

## TISKOVÁ ZPRÁVA

### **Prestižní ceny Effie jsou předány. Nejvíce cen si odnesly kampaně Plzeňského Prazdroje**

(Praha, 14. listopadu 2024) **Letošní ročník nejvýznamnější tuzemské marketingové soutěže [Effie Awards Czech Republic](#) zná své vítěze. Vyhlášení výsledků proběhlo ve čtvrtek 14. listopadu na slavnostním galavečeru, který se tradičně konal v prostorách Kina Lucerna. Ze 100 přihlášených projektů, což je druhé nejvyšší číslo v historii soutěže, bylo během večera vyhlášeno celkem 45 výherců ve 12 soutěžních kategoriích.**

Ve čtvrtek 14. listopadu byly v prostorách Kina Lucerna předány Effie Awards Czech Republic oceňující nejefektivnější komunikační kampaně. V České republice se agentury utkaly o přední příčky již po sedmadvacáté. Čtyřicetičlenná porota složená ze zástupců zadavatelů, komunikačních agentur, mediálních agentur a výzkumných agentur letos hodnotila celkem 100 přihlášek, z nichž se na shortlist dostalo 57, tedy více než polovina. A právě takový úspěch je pro letošní ročník klíčový, protože už jenom dostat se na shortlist soutěže Effie je velmi náročné a znamená to prestižní ocenění pro přihlášenou kampaň.

Efektivita je měřítkem úspěchu marketingové komunikace. Letošní výsledky jsou toho důkazem. „Effie je důkazem toho, jak významná je dlouhodobá spolupráce a sdílení know-how napříč celým odvětvím. Tento projekt stojí na pevné spolupráci s výzkumnými agenturami, sdružených v [SIMAR](#), a na konstruktivních diskuzích uvnitř poroty, kde se setkávají klienti, kreativci, mediální agentury a výzkumníci spolu s nezávislými odborníky z trhu. Dlouhodobé partnerství se ostatně odráží i v přihlašovaných projektech – průměrná délka spolupráce mezi agenturou a klientem je zde 6,5 roku, což vypovídá o důvěře a sdíleném směřování. Většina oceněných kampaní se vyznačuje nejen dlouhodobou kooperací, ale i konzistentním sledováním a vyhodnocováním vlivu marketingové komunikace na byznys,“ upozorňuje **Petra Jankovičová, prezidentka [Asociace komunikačních agentur \(AKA\)](#) a CEO agentury [Triad Prague](#).**

„Díky metaanalýze od výzkumné agentury KANTAR, která testovala přihlášené práce pomocí LINK AI, máme také data, která potvrzují, že kampaně oceněné porotou Effie prokazatelně fungují pro značky lépe než ty, které ocenění nezískaly. Effie tak ukazuje, že dobrá komunikace má jasný dopad na výsledky a dlouhodobý růst značek,“ dodává Jankovičová.

„Vítězné české kampaně jsou na vysoké úrovni, a to i ve srovnání s kampaněmi oceněnými v Effie Europe. Zejména v oblasti krátkodobého efektu se české vítězné práce drží nad evropským průměrem, což je skvělá vizitka nejen pro českou Effie, ale hlavně pro celý trh,“ doplnila Věra Šídllová, globální ředitelka pro kreativní myšlení společnosti Kantar.

Celkem bylo uděleno 6 zlatých, 18 stříbrných a 21 bronzových cen Effie ve 12 kategoriích.

Nejvíce cen si celkově odnesla agentura [McCann Prague](#) a nejvíce oceněných prací má pak na kontě [Plzeňský Prazdroj](#), jenž získal dohromady 8 ocenění.

Cenu udělovanou sdružením výzkumných agentur SIMAR „Nejlepší využití dat v přihláškách Effie“ získala práce „Jak se z Chameleona stalo v ČSOB velké zvíře“, cenu Active Group „Nejlepší využití rádia“ pak přihláška „Krušovice Bohém – uvedení na trh“.

Cenu „Nejlepší využití Youtube“ obdržela přihláška „L'Oréal Revitalift Laser: Krém plní to, co slibuje“ a cenu Primy získává „Krušovice Bohém – uvedení na trh“.

Kompletní výsledky Effie 2024 naleznete rovněž na webu [www.effie.cz](http://www.effie.cz).

#### 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 Gobar 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](http://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](http://www.aka.cz)

#### Kontakty pro média:

Kristina Vacková, [office@aka.cz](mailto:office@aka.cz), +420 603 867 878

Ondřej Novák, [ondrej.novak@asmea.cz](mailto:ondrej.novak@asmea.cz), +420 737 258 147