваля креативности «Каннские Львы», в рамках которой зрителям будут представлены лучшие образцы мирового креатива.***

Московская презентация фестиваля вот уже много лет остается одним из самых ожидаемых событий в сфере российской рекламной индустрии. Она предоставляет возможность составить представление о новейших маркетинговых технологиях и трендах будущего.

В этом году посетители мероприятия смогут познакомиться с роликами-победителями в категориях Film и Film Craft и оценить ключевые направления в рекламе, меркетинге и PR.

Главными темами «Каннских Львов-2022» стали определение места брендов в культуре, переосмысление креативности, доказательство ценности творчества, цифровая экономика, вопросы доверия и этики в рекламной индустрии. В фестивале приняли участие более 5 000 делегатов из 90 стран и было продемонстрировано более 30 000 работ в семнадцати номинациях.

На презентации в Москве зрители увидят рекламные ролики и кейсы, получившие бронзовых серебряных и золотых Львов. В этих работах особое внимание обращают на себя ролики из Китая с неожиданным подходом к креативности в подаче традиционных рекламных сообщений, а также ролики, которые обыгрывают бренды модной ныне Метавселенной.

Необходимо выделить революционную работу, которая на данный момент стала вершиной развиваемой в последние годы темы инклюзивности в рекламе. Это рекламный ролик, снятый специально для слепых людей. Он самим фактом своего появления стирает все границы для людей с ограниченными возможностями, да ещё и является отличным примером отточенного креатива.

Конечно, изюминкой презентации станет демонстрация работ, получивших Гран-При фестиваля в номинации Film. Если обычно это одна работа, один рекламный ролик, то в этом году сразу два рекламных агентства получили высшую награду фестиваля.

Один из обладателей Гран-При - это ролик, ждавший своего часа 2 года. Это, с одной стороны, противоречит правилам фестиваля, на который можно подавать только работы, снятые за последний год, но, с другой стороны, подчёркивает неординарность времени, когда он был снят – в самом начале пандемии, в марте 2020 года. Ролик был частью рекламной кампании Олимпийских Игр в Токио. Сами игры были перенесены и выход ролика в эфир отложился более чем на год.

Отдельно стоит упомянуть второго обладателя Гран-При. Оставляя сюрпризом бренд, который в этом ролике рекламируется, скажем, что это не просто ролик, а шестиминутный фильм, настоящий короткометражный шедевр, демонстрация которого, конечно, требует отличного кинотеатрального зала. Организаторы московской презентации позаботились об этом.

Международный фестиваль креативности «Каннские Львы» является наиболее престижной ежегодной премией в области рекламы и маркетинга, определяющей вектор развития мировой рекламной отрасли.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ 68-ГО МЕЖДУНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЯ КРЕАТИВНОСТИ "КАННСКИЕ ЛЬВЫ"