

μάτζικ!

Έν' γκραντ εφφ' κι έν' χρυσουό

SPOT JWT  **vodafone**

TODAY

BUSINESS



ΗΜΕΡΗΣΙΟ NEWSLETTER MARKETING & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΕΜΠΤΗ 13 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2012 #3544

Grand Effie στην καμπάνια «Κίτσος»

SPOT JWT ΚΑΙ VODAFONE ΟΙ ΜΕΓΑΛΟΙ ΝΙΚΗΤΕΣ



Με μεγάλους νικητές τις εταιρείες **Spot JWT** και **Vodafone**, που κέρδισαν το Grand Effie για την καμπάνια «Κίτσος», ολοκληρώθηκε η **Τελετή Απονομής των Effie Hellas 2012**. Η μεγάλη γιορτή της αποτελεσματικότητας πραγματοποιήθηκε χθες στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, Αίθουσα Βαγκντ, και στο πλαίσιο της απονεμήθηκαν βραβεία στις 17 πιο αποτελεσματικές καμπάνιες επικοινωνίας της διετίας 2010-2011. Η Spot JWT ήταν η εταιρεία επικοινωνίας που απέσπασε τις περισσότερες διακρίσεις (4), ενώ επιτυχημένη κρίνεται και η παρουσία των **Bold Ogilvy** (3 διακρίσεις), **OgilvyOne** (2) και **Lowe Athens** (2). Όσον αφορά τους πελάτες, **Vodafone** και **Kraft Foods (Mondelez)** αποχώρησαν από το Μέγαρο Μουσικής με 3 Effies, ενώ **Δέλτα** και **Cosmote** κατέκτησαν από δύο βραβεία.

Μόνη διέξοδος στην ύφεση

Κάτι παραπάνω από αντίδοτο στην ύφεση χαρακτήρισε την αποτελεσματική επικοινωνία η **Πρόεδρος της Οργανωτικής Επιτροπής των Effie Hellas 2012** κυρία **Ειρήνη Νικολοπούλου**: «Τα EFFIE HELLAS 2012 βραβεύουν και φέτος τη στρατηγική και τις ιδέες που οδηγούν σε πραγματικά αποτελέσματα. Στη σημερινή ελληνική πραγματικότητα η αξία τους αποκτά πολλαπλή σημασία. Σε ένα υφεσιακό περιβάλλον η διαφήμιση και η επικοινωνία, ως υπηρεσία με σχεδόν 100% ελληνική προστιθέμενη αξία, αναδεικνύουν τη

Effie Hellas 2012-Η κατάταξη των εταιρειών

	Grand	Gold	Silver	Bronze	ΣΥΝΟΛΟ
SPOT JWT	1	1	2		4
BOLD OGILVY		1	1	1	3
OGILVYONE WORLDWIDE ATHENS		2			2
LOWE ATHENS			1	1	2
CREAM			1		1
ASSET OGILVY				1	1
UPSET!				1	1
DDB			1		1
PROXIMITY ZZ.DOT			1		1
MINDWORKS			1		1
SOHO SQUARE				1	1

στρατηγική σημασία της για την επιβίωση των επιχειρήσεων που επενδύουν σε αυτήν. Αυτό σημαίνει συντήρηση χιλιάδων θέσεων εργασίας στις εταιρείες επικοινωνίας, στην παραγωγή, στην έρευνα αγοράς, στα MME. Η διοργάνωση των EFFIE HELLAS 2012 έρχεται την κατάλληλη στιγμή να



Η Πρόεδρος της Οργανωτικής Επιτροπής των Effie

μας θυμίζει ότι υπάρχει διέξοδος, υπάρχει και ο άλλος τρόπος αντιμετώπισης της κρίσης. Μέσα σε ένα κλίμα γενικότερης αβεβαιότητας, παράλυσης και αναποφασιστικότητας, ένας ολόκληρος κλάδος σε πείσμα των καιρών, βάζει τον πήχη ψηλά και συνεχίζει. Ένας κλάδος που συνεχίζει να αγωνίζεται, να δεσμεύεται απέναντι στο αποτέλεσμα, να βάζει στόχους και να τους επιτυγχάνει. Αυτό είναι το φετινό μήνυμα των EFFIE HELLAS προς την πολιτεία, την κοινωνία και τον επιχειρηματικό κόσμο. Η αποτελεσματική επικοινωνία σήμερα δεν είναι απλά αντίδοτο, είναι η μόνη διέξοδος στην ύφεση».

Ανάγκη για ισονομία

Από την πλευρά του ο Πρόεδρος της Ένωσης Εταιριών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδος (ΕΔΕΕ) κ. Δημήτρης Γ. Μαύρος ανέφερε ότι «ο θεσμός των EFFIEs αποκτά βαρύνουσα σημασία, γιατί σε μικρογραφία μάς ευαισθητοποιεί για τη συμβολή της επικοινωνίας στην ανάπτυξη των μαρκών, της κλαδικής δραστηριότητας και, κατ' επέκταση, στην ανάπτυξη του συνόλου της οικονομίας μας», ενώ εισήγαγε και μια ακόμη παράμετρο όσον αφορά τα παραπάνω: «Ας το έχουν κατά νου οι πολιτικοί μας όταν πρέπει να πάρουν αποφάσεις που επηρεάζουν τον κλάδο της επικοινωνίας. Η διαφή-

Effie Hellas 2012-Κατάταξη διαφημιζομένων

Διαφημιζόμενος	Grand	Gold	Silver	Bronze	ΣΥΝΟΛΟ
Vodafone	1	1	1		3
Kraft Foods		2		1	3
ΔΕΛΤΑ			2		2
Cosmote		1	1		2
Hellas on Line				1	1
Alpha Bank			1		1
Interamerican				1	1
ALBA Κολλέγιο Διοίκησης			1		1
Γερμανός & Cosmote			1		1
Rolo Pack				1	1
This is Athens			1		1
Public				1	1

Τάκης Λιαρμακόπουλος

Vice President COO Spot JWT

Οι χαρές της ζωής



«Σήμερα είναι μία ημέρα ξεχωριστή, καθώς είναι μέρα κατά την οποία καιρόμαστε με τις χαρές της ζωής. Και με τον όρο χαρές της ζωής εννοώ τις επιτυχίες, τη σύμπνοια, την ομαδικότητα και κυρίως τη δουλειά μας, η οποία για μας τους ανθρώπους του χώρου είναι ό,τι πιο όμορφο υπάρχει και αξίζει προσοχής και προστασίας. Θα ήθελα να ευχηθώ ο χώρος μας να συνεχίσει να παράγει με την ίδια συχνότητα τόσο καλές δουλειές».



Υβέτ Κοσμετάτου

Marketing Comms & Insights Senior Manager Vodafone

Έμπνευση από την ελληνικότητα



«Είναι πολύ μεγάλη η ικανοποίηση για κάθε marketer όταν βλέπει τη δουλειά και τις προσπάθειές του να επιβραβεύονται. Σήμερα όμως ειδικά είμαστε διπλά ικανοποιημένοι, καθώς κατακτήσαμε το Grand Effie, ένα βραβείο που συνδυάζει τη δημιουργικότητα με την αποτελεσματικότητα. Η σημερινή μας βράβευση αποκτά ακόμη μεγαλύτερη αξία, καθώς και οι 93 δουλειές που συμμετείχαν ήταν πραγματικά σε εξαιρετικά υψηλό επίπεδο. Στο σημείο αυτό θα ήθελα να σημειώσω πως ειδικά σε περιόδους σαν την παρούσα για την Ελλάδα, είναι εξαιρετικά σημαντικό η έμπνευση και η δημιουργικότητα που πηγάζουν από την ελληνικότητα του Κίτσου και της Τασούλας να ξεχωρίζουν και να επιβραβεύονται».



μιση στην Ελλάδα ως οικονομική λειτουργία η οποία επηρεάζει το σύνολο της ιδιωτικής οικονομίας και αποτελεί πολλαπλασιαστή των δημοσιονομικών εσόδων, είναι πλέον ανάγκη να αντιμετωπιστεί από το ελληνικό κράτος με όρους ισονομίας, αλλά και με τον ίδιο τρόπο που αντιμετωπίζεται σε όλη την Ευρώπη» υπογράμμισε.

Η αξία των ανθρώπων

Στον παράγοντα «Άνθρωπος» στάθηκε ο Πρόεδρος του **Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)**, κ. **Γρηγόρης Αντωνιάδης**: «Ο θεσμός των Effie Awards είναι ένας από τους πιο επιτυχημένους στο χώρο μας ακριβώς γιατί στηρίζεται σε ανθρώπους. Στους ανθρώπους του marketing, της επικοινωνίας, τους διαφημιζόμενους και τους διαφημιστές, που βρίσκονται πίσω από τα έργα. Ανθρώπους οι οποίοι -σήμερα περισσότερο παρά ποτέ- καλούνται να είναι ακόμη πιο στρατηγικοί, πιο δημιουργικοί, πιο καινοτόμοι στην καθημερινότητά τους».

Οι ιδέες έχουν βαρύνουσα σημασία

Την εκδήλωση των Effie Hellas τίμησε με την παρουσία του και ο **υφυπουργός Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων** κ. **Αθανάσιος Σκορδάς**, ο οποίος δήλωσε ότι «αισθάνομαι πολύ χαρούμενος καθώς βρίσκομαι σήμερα ανάμεσα σε ανθρώπους οι οποίοι χωρίς αμφιβολία είναι αποτελεσματικοί. Χαίρομαι επίσης ιδιαίτερα καθώς τα συγκεκριμένα βραβεία αφορούν την αποτελεσματικότητα και όχι απλά τη δράση. Έχω την πεποίθηση πως οι ιδέες σήμερα έχουν βαρύνουσα σημασία, πόσο μάλλον οι ιδέες που βραβεύονται. Οι εξαιρετικές ιδέες είναι αυτές που έχουν τη δυναμική να επαναπροσδιορίσουν την πορεία της χώρας. Θα ήθελα να δηλώσω απερίφραστα ότι σήμερα, ειδικά

με την κρισιμότητα των καταστάσεων που περνά η χώρα αλλά και η οικονομία της, η εξωστρέφεια αποτελεί μονόδρομο. Γνωρίζω επίσης πόσο βαθιά έχει πληγεί ο χώρος της επικοινωνίας και της διαφήμισης από την κρίση, αλλά θα ήθελα να ξέρετε πως αισθητή μου είναι ότι έχουμε ανέβει το μεγαλύτερο κομμάτι της ανηφοράς και η εικόνα της χώρας σταδιακά αποκαθίσταται».

Η δύναμη της ιδέας και η αλλαγή

Πολύ ενδιαφέρουσα ήταν η ομιλία του keynote speaker, εκ μέρους της **EACA**, **Dietmar Dahmen**. Ο Chief Creative Officer και ιδρυτής της καινοτόμου εταιρείας επικοινωνίας «**Architects of You**» σημείωσε πως μπορεί η κατάσταση στη χώρα μας να είναι δύσκολη, νομοθετικά και οικονομικά. Ωστόσο, φέτος, στη διοργάνωση των Effie Awards υπήρχαν 93 συμμετοχές εξαιρετικής δημιουργικής δουλειάς. «*Ιδέες που φέρνουν την αλλαγή*» τις χαρακτήρισε, σημειώνοντας ότι «*όπως είπε ο Steve Jobs, είναι καλύτερα να είσαι πειρατής, παρά το ναυτικό. Είναι καλύτερο να έχεις αντικείμενο τη δημιουργία και να είσαι ανοιχτός να κάνεις πράγματα, χρησιμοποιώντας τους διαθέσιμους πόρους, από το να περιορίζεσαι σε νόμους και κανόνες. Πρέπει να είσαι δημιουργικός, να έχεις θάρρος. Να χρησιμοποιείς τους πόρους που έχεις για να κάνεις την καλύτερη δυνατή δουλειά*».

Ο καθηγητής στον τομέα της Διαφήμισης κ. Dahmen αναφέρθηκε και στους λόγους για τους οποίους «πολεμάμε». Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε, «*μεγάλη σημασία έχει να ξέρουμε το λόγο για τον οποίο πολεμάμε. Και ο πρώτος λόγος είναι η φήμη. Η διαφήμιση δημιουργεί φήμη, η οποία λειτουργεί πολύ γρήγορα.*

Ο δεύτερος είναι η εμπιστοσύνη που πρέπει να υπάρχει μεταξύ των ανθρώπων. Η εμπιστοσύνη προκαλείται από τη χρήση του προϊόντος (use-vertising). Το use-vertising παρέχει αποδείξεις και δημιουργεί εμπιστοσύνη.

Ο τρίτος είναι το My-vertising. Ο κάθε καταναλωτής έχει να πει τη δική του ιστορία και πρέπει να τον ακούμε. Ο ρόλος του καταναλωτή είναι μεγάλος σήμερα, η σημασία του engagement είναι μεγάλη και τα social media επηρεάζουν προς αυτή την κατεύθυνση.

Τα brands αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουμε καταστάσεις και πράγματα. Το brand είναι η λειτουργία επιθυμητών καταστάσεων. Τα έξυπνα προϊόντα αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε την έννοια του brand, ενώ πρέπει να κάνετε τον καταναλωτή το δικό σας brand.

Τέλος, η ερώτηση στη δημιουργία δεν πρέπει να είναι το "γιατί". Το "γιατί" είναι επικίνδυνο σε ό,τι αφορά την απάντηση που το ακολουθεί. Αυτό που πρέπει να ρωτάμε είναι το "Why not", το "γιατί όχι". Αυτή είναι η καλύτερη ερώτηση. Γιατί να μη ρισκάρεις, γιατί να μη διαφοροποιηθείς από την αγορά;».

Χορηγοί - υποστηρικτές

Την εκδήλωση υποστήριξαν χορηγικά οι: **Mega, ΣΚΑΪ, ANT1** (Μεγάλοι Χορηγοί), **Cosmote, Vodafone, Wind** (Χρυσά Χορηγοί), **Diageo, ATNET, ΔΕΛΤΑ, GOODY'S** (Χορηγοί) και **Warner Bros, Polichromo, Next, Γαλανός, Coca-Cola 3E, Nespresso, Alba Business Graduate School, Math Studio** (Υποστηρικτές). Τα **Adbusiness, advertising.gr** και **Business Today** της **Direction Εκδοτικός Οργανισμός** υπήρξαν Χορηγοί Κλαδικής Επικοινωνίας.

ΟΛΟΙ ΟΙ ΝΙΚΗΤΕΣ

GRAND EFFIE-SPOT JWT

Διαφημιζόμενος	Vodafone
Τίτλος Καμπάνιας	Κίτσος
Προϊόν/ Υπηρεσία	Vodafone Έλεγχος χρήσης

Μη Αλκοολούχα Ποτά

SILVER EFFIE-CREAM

Διαφημιζόμενος	ΔΕΛΤΑ
Τίτλος Καμπάνιας	LIFE TSAI - Έτσι πρέπει να είναι το τσάι
Προϊόν/ Υπηρεσία	LIFE TSAI

Τρόφιμα & Γαλακτοκομικά Προϊόντα

GOLD EFFIE-OGILVONE WORLDWIDE ATHENS

Διαφημιζόμενος	Kraft Foods
Τίτλος Καμπάνιας	Το πιο γλυκό κομμάτι της ζωής σου
Προϊόν/ Υπηρεσία	Lacta

SILVER EFFIE-SPOT JWT

Διαφημιζόμενος	ΔΕΛΤΑ
Τίτλος Καμπάνιας	Μικρές Οικογενειακές Φάρμες
Προϊόν/ Υπηρεσία	Φρέσκο γάλα

BRONZE EFFIE-ASSET OGILVY

Διαφημιζόμενος	Kraft Foods
Τίτλος Καμπάνιας	Μουσείο σοκολάτας Υγείας Παυλιδίη
Προϊόν/ Υπηρεσία	Σοκολάτα Υγείας Παυλιδίη

Τηλεπικοινωνίες/ Τεχνολογία/ Άλλα αναλώσιμα

GOLD EFFIE-SPOT JWT

Διαφημιζόμενος	Vodafone
Τίτλος Καμπάνιας	Κίτσος
Προϊόν/ Υπηρεσία	Vodafone Έλεγχος χρήσης

SILVER EFFIE-BOLD OGILVY

Διαφημιζόμενος	Cosmote
Τίτλος Καμπάνιας	Κατοίκες
Προϊόν/ Υπηρεσία	Cosmote Απεριόριστα

BRONZE EFFIE-UPSET!

Διαφημιζόμενος	hellas online
Τίτλος Καμπάνιας	Λανσάρισμα hol video club
Προϊόν/ Υπηρεσία	hol video club

Τραπεζικά Ασφαλιστικά & Χρηματοοικονομικά προϊόντα/ Υπηρεσίες

SILVER EFFIE-DDB

Διαφημιζόμενος	Alpha Bank
Τίτλος Καμπάνιας	Κάρτα για ένα γάλα
Προϊόν/ Υπηρεσία	Enter Bonus American Express

BRONZE EFFIE-BOLD OGILVY

Διαφημιζόμενος	Interamerican
Τίτλος Καμπάνιας	Θλίψη & Σύγκριση
Προϊόν/ Υπηρεσία	Anytime

Μέσα ενημέρωσης/ Εκδόσεις/ Δημόσιο/ Ενέργεια/ Εκπαίδευση/ Τουρισμός/ Αναψυχή/ Συγκοινωνίες & Σχετικές υπηρεσίες

SILVER EFFIE-LOWE ATHENS

Διαφημιζόμενος	Alba Κολλέγιο Διοίκησης Επιχειρήσεων
Τίτλος Καμπάνιας	Fee or Free?
Προϊόν/ Υπηρεσία	Alba Κολλέγιο Διοίκησης Επιχειρήσεων

Λιανεμπόριο/ Διανομή/ Καταστήματα

SILVER EFFIE-PROXIMITY ZZ.DOT

Διαφημιζόμενος	Γερμανός & Cosmote
Τίτλος Καμπάνιας	Μαντινάκηδες & Κερδισιάκηδες
Προϊόν/ Υπηρεσία	Καταστήματα Γερμανός & Cosmote

Cause Related Marketing & CSR

GOLD EFFIE-BOLD OGILVY

Διαφημιζόμενος	Cosmote
Τίτλος Καμπάνιας	Ο κόσμος μας, εσύ
Προϊόν/ Υπηρεσία	Cosmote

SILVER EFFIE-SPOT JWT

Διαφημιζόμενος	Vodafone
Τίτλος Καμπάνιας	Πρόγραμμα Τηλεϊατρικής
Προϊόν/ Υπηρεσία	Πρόγραμμα Τηλεϊατρικής Vodafone

BRONZE EFFIE-LOWE ATHENS

Διαφημιζόμενος	Rolo Pack
Τίτλος Καμπάνιας	Ομάδα EL-EF
Προϊόν/ Υπηρεσία	Σακούλες Απορριμμάτων EL-EF

LOWE BUDGET

GOLD EFFIE-OGILVONE WORLDWIDE ATHENS

Διαφημιζόμενος	Kraft Foods
Τίτλος Καμπάνιας	Name it
Προϊόν/ Υπηρεσία	Lacta

SILVER EFFIE-MINDWORKS

Διαφημιζόμενος	This is Athens
Τίτλος Καμπάνιας	This is Athens/ This is My Athens
Προϊόν/ Υπηρεσία	This is Athens

BRONZE EFFIE-SOHO SQUARE

Διαφημιζόμενος	Public
Τίτλος Καμπάνιας	TADA!
Προϊόν/ Υπηρεσία	TADA!