

# Do EFFIE sa vrátilo ZLATO

A to obrazne i doslova. Nové pravidlá priniesli súťaž EFFIE nielen väčšiu objektivitu hodnotenia, ale po deviatich rokoch i dve Zlaté EFFIE.

**Martin Mazag**

**B**ez preháňania možno konštatovať, že priebeh a najmä výsledky 9. ročníka národnej súťaže efektivity v reklame EFFIE Slovakia 2007 sprevádzali veľké očakávania. Dôvodom nebola nedostatočná príprava. Naopak, hneď po skončení predchádzajúcej EFFIE vyplynula pre KRAS otázka jej budúceho smerovania. Ako ďalej s pravidlami spôsobujúcimi málo diferencované hodnotenie? Ako sa vysporiadať s nekonzistentným hodnotením poroty? Aj to boli problémy, na ktoré bolo treba hľadať riešenia.

Preto sa približne pred rokom na pôde KRAS-u vytvorila neformálna skupina zástupcov agentúr, ktorí sa podujali navrhnuť nový štatút. Jej jadro tvorili Robert Weber (MUW Saatchi&Saatchi), František Toman a neskôr aj Pavol Minár (obaja Istropolitana D'Arcy) či Aleš Kohút (Mayer/McCann Erickson). Na desiatkach stretnutí tak vznikali nové pravidlá (podrobnejšie Stratégie 4/2007), ktorých cieľom bolo spojiť výhody štatistického systému (s eliminovaním všetkých subjektívnych zásahov známych z minulosti EFFIE) s etablovaním kvalitnej, širšej poroty, ktorej garantom sú nominujúce strany (KRAS, SAVA, AMA). Zásadnou



**Z rúk predsedu poroty EFFIE Slovakia 2007 Aleša Kohúta (vpravo) preberá Zlatú EFFIE za interaktívny rebranding T-Com-u Daniel Sloboda zo Slovak Telekomu za asistencie Martina Poláka (vľavo) a Pavla Minára (v strede).**



**Druhá Zlatá EFFIE patrí tiež Istropolitane D'Arcy a jej klientovi Syrárniam Bel Slovensko. Sprava Eva Petrášová, Senior Brand Manager a Patrick Gantier, Marketing Director. Gratuluje aj Zuzana Ďurčeková (VACULIK ADVERTISING), členka poroty tohto ročníka EFFIE.**

novinkou EFFIE 2007 bolo osobitné hodnotenie každej časti briefu, ktoré mali v celkovom hodnotení určené váhy. Zjednoteniu hodnotiacich kritérií mal zasa napomôcť tzv. manuál pre porotcov, v ktorom nechýbali konkrétne otázky na dôležité aspekty hodnotenia súťažných prác.

## Priebeh hodnotenia

Zrejme aj prípravy na EFFIE 2007 prispeli k tomu, že tento ročník mal rekordných 20 prihlásených prác (vlani 17) od 8 agentúr, pričom nechýbali ani práce nekrasových agentúr (okrem Publicis.Knut aj agentúra DLM Slovakia). Tohtoročná EFFIE bola súťažou telekomunikácií (9 prác) a finančných služieb (7). Len dve práce patrili do kategórie nefinančných služieb a po jedinej práci boli zastúpené kategórie Rýchloobrátkový tovar a Dobročinný marketing.

Hodnotiaci proces prebehol nečakane hladko. Najskôr individuálne štúdium briefov, potom stretnutie poroty a diskusia o kvalitách a slabínach príspevkov. Potom nasledovalo individuálne hodnotenie každého porotcu a na záver druhej stretnutie poroty, na ktorom už porota rozhodovala o schválení výsledkov. Možné posunutie kvartilov,

## Hlasovanie porotcov na EFFIE 2007

NÁZOV KAMPANE	Hrivnáková 02	Štulrajter DICIÓ	Kohút Mayer/ McCann-Erickson	Gogolák T-Com	Kontra Wiktor Leo Burnett	Podstupka Trend	Kobár OMD	Šimek TNS	Ďurčeková VACULIK ADVERTISING	Pokorný Unimedia	Kudrý Universal McCann	Hříchová AKO	Mazag Stratégie	Ziman FUN Rádio	Minár Istropolitana D'Arcy	Weber MUW Saatchi&Saatchi	SPOLU
Karička.To najlepšie od mamy.	88	71	64	100	87	78	74	76	81	82	61	72	59	95	96	64	1248
Dôvera - relaunch značky, akvizícia	75	58	32	6	39	61	61	49	30	84	72	71	27	37	80	76	858
Rebranding Terno na Fortuna SK	40	78	67	51	59	81	35	60	34	66	61	60	21	11	19	51	794
Union zdravotná poisťovňa	63	85	61	6	88	61	57	60	70	78	86	41	75	62	80	60	1033
Rodinná Flexipôžička vám vráti až 3%	88	71	53	100	65	72	60	61	50	78	66	51	47	88	88	56	1094
VÚB Flexiúčet	80	69	57	51	57	53	52	54	46	94	69	48	56	54	66	56	962
Zaistené fondy II.	58	76	64	51	80	78	52	61	88	76	81	83	44	59	79	61	1091
Business úver express	47	75	58	6	70	69	40	71	64	68	37	85	29	1	4	62	786
Víťazná energia	54	72	36	6	76	58	38	55	37	77	37	58	25	1	48	41	719
Dúbravka má nového zubára.	87	70	71	100	56	64	59	37	32	94	58	60	20	93	95	46	1042
T - Mobile Family internet	81	65	59	51	34	71	37	53	75	75	45	67	21	1	4	49	788
T-Com Vianočné paušály	78	60	59	85	69	78	57	66	59	89	66	67	37	78	82	58	1088
Rebranding T- Com	90	63	59	100	83	72	79	87	85	92	52	81	62	98	99	84	1286
Rýchlosť rozhoduje	79	68	72	85	66	69	55	61	62	82	66	60	40	86	83	49	1083
Doma UNI	68	57	71	100	55	87	56	49	57	83	66	69	80	68	58	43	1067
ORANGE - Paušál 0 Sk	60	64	58	51	51	67	49	53	54	63	54	31	25	1	4	64	749
Q-tinka	87	75	64	6	79	77	49	54	42	95	70	59	73	66	92	48	1036
02 Jednotka	53	51	27	51	28	84	60	23	24	65	85	28	20	1	44	43	687
Rezervácia internetu	68	78	84	51	64	60	57	56	78	64	43	54	54	47	31	58	947
Dobry anjel	22	78	18	6	79	82	22	0	30	0	42	48	34	70	30	36	597
<b>Spolu</b>																	<b>18955</b>

Benchmark ročníka (18955/20 = 947,75)

Zdroj: KRAS, 2007



Bronzovú EFFIE za kampaň Zaistené fondy II. pre Tatra banku prišli z rúk Kamily Hřichovej (zľava - agentúra AKO) prebrať Lucia Štefanková, Deputy Strategic planning director a Marcela Paráková, obe VACULIK ADVERTISING.



Kampaň na zavedenie zdravotnej poisťovne UNION získala v EFFIE Slovakia 2007 nomináciu, ktorú si od prezidentky KRAS-u Elen Štefančíkovej (vpravo) prevzala Katarína Adamkovičová, account manager Wiktor Leo Burnett.

ktoré umožňujú korigovať prípadné nedokonalosti štatistiky, porota tento rok nevyužila.

Isté problémy nastali s porotou. Z 19 členov nominovaných do poroty sa procesu hodnotenia nezúčastnili až traja: Jozef Barta (UniCredit), Elena Labská VŠ EU, obchodná fakulta a výsledky neodovzdal tiež Daniel Bradáč (Orange). To je pomerne citelné oslabenie poroty, ktoré nedokázalo ovplyvniť ani to, že nominovaní porotcovia svoju účasť v porote vopred potvrdzujú.

## Dve zlaté EFFIE

Aj z pohľadu výsledkov mala tohtoročná EFFIE jednoznačný priebeh. S veľkým náskokom obsadili prvé dve priečky dve kampane Istropolitany D'Arcy: rebranding T-Com-u (1286 bodov) a kampaň „Karička – To najlepšie od mamy“ (1248 bodov). Po krátkej diskusii – vtedy ešte anonymného poradia – sa porota zhodla na tom, že v tomto ročníku budú udeľené dve Zlaté EFFIE, ktoré prichádzajú po neuveriteľných 9 rokoch absencie najvyššieho ocenenia. S dvojnásobným zlatom, štvoricou bronzových EFFIE a tromi nomináciami sa Istropolitana D'Arcy stala najúspešnejšou agentúrou v histórii tejto súťaže na Slovensku. Bronz získala tiež agentúra VACULIK ADVERTISING za kampaň Zaistené fondy II. (Tatra banka) a shortlist patrí agentúre

Wiktor Leo Burnett za kampaň pre zavedenie novej značky Union ZP.

Celková úroveň briefov bola uspokojivá, i keď v nich bolo možné nájsť obvyklé nedostatky: nedostatočný popis situácie na trhu, nedostatočné alebo podozrivo stanovené marketingové či komunikačné ciele, nepresnosti v údajoch prieskumov či dokonca nedostatočne popísané výsledky. Jedinou otázkou v kontexte pravidiel bola diskusia o spornej pôvodnosti kampane O2. Štatút hovorí o tom, že „prihlásené kampane musia obsahovať pôvodný koncept marketingovej stratégie“. Či túto podmienku kampaň O2 naozaj spĺňa vie zrejme len manažment O2. Táto otázka však naznačila, na čo bude treba v pravidlách ešte precizovať. Organizátor EFFIE má obmedzené možnosti na to, aby v prípade potreby, napríklad pri ocenení takejto práce, jej pôvodnosť skúmal.

## O čom možno diskutovať?

EFFIE 2007 prebehla hladko, bez vážnejších problémov a všetci zainteresovaní sa zhodujú na tom, že systém nových pravidiel je nastavený dobre. Ako po každej súťaži, tak i po tomto ročníku sa dá diskutovať o možných zlepšeniach. Napríklad o tom, vyriešiť to, že hodnotenia jednotlivých častí briefu neraz v súčte generujú výsledok, ktorý nezodpovedá subjektívnemu vnímaniu hodnotenej práce

porotcom. Či sa to dá riešiť nejakým zastrešujúcim kritériom alebo sa s tým musí popasovať každý porotca individuálne, ukáže až ďalšia diskusia o prípadnej inovácii pravidiel.

Prax poroty tiež ukazuje, že porotcovia, ktorí majú k hodnotenej práci nejaký vzťah, majú voči ostatným prihlasovateľom výhodu možnosti vstúpiť do diskusie či dovysvetliť kontext vlastnej práce. Porota preto odporúča zvážiť možnosť osobných prezentácií prihlasovateľov. Vôľa organizátorov existuje, predmetom diskusie bude teda zrejme najmä rozsah, forma a nároky na logistiku. Ďalšou témou debaty bude zrejme aj porota. Kým podľa reakcií odbornej verejnosti sa zdá, že ku hodnoteniu jednotlivých porotcov neboli tento rok zásadnejšie výhrady, problémom sa skôr stáva disciplína a účasť. Traja chýbajúci porotcovia tohto ročníka sú vážnym mementom, ktoré – ak by táto tendencia pokračovala – by mohlo v krajnom prípade nastoliť až otázku relevantnosti výsledkov. Pre budúci ročník tiež stojí pred organizátormi úloha, ako priblížiť a spro-pagovať EFFIE aj novým klientom či agentúram a presvedčiť ich, že táto súťaž nie je len o veľkých klientoch a miliónových rozpočtoch, ako to napríklad tento rok dokázala zubná ambulancia, ale predovšetkým o ná-pade a schopnosti za málo peňazí vyhrať súboj s konkurenciou. ●

## Výsledky EFFIE Slovakia 2007

Poradie	Agentúra	Kampaň	Klient	Bodový priemer	Počet bodov (spolu)	Ocenenie
1.	Istropolitana D'Arcy	Interaktívny rebranding T-Com	Slovak Telekom	80,375	1286	Zlatá EFFIE
2.	Istropolitana D'Arcy	Karička. To najlepšie od mamy.	Syráreň Bel Slovensko	78,00	1248	Zlatá EFFIE
3.	Istropolitana D'Arcy	Rodinná Flexipôžička vám vráti až 3%.	VÚB Banka	68,375	1094	Bronzová EFFIE
4.	VACULIK ADVERTISING	Zaistené fondy II.	Tatra Banka	68,187	1091	Bronzová EFFIE
5.	Istropolitana D'Arcy	T-Com Vianočné paušály	Slovak Telekom	68,00	1088	Bronzová EFFIE
6.	Istropolitana D'Arcy	4G internet - Rýchlosť rozhoduje	Slovak Telekom	67,687	1083	Bronzová EFFIE
7.	Istropolitana D'Arcy	Doma UNI	Slovak Telekom	66,687	1067	Bronzová EFFIE
8.	Istropolitana D'Arcy	Dúbravka/Karlovka má nového zubára.	Dental Care	65,125	1042	shortlist
9.	Istropolitana D'Arcy	Q-tinka	Zoznam	64,75	1036	shortlist
10.	Wiktor Leo Burnett	Zavedenie novej značky zdravotnej poisťovne	Union ZP	64,562	1033	shortlist
11.	Istropolitana D'Arcy	VÚB Flexiúčet	VÚB Banka	60,125	962	shortlist

Zdroj: KRAS, 2007

**REDA**  
ISO 9001:2001

PRÍJMEME  
OBCHODNÍKOV

PRÍJMEME  
OBCHODNÍKOV

PRÍJMEME  
OBCHODNÍKOV

REDA s.r.o.,  
spoločnosť s pevnou  
pozíciou na trhu  
reklamných  
predmetov,  
rozširuje obchodný  
tím.

Ak máte záľubu  
v obchodovaní, ste  
ambiciózny,  
kreatívny  
a schopný prevziať  
zodpovednosť,  
potom hľadáme  
práve Vás.

Kliknite pre  
viac info na  
[www.reda.sk](http://www.reda.sk)

PRÍJMEME  
OBCHODNÍKOV

PRÍJMEME  
OBCHODNÍKOV