

TISKOVÁ ZPRÁVA

Shortlist letošních effie je zveřejněn. Nejvíc šancí mají agentury McCann, Ogilvy a PHD Czech

(Praha, 7. října 2024) Effie Czech Republic, kterou pořádá [Asociace komunikačních agentur \(AKA\)](#), dnes na konferenci Forum Media slavnostně odtajnila svůj shortlist pro ročník 2024. Největší zastoupení na něm mají agentury McCann, Publicis a PHD Czech. Nejčastěji zastoupenými klienty v rámci shortlistu jsou Plzeňský Prazdroj, Česká Spořitelna, L'Oréal Česká republika a Vodafone Czech Republic.

Do 27. ročníku soutěže reklamní a marketingové efektivity, [Effie Czech Republic](#), bylo přihlášeno 100 prací. Nezávislá porota složená ze zástupců zadavatelů, komunikačních agentur, mediálních agentur a výzkumných agentur (členů sdružení SIMAR), vybrala shortlist a ocenila „medailemi“ úspěšné práce na společném zasedání 15. října.

Petra Jankovičová, prezidentka AKA, která také společně s **Ondřejem Novákem** moderovala zasedání poroty, nejen k shortlistu, ale i k letošnímu hodnocení zdůrazňuje: „Už samotné umístění na shortlistu Effie představuje významné ocenění. Všechna hodnocení, bodování a postupy poroty se zaznamenávají do časových řad, a díky dlouhodobé práci s daty a neustálému vylepšování soutěže tak eliminujeme zkreslení a osobní preference. Diskuse je rok od roku efektivnější, což nám dovoluje mít přísnější porotu a zároveň kvalitnější přihlášky. A to je pro trh dobrá zpráva. S výzkumnými partnery vyhodnocujeme jak proces hodnocení, tak přihlášky samotné. Tento rok představujeme na [Forum Media](#) exklusivní analýzu přihlášek effie, a to i v evropském kontextu od Kantar. Především bych však ráda poděkovala více než 40 porotkyním a porotcům z řad významných zadavatelů, výzkumných, kreativních i mediálních agentur.“

Z počtu prací v jednotlivých kategoriích vidíme, že některé oblasti byly silnější než jiné, což je signálem nejen pro další rozvoj soutěže v příštích letech, ale také pro zadavatele a agentury působící v těchto segmentech. Vysoký počet kvalitních přihlášek jsme již tradičně zaznamenali v kategorii Digitální marketing a také v kategorii Nápoje, kde je patrné, že v tomto segmentu je dobrým zvykem pravidelně měřit a vyhodnocovat dopady komunikace na značku, její vnímání, a především na prodeje. Zároveň vidíme, že počet kvalitních přihlášek stoupá v kategoriích, jako jsou PR, či aktivační kampaně. Tento trend nám vysílá signál, že má jak Effie, tak trh obecně stále prostor ke zlepšení v dlouhodobém pohledu, což může přinést stabilnější růst a odolnější značky.“

Ondřej Novák, ředitel ASMEA a projektový manažer Effie Czech Republic, k tomu uvádí: „Význam Effie jako poctivého, ale přísného zrcadla českého marketingu stále stoupá. Úroveň přihlášek v soutěži roste, nikoli však lineárně, ale tak říkajíc do nebes. A právě hloubková analýza přihlášek nám dává možnost definovat jejich silné i slabší stránky nejen coby způsob zpětné vazby pro přihlašovatele, ale také jako důležité informace pro trh obecně. Effie totiž

již dávno není „jen“ soutěž, ale stala se platformou pro rozvoj efektivit marketingové komunikace jako takové“.

Garantem kategorie PR je [APRA](#). Garantem výzkumné části je sdružení výzkumných agentur [SIMAR](#). Partnery effe jsou [Google](#), [FTV Prima](#), [IPSOS](#), [Ressolution](#), [Kantar](#), [Wesfield Rise](#) a [Active Radio](#).

Slavnostní předávání cen Effie se uskuteční **14. listopadu v Kině Lucerna** pod taktovkou moderátorské dvojice **Renata Rosendorfská** a **Jan Suda**.

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, již 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:

Kristina Vacková, office@aka.cz, +420 603 867 878

Ondřej Novák, ondrej.novak@asmea.cz, +420 737 258 147