

Tisková zpráva

Praha, 26. června 2024

Call for Entries: Effie, soutěž o nejefektivnější marketingovou kampaň v ČR, spustí přihlašování 26. června

Nejvýznamnější tuzemská soutěž reklamní a marketingové efektivity Effie Czech Republic otevírá přihlašování do svého 27. ročníku. Zájemci mohou podávat přihlášky do všech kategorií již od 26. června.

Effie, soutěž o nejefektivnější reklamní kampaň v ČR, spouští přihlašování 26. června. Soutěž o nejefektivnější reklamu pořádá každým rokem již 27 let Asociace komunikačních agentur (AKA).

V České republice se ceny Effie rozdělují již od roku 1997 a za dobu působení na českém trhu prošly soutěží tisícovky prací. „Internet a digitalizace ekonomiky přinesly ohromnou škálu nástrojů komunikace. To se logicky projevuje i v Effie. S tím souvisí i rozšiřování o nové kategorie a ceny a v neposlední řadě zefektivňování způsobu hodnocení,“ vysvětluje **Kateřina Hruběšová, výkonná ředitelka AKA.**

Do letošního ročníku se soutěžící budou moci hlásit **od 26. června do 18. srpna.** Sedmadvacátý ročník bude více než v minulosti klást důraz na komunikační obsah. „Staré známé „obsah je král“ platí víc a víc. Ve světě mnoha komunikačních platforem, podcastů a sociálních médií je zásadní zaujmout pozornost konzumenta. A to nejde bez kvalitního obsahu. Nicméně také stále platí: efektivita je jen jedna, a proto Effie i nadále poskytuje prostor plnoformátovým kampaním, digitálním kampaním, ale také kampaním z oblasti PR atd.,“ komentuje **Ondřej Novák, projektový manager Effie a ředitel ASMEA.**

Již potřetí bude v Effie kategorie Digitální marketing a cena za nejefektivnější využití YouTube, kterou bude hlavní partner, **český Google**, udělovat i letos. Zlato v nové kategorii loni vyhrál T-Mobile s kampaní Magenta TV se stala hvězdou díky TV ikoně (Ogilvy). Tento projekt získal i Cenu Google za nejlepší využití YouTube. „YouTube v Česku zasáhne měsíčně více než sedm milionů lidí v dospělé populaci, a je proto velmi oblíbenou platformou pro sdílení videí jakékoliv délky. Vážíme si kreativity a originálních nápadů, se kterými značky neustále přichází, a těšíme se, s čím se účastníci přihlásí letos,“ říká **Marie Krátká z Google.**

„V rámci EFFIE také letos opět oceníme originální koncepty video obsahu bez ohledu na jejich formát, délku či umístění na platformě. Ocenění Prima Video Awards udělíme těm nejefektivnějším a nejnovativnějším kampaním v oblasti prémiového video obsahu,“ vysvětluje **Marek Singer, generální ředitel skupiny Prima.**

Letošní novinkou bude cena pro Nejlepší využití audio obsahu, jejímž partnerem je společnost **Active**. Partnerem Effie se navíc stává také společnost **C&See**, která je nově patronem kategorie Obsahový marketing. Obě společnosti patří do mediální skupiny **Czech Media Invest**. Její ředitelka **Martina Říhová** k partnerství uvádí: „*Bůh existuje. Je to obsah. A taky umění ho dobře využít. V CMI moc dobře víme, že pokud nemáte co říct, nepomůže sebelepší marketing. Zároveň ten skvělý obsah musíte dostat k lidem. Dává nám tak smysl stát se patronem content kategorií*“.

K Effie neodmyslitelně patří také tradiční galavečer. Ten letošní bude s několika zajímavými změnami, které si nicméně organizátoři ještě nechávají pro sebe. **Vyhlášení proběhne 14. listopadu v Kině Lucerna.**

O tom, kdo obdrží cenu Effie, rozhoduje nezávislá porota složená ze zástupců zadavatelů, komunikačních agentur, mediálních agentur, výzkumných agentur (členů sdružení SIMAR), zástupců odborných médií a zástupců Google i skupiny Prima. Letos bude porota opět vybírat ze šestnácti kategorií. Garantem kategorie PR je APRA. Partnerem výzkumné části je sdružení výzkumných agentur SIMAR. Partnery Effie dále jsou agentury IPSOS, Kantar a Ressionion, společnost Westfield Rise. Mediálními partnery pak zůstávají FTV Prima a Marketing a Media.

O Effie

Effie je zkratka slova Effectiveness (efektivnost) a označuje soutěž o nejefektivnější reklamu. Ve dvoukolovém rozhodování porota posuzuje měřitelné, prokazatelné výsledky kampaní ve vztahu k zadaným cílům a hodnotí účinnost kampaní v poměru k vynaloženým prostředkům. Kreativita, k níž se přihlíží ve druhém kole hodnocení, je zde chápána v širším slova smyslu: jako inspirativnost strategického řešení a nápaditost komunikačního mixu i jako účelnost a cílevědomost, s nimiž ztvárnění kampaně slouží zvolené strategii.

Effie překračuje hranice reklamy a tradičních médií, protože moderní marketing kombinuje různé komunikační disciplíny a využívá nová média. Podle mezinárodního průzkumu reklamy (GWA) je Effie nejprestižnější soutěží v oblasti komerčních komunikací. Koná se ve více jak třiceti vyspělých zemích světa a má i dva nadnárodní formáty: Euro Effie, evropskou soutěž o nejefektivnější kampaň, kde podmínkou účasti je úspěšné využití alespoň ve dvou zemích starého kontinentu, a Goba Effie, kde je podmínkou využití aspoň v šesti zemích světa.

V České republice byl uspořádán první ročník v roce 1997, kdy AKA získala licenci od americké společnosti AMA N.Y. V prvním ročníku soutěžilo 23 kampaní.

Více na www.effie.cz

O AKA

AKA – Asociace komunikačních agentur je výběrová organizace nejvýznamnějších subjektů v oblasti komerční komunikace sdružující mediální, reklamní, CRM a marketingové agentury. Jejím cílem je zajišťovat příznivé prostředí pro podnikání členů, budování dobrého jména oboru, odborné vzdělávání a podpora aktivit ke zvyšování profesionální úrovně odborníků na komunikaci. Rovněž dbá o etické standardy komerční komunikace prostřednictvím Rady pro reklamu, jíž je spoluzakladatelem, a od roku 1997 pořádá EFFIE, nejprestižnější soutěž zaměřenou na efektivitu reklamy s mezinárodním přesahem v ČR.

Více na www.aka.cz

Kontakty pro média:

Ondřej Novák ondrej.novak@asmea.cz, 737 258 147

Kateřina Hruběšová katerina.hrubesova@aka.cz, 777 306 151