

Embargo komunikacyjne do 5 listopada, godz. 21:30

Znamy zwycięzców jubileuszowej 25. edycji Effie Awards Poland

Ponad 200 ekspertów i ekspertek z 14 grup jurorskich oceniło projekty zgłoszone w 27 kategoriach, pracując pod przewodnictwem Ewy Szmidt, Prezeski Empik. Jury wyróżniło nominacją 29 prac, przyznało 63 nagrody w tym 34 brązy, 25 sreber i 4 złota.

Ranking najwyżej ocenianych Marketerów/Marek prezentowany na Effie liczy się do nagrody Marketing Master jaką SAR wręczy w tym roku po raz pierwszy.

Według ekspertów Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR rynek reklamowy w Polsce odpowiada za co najmniej 3% PKB kraju, co pokazuje skalę działań marketingowych i komunikacyjnych w Polsce i wpływ środowiska komunikacji i branży kreatywnej na rozwój gospodarczy Polski. Konkurs Effie Awards to najważniejsze wydarzenie branżowe nagradzające najbardziej liczące się pod względem efektywności działań firmy, zarówno klientów, jak i agencje komunikacyjne dla nich pracujące. Śledząc pojawiające się nowe kategorie i zgłaszane do nich projekty można prognozować, w jakim kierunku ewoluuje komunikacja i jakie trendy mają na nią wpływ. W tym roku światowy trend wskazujący konieczność stosowania AI w komunikacji i biznesie znalazł swoje miejsce również w polskiej edycji konkursu w nowej kategorii, gdzie zgłaszano tego typu projekty.

Złote statuetki Effie Awards 2024 otrzymali autorzy kampanii i rozwiązań biznesowych:

- w kategorii Brand Experience – *Żabka. Żabu* – Żabka, 180heartbeats + Jung von Matt;
- w kategorii Long Term – *Łomża. W swoim tempie* – Van Pur, Brasil, EssenceMediacom;
- w kategorii PR & Employer Branding – *Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN. Z dwóch stron muru* – Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, Saatchi & Saatchi, MSL, Leo Burnett, Prodigious, Zenith;
- w kategorii Smart Budget – *Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN. Z dwóch stron muru* - Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, Saatchi & Saatchi, MSL, Leo Burnett, Prodigious, Zenith.

W tegorocznej edycji konkursu nie przyznano Grand Prix.

Na zakończenie Gali pokazano rankingi agencji komunikacyjnych i firm nagrodzonych w Effie.

Ranking 25-lecia konkursu Effie w Polsce:

- Agencja 25-lecia – DDB Warszawa,
- Agencja Mediowa 25-lecia – Starcom
- Firma 25-lecia – ING Bank Śląski

**Ranking 2024 r.:**

- Agencja 2024 r. – DDB Warszawa
- Agencja Mediowa 2024 r. – Starcom
- Firma 2024 r. – Grupa Maspex

Warto dodać, że od 2024 roku SAR honoruje najbardziej wszechstronnych marketerów wyznaczających standardy dla całej branży komunikacji marketingowej nagrodą Marketing Master. O miejscu w rankingu zadecyduje suma punktów z konkursów: KTR, Effie, oraz Innovation.

To kolejny bardzo ważny krok dla SAR i środowiska marketingowego w budowaniu dialogu i rozwijaniu partnerstwa agencji z marketerami. Ranking ocenia ich pod kątem osiągnięć w trzech kluczowych konkursach. Im więcej zwycięstw, tym wyższa pozycja. Dzięki takiemu podejściu wyróżniamy marketerów, którzy tworzą spójne i skuteczne kampanie marketingowe, podkreślając znaczenie holistycznego podejścia do biznesu – komentuje Marcin Gaworski, prezes Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR.

W każdej edycji konkursu Effie podkreśla się szczególną wagę nominacji – już sama nominacja to ogromne wyróżnienie, które przekłada się na sukces w branżowych rankingach i stanowi uznanie ze strony Kapituły. Proces oceny przebiegał transparentnie w trzech etapach, a nad jego prawidłowością czuwał audyt prawny. Aby zapewnić najwyższe standardy, w głosowaniach wyłączono osoby powiązane z kampaniami oraz poproszono o wstrzymanie się od głosu przedstawicieli konkurencyjnych projektów.

Pełną listę nagrodzonych można zobaczyć na stronie internetowej konkursu www.effie.pl.

W tym roku swoim zaangażowaniem Effie Awards Poland wspierają:

Sponsorzy Strategiczni: Onet, Salesforce, TikTok, TVN Media

Sponsorzy Wspierający: Adform, AMS, Media&Leads, Meta, YouTube

Partnerzy: Ipsos, KINADS, Maczfit, SentiOne, Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie

Gospodarz Gali: Teatr Wielki – Opera Narodowa

Partnerzy Gali: 1664 Blanc, Ballantine's, Jacob's Creek, Ostoya

Patroni Branżowi: IAA Polska, Polska Organizacja Reklamodawców POR, PTBRiO

Audytory Prawny: Kancelaria SKP Ślusarek Kubiak Pieczyk

Partnerzy Kreatywni: Freundschaft, Starcom

Patroni Medialni: Business Insider, Forbes, KampanieSpołeczne.pl, Marketer+, Marketing przy Kawie, NOIZZ, NowyMarketing.pl

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR zostało założone w 1997 r. Organizacja zrzesza firmy, które tworzą efektywną komunikację marketingową, jest to obecnie 138 podmiotów: agencje full service, agencje

The SAR logo consists of the lowercase letters 'sar' in a bold, black, sans-serif font, followed by three red dots arranged vertically.

effieAWARDS
POLAND

mediowe, agencje brand design & consulting, agencje eventowe, agencje interaktywne, domy produkcyjne i agencje AdTech. Jednym z głównych zadań SAR jest promocja oraz animacja środowiska reklamowego w Polsce oraz tworzenie warunków do wymiany doświadczeń i wiedzy pomiędzy podmiotami działającymi na rynku. Ponadto działalność SAR obejmuje opracowywanie, systematyzowanie i popularyzowanie standardów przetargowych oraz dobrych praktyk biznesowych, organizowanie szkoleń, seminariów i edukowanie kadr, a także prowadzenie badań branżowych. Oprócz tego SAR wraz Polską Konfederacją Pracodawców Prywatnych (Związek Mediów i Reklamy) prowadzi lobbing wokół prawa reklamy. Stowarzyszenie jest organizatorem wyznaczających standardy reklamowe konkursów i związanych z nimi konferencji: Effie Awards, Innovation Award i KTR. Od 1999 r. SAR jest członkiem European Association of Communications Agencies (EACA). W Polsce SAR jest przedstawicielem międzynarodowego konkursu Cannes Lions. www.sar.org.pl

Kontakt dla mediów:

Anna Zimecka

Director of Innovation and Operational Excellence SAR

k +48 602 302 963

e-mail: anna.zimecka@sar.org.pl