

Компания Samsung Electronics получила 27 наград Каннского фестиваля рекламы

03.07.2015

Сеул, Корея – июль 2015 года – Компания Samsung Electronics установила новый рекорд, выиграв 27 наград в 20 категориях на крупнейшем в мире фестивале рекламы «Каннские львы» (Cannes Lions). Это уже второй успешный год для компании Samsung, которая получила 16 наград в 2014 году.

Производитель потребительской электроники добился таких успехов благодаря кампании Launching People, которая получила на международном фестивале рекламы в Каннах семь наград, продемонстрировав реальное воплощение философии бренда Samsung – продвижения открытий и новых возможностей (accelerating discoveries and possibilities) с помощью цифровых технологий. Кампания Launching People – это своеобразный катализатор, помогающий людям реализовывать свои мечты, она привлекает потребителей к участию, побуждая их поделиться своими идеями с Samsung.

Приложение для смартфонов Look At Me для помощи детям с аутизмом, получило в общей сложности пять наград, включая «Золотого льва» в категории «Виртуальные кампании» (Cyber). Команда, разработавшая это приложение, ранее уже получала другие престижные награды, в том числе на фестивалях The One Show и New York Festivals.

В список компаний, удостоившихся наград на фестивале «Каннские Львы» 2015, также попала дизайнерская концепция Safety Truck, призванная предотвращать дорожные аварии. Она получила семь призов, включая «Титанового льва» в категории «Титановые и Интегрированные кампании» (Titanium and Integrated). В данной номинации отмечаются принципиально новые и инновационные идеи, открывающие новые направления в своей отрасли. Приложение Back Up Memory, разработанное для помощи пациентам с болезнью Альцгеймера на ранней стадии, получило три награды, включая «Золотого Льва» в категории «Здоровье/Здоровье и Здоровый образ жизни» (Health/Health & Wellness). А Hearing Hands – сервис языка жестов, предназначенный для пользователей с проблемами слуха, получил двух «Бронзовых львов» в категориях «Промо» (Promo&Activation) и «PR».

«Наш успех – это результат стремления компании Samsung охватить заботой потребителей во всем мире, понять их потребности и помочь им получить необходимое. Все это полностью соответствует принципам нашей корпоративной философии, которая заключается в желании усовершенствовать жизнь потребителей с помощью цифровых инноваций, – говорит Вон-Пью Хонг (Won-Pyo Hong), президент и директор по маркетингу компании Samsung Electronics. – Samsung – это бренд, который стремится внести свой вклад в улучшение жизни потребителей, и кампания Launching People поможет нам сделать это с помощью наших инновационных продуктов и услуг».

В этом году Международный фестиваль рекламы «Каннские Львы» стал 62-м по счету. В нем приняли участие компании из более чем 90 стран мира, представив более 40 000 работ в 20 различных категориях, среди которых телевизионные ролики и реклама в печатных СМИ, наружная реклама, онлайн PR и маркетинг.