

Tisková zpráva

Praha, 14. listopadu 2023

Prestižní ceny Effie jsou předány. Dominovala agentura McCann, nejvíce cen si odnesly kampaně České asociace pojišťoven a Plzeňského prazdroje

Letošní ročník nejvýznamnější tuzemské marketingové soutěže Effie Awards Czech Republic zná své vítěze. Vyhlášení výsledků proběhlo v úterý 14. listopadu na slavnostním galavečeru, který se tradičně konal v prostorách Kina Lucerna. Z rekordních 114 přihlášených projektů bylo během večera vyhlášeno celkem 36 výherců ve 14 soutěžních kategoriích. Porota rozdala také 5 zvláštních ocenění. Cenu Grand Prix Effie získala agentura VCCP za kampaň **Dvě slova**, která pomohla transformovat značku pro klienta Albert Česká republika.

V úterý 14. listopadu byly v prostorách Kina Lucerna předány Effie Awards Czech Republic oceňující nejefektivnější reklamní kampaně. V České republice se agentury utkaly o přední příčky v mnoha soutěžních kategoriích již po šestadvacáté a porota složená ze zástupců zadavatelů, komunikačních agentur, mediálních agentur a výzkumných agentur letos hodnotila rekordní počet přihlášek, celkem 114.

Efektivita je klíčem k úspěchu, a to nejen v soutěži a kampaních, ale zejména v rámci spolupráce agentury a klienta. Letošní výsledky jsou toho důkazem. „*Tento rok jsme zjišťovali také to, jak dlouho trvá vztah klienta a agentury, která projekt přihlásila. Jsem ráda, že se potvrdilo, že právě z dlouhodobých a partnerských spoluprací vznikají projekty s nejlepšími výsledky. Ocenění získaly projekty, kde klient spolupracuje s agenturou průměrně více než 4 roky a u Grand Prix ještě déle,*“ upozorňuje **Petra Jankovičová**, prezidentka AKA a CEO agentury Triad Prague.

Nové kategorie

Premiéru v tomto roce měla kategorie **Dlouhodobé budování značky**, v níž porota zároveň udělila cenu **Grand Prix Effie**, a to agentuře VCCP za kampaň **Dvě slova**, která pomohla transformovat značku realizovanou pro klienta **Albert Česká republika**. Na druhé příčce se umístila agentura **Ogilvy** s projektem pro **Raiffeisenbank** **Růst díky novému positioningu?** Samozřejmě. „*Ocenění v této kategorii je úzce spjato s danou společností a s tím, jak na ni veřejnost nahlíží a co od ní vzhledem k jejímu postavení očekává. V této kategorii se tak nezaměřujeme jen na kampaň, ale zejména na budování značky jako takové,*“ vysvětluje **Kateřina Hruběšová**, výkonná ředitelka AKA, která je pořadatelem Effie.

Druhou nově přidanou kategorií je **Malý rozpočet**. Zde získala ocenění agentura **Svengali Communications** s kampaní **Chytrej výčep** pro **Plzeňský Prazdroj**. „*Kampaně jsou hodnoceny z mnoha úhlů, v široké škále kategorií. Se skupinou kampaní v kategorii Malý rozpočet jsme schopni lépe srovnávat projekty podle toho, kolik do nich bylo investováno. Často se stává, že finančně nejnáročnější projekty jsou zároveň ty nejlepší. Samozřejmě tomu tak ale nemusí být vždy,*“ upozorňuje **Kateřina Hruběšová**.

Speciální ocenění generálního partnera a partnerů

Za nejlepší využití YouTube pro svou kampaň byla oceněna agentura Ogilvy. Cenu Google, generálního partnera soutěže získala za projekt Magenta TV, kde se stala hvězdou díky TV ikoně pro T-Mobile.

Zvláštní cenu FTV Prima získala agentura **Boomerang Communication** s kampaní Změna přístupu a uvažování směrem k lepší efektivitě u leadera trhu pro pojišťovnu Kooperativa.

Udělena byla také cena SIMAR oceňující nejlepší práci s daty. Získala ji agentura Zaraguza CZ za kampaň Staré, nové, půjčené a modré pro ČSOB.

Po roce byla opět vyhlášena **cena ADC (Art Directors Club) – The Best of Creative.** Pro ocenění si došla agentura **McCann Prague** s projektem VZP – Kolik stojí to nejcennější, co máme? S touto kampaní si agentura dosáhla také na druhé místo v kategoriích Digitální marketing a Kampaně veřejné správy.

„Spolupráce s partnery je pro Effie nesmírně důležitá. Posouvá soutěž dopředu především obsahově a nabízí přihlašovatelům další aspekty komunikace, nad kterými se zamyslet, v kterých být efektivní, a to znamená aspirovat na cenu. A zvláště nás těší dlouhodobost partnerství s top komunikačními značkami,“ říká Ondřej Novák, výkonný ředitel ASMEA.

Nejúspěšnější agenturou byla **McCann Prague**, která měla na shortlistu nejvíce nominací. Ocenění získala se svými klienty celkem 14krát. Konkrétně se jednalo o dvě zlaté, šest stříbrných a pět bronzových cen Effie. Výrazný podíl na tomto úspěchu měla kampaň ČAP: Národní den beze spěchu pro **Českou asociaci pojišťoven** realizovanou ve spolupráci s **B&T agency, Renegadz a Wavemaker**. Čtyři ocenění agentura získala také za kampaně pro **Plzeňský Prazdroj**.

Kompletní výsledky Effie 2023 naleznete rovněž na webu www.effie.cz.

PŘEHLED VÝSLEDKŮ EFFIE 2023				
Přihlašovatel	Spolupracující agentury	Název kampaně	Klient	Umístění
Aktivační marketing				
Ogilvy	EssenceMediacom Praha	Jak Tesco v krizi místo slev vsadilo na loajalitu	Tesco Stores	2. místo
VMLY&R	Mindshare	Talent za 1/4 ceny pro "outsidera" PwC	PricewaterhouseCoopers	2. místo
Publicis Groupe	Saatchi & Saatchi	Česká spořitelna & Visa: Virtuální olympijská aktivace	Visa, Česká spořitelna	3. místo
Publicis Groupe	Saatchi & Saatchi	UniCredit Bank & Visa: Movie Mánie	Visa	3. místo
Digitální marketing				
McCann Prague	B&T agency, Renegadz, Wavemaker	VICHY – Jak zbořit společenské tabu	L'Oréal	2. místo
McCann Prague	REMMARK	VZP – Kolik stojí to nejcennější, co máme?	Všeobecná zdravotní pojišťovna	2. místo

Publicis Groupe	PHD, Saatchi & Saatchi	Ibalgin – Z obyčejného prášku expertem na bolest	Opella Healthcare Czech	3. místo
Dlouhodobé budování značky				
VCCP	Line Art, Carat	Dvě slova, která pomohla transformovat značku	Albert Česká republika	1. místo
Ogilvy		Růst díky novému positioningu? Samozřejmě	Raiffeisenbank	2. místo
McCann Prague	TRIAD	Gambrinus – Spolu a nad věci	Plzeňský Prazdroj	3. místo
Finanční služby				
Boomerang Communication		Změna přístupu a uvažování směrem k lepší efektivitě u leadera trhu	Kooperativa pojišťovna	1.místo
Darwin & the Machines	Bison & Rose	Volač a Klikač okrádají Česko	ČSOB	2. místo
Zaraguz CZ	Publicis Groupe	Starého psa novým kouskům naučíš	ČSOB	3. místo
Kampaně veřejné správy				
McCann Prague	REMMARK	VZP – Kolik stojí to nejcennější, co máme?	Všeobecná zdravotní pojišťovna	2. místo
Media Age		Češi nečekali a začali používat datovku	Ministerstvo vnitra	3. místo
Malý rozpočet				
Svengali Communications		Chytřej výčep	Plzeňský Prazdroj	2. místo
McCann Prague	Hero & Outlaw, MEDIABRANDS CZ	ČAP: Národní den beze spěchu	Česká asociace pojišťoven	3. místo
Nápoje				
Outbreak		Vína zrozená z kusu země, na které jsme všichni vyrostli	Vinařský fond	1. místo
McCann Prague	TRIAD	Gambrinus – Spolu a nad věci	Plzeňský Prazdroj	2.místo
Obsahový/Content marketing				
McCann Prague	Hero & Outlaw, Renegadz	ČAP – Zpomal, ještě je brzo	Česká asociace pojišťoven	1. místo
McCann Prague	B&T agency, Renegadz, Wavemaker	VICHY – Jak zbořit společenské tabu	L'Oréal	2.místo

Wavemaker Czech	Czech News Center	Mně se to stát nemůže – bezpečnější internet pro mladé díky České spořitelně	Česká spořitelna	3. místo
Ostatní služby				
VMLY&R	Mindshare	Talent za 1/4 ceny pro "outsidera" PwC	PricewaterhouseCoopers	1. místo
Ogilvy	EssenceMediacom Praha	Jak Tesco v krizi místo slev vsadilo na lojalitu	Tesco Stores	2. místo
Momentum Czech Republic		DPD – Doručujeme pěkný den	DPD	3. místo
McCann Prague		S aplikací Práce za rohem máte práci v kapse.	LMC	3. místo
Ogilvy	EssenceMediacom Praha, Proboston Creative	Magenta TV se stala hvězdou díky TV ikoně	T-Mobile	3. místo
Potraviny				
DDB	OMD, Follow Bubble, Fame Factory, Stink Films	Burgery, co budí závist	McDonald's ČR	3. místo
PR				
Svengali Communications		#nePINdej!	Česká bankovní asociace	1. místo
Svengali Communications		Chytřej výčep	Plzeňský Prazdroj	2. místo
McCann Prague	Hero & Outlaw, MEDIABRANDS CZ	ČAP: Národní den beze spěchu	Česká asociace pojišťoven	3. místo
Nadace Tipsport	Communications, CCEA MOBA	Skrze město: Měníme veřejný prostor v našich městech k lepšímu!	Nadace Tipsport	3. místo
Sociální, kulturní, ekologický marketing				
McCann Prague	Hero & Outlaw, Renegadz	ČAP – Zpomal, ještě je brzo	Česká asociace pojišťoven	2. místo
Darwin & the Machines	Bison & Rose	Volač a Kličač okrádají Česko	ČSOB	2. místo
McCann Prague	REMMARK	VZP – Kolik stojí to nejcennější, co máme?	Všeobecná zdravotní pojišťovna	2. místo
Sportovní marketing				
AC Sparta Praha fotbal		Na Spartu. Jak jsme dosáhli nejvyšší návštěvnosti za posledních 40 let?	AC Sparta Praha fotbal	2. místo
Spotřební zboží				

McCann Prague		GSK – Nenechte si obrátit život vzhůru nohama	GlaxoSmithKline	1. místo
Publicis Groupe	PHD, Saatchi & Saatchi	Ibalgin – Z obyčejného prášku expertem na bolest	Opella Healthcare Czech	3. místo
McCann Prague	B&T agency, Renegadz, Wavemaker	VICHY – Jak zbořit společenské tabu	L'Oréal	3.místo
Zvláštní ocenění				
Grand Prix Effie 2023				
VCCP	Line Art, Carat	Dvě slova, která pomohla transformovat značku	Albert Česká republika	
Cena SIMAR za nejlepší využití dat a pochopení				
Zaraguza CZ	Zaraguza CZ	Staré, nové, půjčené a modré	ČSOB	
Cena FTV Prima				
Boomerang Communication		Změna přístupu a uvažování směrem k lepší efektivitě u leadera trhu	Kooperativa pojišťovna	
Cena Google za nejlepší využití YouTube ve své kampani				
Ogilvy	EssenceMediacom Praha, Proboston Creative	Magenta TV se stala hvězdou díky TV ikoně	T-Mobile	
Cena ADC za nejvíce kreativní tvorbu				
McCann Prague	REMMARK	VZP – Kolik stojí to nejcennější, co máme?	Všeobecná zdravotní pojišťovna	

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 Global 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.

Více na www.aka.cz

Kontakty pro média:

Simona Křivánková

+420774888895

simona.krivankova@insighters.cz