



## TISKOVÁ ZPRÁVA

### Ocenění za kreativitu v Effie Czech Republic: Speciální cena Art Directors Club pro Epickou LEGO výzvu od Kreativ Gangu

Praha (7. listopadu 2024) – [Art Directors Club](#) (ADC) letos ocenil nejkreativnější kampaně v rámci soutěže [Effie Czech Republic](#) speciální cenou za kreativitu. Ocenění je výsledkem spolupráce [Asociace komunikačních agentur](#) (AKA) a ADC. Porota, složená z předních odborníků na kreativní komunikaci, vyzdvihla kampaně, které přinesly nejen výborné obchodní výsledky, ale také originální kreativní řešení. Speciální ocenění za kreativitu si odnesla agentura Kreativ Gang za kampaň *Epická LEGO výzva*, která dokázala oslovit nejen děti, ale i jejich rodiče a spojit ikonickou značku LEGO s fascinujícím světem vesmíru. Cenu odevzdal předseda ADC Miky Karas v rámci Effie stage na konferenci [Forum Media 2024](#).

Vítězná kampaň *Epická LEGO výzva* od agentury Kreativ Gang staví na silné myšlence propojení značky LEGO s vesmírem. Kampani se podařilo vyvolat WOW efekt a emocionálně zasáhnout cílovou skupinu, jíž jsou děti ve věku 6 až 10 let a jejich rodiče. I bez masivní mediální podpory si kampaň vybuodovala virální potenciál díky jedinečné hlavní výhře – 1000 minifigurkám, které se skutečně dotkly vesmíru. Jedná se tak o sběratelskou edici, která má symbolickou hodnotu a připomíná malým vítězům i skutečný příběh. Kreativní strategie s důrazem na silný insight a atraktivní ztvárnění vzbudila zájem zákazníků a získala si pozornost veřejnosti i médií.

Porotce **Marek Uličný**, Associate Creative Director agentury oh my DOT, uvedl: „Kreativní příležitosti jsou všude kolem nás, stačí je objevit s trochou fantazie. *Epická LEGO výzva* je důkazem, že jednoduchý nápad může přinést ohromný úspěch. Myšlenka 'vystřelíme LEGO raketu s posádkou do vesmíru' skvěle rezonovala s cílovou skupinou a přinesla silný PR efekt.“

#### **Best of Creativity: Shortlistované kampaně a ocenění poroty**

**Petra Jankovičová**, prezidentka AKA, která diskusi moderovala, stejně jako zasedání “velké” poroty Effie, k tomuto shortlistu uvádí: “Na shortlist speciální kategorie se dostalo 5 prací z celkového počtu, které už hlavní porota Effie zařadila do svého shortlistu. To znamená, že tyto práce již prošly velmi přísným výběrem ve třech kolech – předkolem, kde výsledky a data ověřovali zástupci výzkumných agentur, online kolem, kde práce získávaly body od porotců na základě přísných kritérií, a nakonec druhým kolem, kde 40 porotkyň a porotců z řad klientů, komunikačních, mediálních a výzkumných agentur tento výběr ještě důkladně korigovalo.”

V kategorii Best of Creativity porota složená z řad předních českých kreativců vybírala přihlášky, které přinášejí výsledky, a zároveň jsou postavené na originálním kreativním nápadu. „Každá z shortlistovaných kampaní byla výjimečná svým přístupem a důrazem na inovativní nápad. Speciální cena za kreativitu je uznáním pro značky a agentury, které se nebojí jít dál a přinést zákazníkům nejen produkt, ale i hodnotný zážitek a inspiraci,“ uvedla Jankovičová.

## Speciální ocenění za kreativitu Art Directors Club Czech republic

|   |                   |                          |
|---|-------------------|--------------------------|
| Boj o vodu přinesl Radegastu průlom na cestě do prémiového segmentu                 | TRIAD Advertising | Plzeňský Prazdroj        |
| Česká asociace pojišťoven - dlouhodobé snižování úmrtnosti, zranění i hmotných škod | McCann            | ČAP                      |
| Effaclar for Gamers: Speed run k 5x vyšším prodejům                                 | Bubble            | L'oreal, La Roche Possay |
| Epická LEGO výhra   | Kreativ Gang      | LEGO                     |
| PILSNER URQUELL zazářil na červeném koberci   | Plzeňský Prazdroj | Plzeňský Prazdroj        |

### Pilsner Urquell a „Nejlepší bublinky ve Varech“ – B&T, IMMINEENT

Tato kampaň, vytvořená pro 57. Mezinárodní filmový festival v Karlových Varech, spojila českou pivní kulturu s filmovou elegancí. Pilsner Urquell zde zaujal tím, že nejexkluzivnější „bublinky“ festivalu nejsou ve sklenici šampaňského, ale v pivní sklenici. Tento chytrý twist, umocněný přítomností herečky Aňy Geislerové v „pivní róbě,“ přinesl kampani obrovský PR zásah.

Kreativní ředitelka agentury WELLEN **Nicole Lypinská** ocenila jedinečnost kampaně a její silný vizuální dojem, který skvěle vystihuje spojení prémiového segmentu a české tradice: „*Nejlepší bublinky ve Varech propojily Pilsner Urquell s prestižním festivalem a spojily pivní kulturu s filmovým světem hvězd. Výsledkem byla výrazná a vizuálně moderní kampaň a zároveň oslava českého piva, která posílila pozici značky v prémiovém segmentu. Se svým inovativním přístupem a velkou myšlenkou si kampaň Nejlepší bublinky ve Varech právem zasloužila místo na shortlistu mezi nejkreativnějšími kampaněmi Effie 2024. Pilsner Urquell dokázal, že umí povýšit svou značku až do světa hvězd a těch pravých bublinek.*“

### Kampaň pro Českou asociaci pojišťoven – McCann Prague

Více než dva roky trvající kampaň měla za cíl snížit následky nebezpečné rychlosti na českých silnicích. Agentura McCann Prague dokázala zpracovat komplikované téma bezpečnosti na silnicích tak, že oslovilo širokou veřejnost. „*Osobně si velmi cením zejména toho, že ani po prvním, silném roce spuštění kampaně agentura ani klient nepolevili a byli schopni doručit stejně zajímavá a exekučně dotažená řešení i v následujících letech, což, jak všichni víme, bývá náročné. Nepodlézt latku, když je nastavena vysoko, je určitě umění a tady se to podařilo,*“ zdůraznil porotce **Michal Pivarčí**, Creative Director agentury Ogilvy.

### Radegast Futur: Boj o vodu v české přírodě – TRIAD Prague

Kampaň značky Radegast upozornila na důležitost ochrany vody a změnu klimatu prostřednictvím piva vyrobeného z atmosférické vlhkosti. Tento inovativní přístup ukázal, že pivovarnictví může být udržitelné, demonstroval nutnost šetřit vodou a také konečně široké veřejnosti ukázal, že pro zadržování vody jako značka skutečně něco dělá. „*Každý pivař ví, že bez vody pivo připravit nejde. Radegast Futur uvařený z atmosférické vlhkosti je unikátní a inovativní demonstrací toho, že produkt, pro něhož je voda alfou omegou, se dokáže zařídit jinak a obejde se bez ní. Takže proč bychom se i my*

nemohli zařídít jinak a naši spotřebu vody taky snížit. Jednoduše pochopitelné, inovativní, bold,” shrnula **Jana Brišová**, Senior Copywriterka agentury Zaraguza.

### L'oreal/ La Roche Possay: Effaclar Speedrun – Bubble

Produktová řada Effaclar přišla s inovativní kampaní, která dokazuje, že i velké značky mohou oslovit specifické komunity hráčů s přesným a efektivním poselstvím. Aktivace „Effaclar Speedrun“ dramatizuje rychlé účinky produktu prostřednictvím formátu speedrunu – herního fenoménu, kde hráči usilují o co nejrychlejší dokončení her. Tento koncept na jedné straně využívá dynamiku herního prostředí, ale také přímo propojuje klíčový benefit produktu Effaclar s oblíbeným herním žánrem, čímž dosahuje silného propojení mezi značkou a herní komunitou.

„Ještě před pár lety byla reklama v gamingu na okraji zájmu. Dnes se i největší značky přetahují o pozornost hráčů. Ale získat pozornost hráčů už nestačí jen gamingovým obsahem. Musíte se trefit přesně do komunity kolem konkrétní hry a využít herních principů,“ uvedl Miky Karas, creative director agentury Engine Room. „Effaclar Speedrun nabízí zdánlivě jednoduché, přesto ale komplexní a skvěle funkční řešení. Tady si prostě kreativita zaběhla stejné kolečko s efektivitou.“

Všem oceněným agenturám a jejich týmům gratulujeme a těšíme se na finální galavečer Effie 14. listopadu v Lucerně.



### O AKA

AKA je profesní asociace sdružující nejvýznamnější subjekty v oblasti komunikace a kreativního průmyslu, a to jak reklamní, kreativní a digitální agentury, tak i agentury z oblasti aktivačního marketingu. 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. Nastavovat a definovat aktuální trendy v branži. O etické standardy komerční komunikace dbá AKA prostřednictvím Rady pro reklamu, již je spoluzakladatelem.

**Kontakt pro média** Kateřina Hruběšová

[katerina.hrubesova@aka.cz](mailto:katerina.hrubesova@aka.cz), +420 777 306 151