

Tisková zpráva

Praha, 24. listopadu 2021

Z obýváku na galavečer. Vyhlášení Effie 2021 se po roční odmlce opět uskutečnilo naživo, cenu Grand Prix si odnesla Ikea s kampaní Za bezpečný domov

Vyhlášení nejvýznamnější marketingové soutěže Effie Awards Czech Republic se po roce opět uskutečnilo před publikem. Na slavnostním galavečeru, který se konal 24. listopadu, rozdali pořadatelé celkem 27 cen, a to ve čtrnácti soutěžních kategoriích včetně dvou speciálních ocenění a Grand Prix.

Z loňského předávání cen z obýváku se letošní předávání Effie přesunulo opět před publikum. Letos se slavnostní předávání cen uskutečnilo ve studiu v pražských Strašnicích, kde CNN Prima News natáčí pořady vlastní tvorby a speciály. Porota složená ze zástupců zadavatelů, komunikačních agentur, mediálních agentur, výzkumných agentur – členů sdružení SIMAR a zástupkyně odborných médií, vybírala vítěze celkem ve čtrnácti různých kategoriích.

Nejvíce umístění na stupních vítězů letos získala agentura **Ogilvy**, následovaná agenturou **McCann Prague**. Ogilvy z osmi nominací na shortlistu výtěžila pět medailí, McCann osm nominací proměnila ve čtyři umístění na stupních vítězů.

„Ročník 2021 měl druhý největší počet přihlášek v novodobé historii soutěže. Obecně musíme uznat, že byly velmi kvalitně zpracované a často se v nich objevoval důraz na sociální odpovědnost,“ komentuje výsledky soutěže Marek Hlavica, ředitel Asociace komunikačních médií (AKA), která je zároveň pořadatelem EFFIE.

Grand Prix Effie získala Ikea

Vyhlášeny byly také speciální ceny. **Grand Prix Effie 2021** vyhlásila speciální porota na místě. Cenu si odnesla agentura **TRIAD Advertising** s kampaní *Za bezpečný domov* pro **Ikea**. *„Letošní volba Grand Prix nebyla snadná. Všechny zlatem oceněné projekty, ze kterých porota Grand Prix vybírá, byly ambiciózní a provázely je prokazatelné výsledky,“* uvádí Hlavica.

V rámci letošní EFFIE byla udělena i cena **SIMAR** za nejlépe zdokumentované výsledky komunikace – *“The Best of Data Performance”*. Právě důkazy o efektivitě kampaní odlišují EFFIE od soutěží kreativity. Cenu získala práce agentury **Media Age** pro **Masarykovu univerzitu** za kampaň **#MUNICHALLENGE** a agentura **Boomerang Communication**, která pro **Plzeňský Prazdroj** vytvořila kampaň *Radegast – Hořkost boží stereotypy*. Tato kampaň brala rovněž první místo i v kategorii **Nápoje**.

Velký úspěch kampaní se společenským dopadem

Speciální **Cenu Art Directors Clubu** za mimořádný kreativní počín získala agentura **TRIAD Advertising** s kampaní pro **IKEA** – *Za bezpečný domov*. Ta byla úspěšná také v kategorii **Sociální, ekologický, kulturní marketing**. O první místo se v této kategorii dělila s iniciativou **Cesta ven**, která pomyslné

zlato dostala za osvětovou národní kampaň na podporu očkování. Za zmínku stojí, že kampaň vznikla spontánně jako reakce marketingové komunity na neschopnost vlády spustit včas profesionální kampaň. „Letos se jednalo o velmi silnou kategorii s kvalitními přihláškami a s nejlépe doloženými výsledky. To je velký posun, protože právě společensky prospěšné kampaně měly v minulosti problémy s prokazatelností dopadů,“ komentuje kategorii Hlavica.

Úspěšné byly kampaně vysokých škol i nová kategorie

Kampaně v kategorii **Veřejné správy** ovládly vysoké školy s cílem přilákat nové studenty. O první místo se dělila již výše zmíněná #MUNICHALLENGE a kampaň *V hlavní roli strojař* agentury **Action Please**, která lákala studenty **Fakulty strojní VŠB-TUO**.

První místo v mladé kategorii **Sportovní marketing** získala agentura **McCann Prague** s kampaní *Chci pískat – náborovka rozhodčích s tahem na bránu*, kterou zpracovala pro **Fotbalovou asociaci České republiky**. Ta samá kampaň brala také druhé místo v kategorii **Aktivační marketing** společně s kampaní #MUNICHALLENGE. Na druhém místě v kategorii **Sportovní marketing** se umístila **AC Sparta Praha** s kampaní *Identita, co stojí za tetování! Sparta*.

Kompletní výsledky EFFIE 2021 naleznete rovněž v příloze a na webu www.effie.cz.

PŘEHLED VÝSLEDKŮ EFFIE 2021

Přihlašovatel	Spolupracující agentury	Název kampaně	Klient	Umístění
KATEGORIE AKTIVAČNÍ MARKETING				
McCann Prague		Chci pískat - náborovka s tahem na bránu	Fotbalová asociace České republiky	2. místo
Media age		#MUNICHALLENGE přilákala nové studenty	Masarykova univerzita	2. místo
TRIAD Advertising	Stink Films, Bison&Rose, WAVEMAKER Czech	Výkopná: kde se hraje, tam to žije	Plzeňský Prazdroj	3. místo
KATEGORIE ART DIRECTORS CLUB				
TRIAD Advertising		Za bezpečný domov	IKEA	1. místo
KATEGORIE DIRECT MARKETING				
Wunderman Thompson		Hyperpersonalizace e-mailingu ve videu	innogy Energie	3. místo
KATEGORIE DLOUHODOBÉ BUDOVÁNÍ ZNAČKY				
Zaragoza CZ		Koncept, se kterým můžete počítat	ŠKODA AUTO	1. místo
Momentum Czech Republic		Repositioning značky Bohemia Energy	Bohemia Energy	2. místo
KATEGORIE FINANČNÍ SLUŽBY				
McCann Prague		Air Bank půjčky aneb Vyhrát se dá i férově	Air Bank	1. místo

Ogilvy	Mindshare, H1	Hello bank trhu navzdory prodala víc úvěrů	Hello bank!	3. místo
Zaragoza CZ	Publicis Groupe	Koncept, který úspěšně vychytil mouchy	ČSOB	3. místo
KATEGORIE KAMPANĚ VEŘEJNÉ SPRÁVY				
Action Please		V hlavní roli strojař	Fakulta strojní VŠB-TUO	1. místo
Media age		#MUNICHALLENGE přilákala nové studenty	Masarykova univerzita	1. místo
KATEGORIE MALÝ ROZPOČET DO 1 MILIONU KORUN				
Digital Deers		Buket – předplatné vína	Vinařství Petr Skoupil	1. místo
McCann Prague		Air Bank: Jak vyloupnout rekordní kampaň	Air Bank	3. místo
KATEGORIE NÁPOJE				
Boomerang Communication		RADEGAST RATAR – HOŘKOST BOŘÍ STEREOTYPY	Plzeňský Prazdroj	1. místo
Wavemaker Czech		Gambrinus 11_Dynamická aktivace	Plzeňský Prazdroj	3. místo
KATEGORIE OBSAHOVÝ/CONTENT MARKETING				
Boomerang Communication		Newsroom LMC-zvedl obor i zájem o produkty	LMC	2. místo
KATEGORIE OSTATNÍ SLUŽBY				
YYY agency	Bumerang Film, UnicornsLab	Online terapie Hedepy: z nuly na 34% SoM	Hedepy	3. místo
KATEGORIE POTRAVINY				
Ogilvy		Margot dala sílu zvrátit klesající trend	Nestlé Česko	1. místo
Ogilvy		Nutrend - od svalovců k běžným lidem	NUTREND D.S.	3. místo
KATEGORIE PR				
Ogilvy		Dejte kostičky LEGO dospělým do rukou	LEGO Trading	2. místo
KATEGORIE SIMAR				
Boomerang Communication		RADEGAST RATAR – HOŘKOST BOŘÍ STEREOTYPY	Plzeňský Prazdroj	1. místo
Media age		#MUNICHALLENGE přilákala nové studenty	Masarykova univerzita	1. místo
KATEGORIE SOCIÁLNÍ, EKOLOGICKÝ A KULTURNÍ MARKETING				
Iniciativa Cesta ven		Cesta ven – Udělejme tečku za koronavirem	ARA´s	1. místo
TRIAD Advertising	Bistro Films, Dentsu, Ogilvy	Za bezpečný domov	IKEA	1. místo
KATEGORIE SPORTOVNÍ MARKETING				

McCann Prague		Chci pískat - náborovka s tahem na bránu	Fatbalová asociace České republiky	1. místo
AC Sparta Praha	2Score, Go4Gold	Identita, co stojí za tetování! Sparta.	AC Sparta Praha	2. místo
KATEGORIE SPOTŘEBNÍ ZBOŽÍ				
Follow Bubble		Malí odborníci radí, čím si čistit zuby	Philips Oral Health Care	2. místo
Leo Burnett		ŠKODA - Vždy víte, za co a kolik platíte	ŠKODA AUTO	3. místo
Ogilvy		LEGO MARIO Time pro děti i rodiče	LEGO Trading	3. místo

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.

Více na www.aka.cz

Kontakty pro média:

David Vondra

+420 776 700 131

david.vondra@insighters.cz