

J. Walter Thompson Amsterdam houdt met The Next Rembrandt de Nederlandse eer hoog bij het 'Wereldkampioenschap van de Reclame'.

23 JUNE 2016, CANNES, FRANCE

SUMMARY

Het Nederlandse Bureau van het Jaar wint twee Grand Prix - de hoogste prijs in marketing en reclame – voor het ING-project tijdens het Cannes Lions International Festival of Creativity.

The Next Rembrandt is het meest besproken project van 2016 waarin kunstmatige intelligentie en creativiteit elkaar ontmoeten. Een groep van kunsthistorici, onderzoekers, data wetenschappers en ingenieurs zijn, onder leiding van J. Walter Thompson Amsterdam voor klant ING en technische partner Microsoft, 18 maanden lang een controversiële uitdaging aangegaan: hoe je een machine/computer kunt leren denken, handelen en verven zoals Rembrandt.

Het resultaat is The Next Rembrandt - een 3D-geprint schilderij, uitsluitend gemaakt van de data uit het werk van Rembrandt. Het schilderij bestaat uit meer dan 148 miljoen pixels en is gemaakt met behulp van deep learning algoritmen en gezichtsherkenningstechnieken, gebaseerd op 168.263 schilderij fragmenten uit de collectie van Rembrandt. De Meester van Licht en Schaduw werd weer tot leven gebracht om nog één schilderij te maken. Alleen deze keer is data de schilder en de technologie de kwast.

The Next Rembrandt heeft tot nu toe in totaal vijftien Cannes Lions gewonnen. Daarmee is J. Walter Thompson Amsterdam het enige Nederlandse bureau dat de prestigieuze prijs, in veelvoud, gewonnen heeft. Het bureau mocht gisteravond 2 Grand Prix in ontvangst nemen, voor Cyber en Creative Data, en won daarnaast een Innovation Lion, drie zilveren Lions (één voor Cyber en twee voor Creative Data) en een Bronzen Lion voor Creative Data. Waarmee het totaal op 15 Lions werd gebracht.

Bas Korsten, Executive Creative Director J. Walter Thompson Amsterdam:

"Ik denk dat de reden waarom The Next Rembrandt zoveel wint, is omdat het de vragen vertegenwoordigt die op dit moment in de industrie leven: 'Waar eindigen computers en begint menselijkheid?' En 'Moet je een ziel hebben, om een ziel te kunnen raken?' Vragen over kunstmatige intelligentie en creativiteit. En in dit geval misschien wel de hoogste vorm van creativiteit: kunst"

Tjitske Benedictus, Hoofd Sponsoring bij ING:

"We voelen ons vereerd om deze prijzen te winnen. ING zoekt voortdurend naar innovatieve oplossingen, zodat onze klanten voorop kunnen lopen, zowel zakelijk als privé. Dit project gaat om het samenbrengen van ons innovatieve karakter en een van onze belangrijkste sponsorships, namelijk die van Nederlandse kunst en cultuur. We willen technologie relevant maken en meer leren over een van Nederlands grootste schilders aller tijden: Rembrandt"

Ron Augustus, directeur SMB Markten, Microsoft:

"Dit project illustreert de kunst van wat er mogelijk is met intelligente data. Data is de nieuwe elektriciteit, het heeft een enorm potentieel om mensen en organisaties te helpen om meer te bereiken. We zijn erg trots om als technologie partner deel te kunnen maken van The Next Rembrandt en wij feliciteren het team met hun erkenning op het prestigieuze Cannes Lions Awards Festival."

Het project is sinds haar lancering geroemd over de hele wereld, met nu al meer dan 1.400 artikelen in de pers, zoals ook in [The Guardian](#), [The Telegraph](#), [NPR](#), [The New Yorker](#), [TechCrunch](#), [Fast Company](#) en de [Wall Street Journal](#). Zo ook zijn er meer dan 1.8 miljard media impressies bereikt in de eerste maand na de onthulling van The Next Rembrandt.

Hieronder de 'prijslijst' van het project tot nu toe.

ING - The Next Rembrandt:

Grand Prix

- Creative data A10. Creative Data Collection & Research
- Cyber A08. Financial products and services

Innovation Lion

- Innovation A02. Creative Innovation

Goud

- Outdoor F05. Digital poster Craft
- Outdoor D04. Live Advertising & Events
- Digital Craft D03. Data Visualisation

Zilver

- Design C04. Data Visualisation
- Creative data A01. Creative data enhancement
- Creative data A04. Data Storytelling
- Direct D01. Use of data
- Promo & Activation D02. Sponsoring & Partnership
- Cyber A11. Corporate Image

Brons

- Creative data A05. Data Visualisation
- Digital Craft E04. Innovatief gebruik van technologie
- Digital Craft D02. Data Storytelling

Shortlist

- Creative gegevens A06. Data-technologie
- Digitale Craft E05. Technologische prestatie in Digital Craft
- Cyber H01. Geïntegreerde Multi-platform Campaign
- Direct A08. Financiële Producten & Diensten
- Direct B04. Gebruik van Ambient Media: Large Scale
- Cyber D04. Video diversen
- Cyber G02. Spacial Tech

Het Parool – het verhaal

Bronzen

- Outdoor E01

Shortlist

- Outdoor F02
- Outdoor F02
- Outdoor F02

- Einde –

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Jessica Hartley

RELEVANT LINKS

The Next Rembrandt Pers website - voor materialen

<http://thenextrembrandt.pr.co/130454-rembrandt-vs-machine>

<https://www.nextrembrandt.com/>

<https://www.nextrembrandt.com/>

QUOTES

"Ik denk dat de reden waarom The Next Rembrandt zoveel wint, is omdat het de vragen vertegenwoordigt die op dit moment in de industrie leven: 'Waar eindigen computers en begint menselijkheid?' En 'Moet je een ziel hebben, om een ziel te kunnen raken?' Vragen over kunstmatige intelligentie en creativiteit. En in dit geval misschien wel de hoogste vorm van creativiteit: kunst."

— Bas Korsten, Executive Creative Director J. Walter Thompson Amsterdam

"We voelen ons vereerd om deze prijzen te winnen. ING zoekt voortdurend naar innovatieve oplossingen, zodat onze klanten voorop kunnen lopen, zowel zakelijk als privé. Dit project gaat om het samenbrengen van ons innovatieve karakter en een van onze belangrijkste sponsorships, namelijk die van Nederlandse kunst en cultuur. We willen technologie relevant maken en meer leren over een van Nederlands grootste schilders aller tijden: Rembrandt."

— Tjitske Benedictus, Head of Sponsoring at ING

"Dit project illustreert de kunst van wat er mogelijk is met intelligente data. Data is de nieuwe elektriciteit, het heeft een enorm potentieel om mensen en organisaties te helpen om meer te bereiken. We zijn erg trots om als technologie partner deel te kunnen maken van The Next Rembrandt en wij feliciteren het team met hun erkenning op het prestigieuze Cannes Lions Awards Festival."

— Ron Augustus, Director SMB Markets, Microsoft

IMAGES





SPOKESPEOPLE



Jessica Hartley

Communication Director

Jessica.hartley@jwtamsterdam.nl

+31 6 421 6 7373



Creative Related; Bas Korsten

Executive Creative Director

bas.korsten@jwtamsterdam.nl



Agency Related; Ralph Wisbrun

Managing Partner

ralph.wisbrun@jwtamsterdam.nl

ABOUT J. WALTER THOMPSON AMSTERDAM

We're a local agency with international ambitions. Intergalactic ambitions even. To reach that goal we've transformed the agency quite drastically. For instance, we only have 3 departments: Think, Do and Make. Why? Because you have to keep it simple this day and age to help your clients face an increasingly complex world.



J. Walter Thompson Amsterdamnewsroom