



2012
effie
awards
hellas

Effie Awards 2012

Η αποτελεσματική επικοινωνία διέξοδος στην ύφεση



Η μεγάλη στιγμή της βραδιάς: Οι ομάδες της Spot JWT και της Vodafone αποσπούν το Grand Effie Award, για την καμπάνια με τίτλο «Κίτσος», που αφορά στο πρόγραμμα «Vodafone Έλεγχος Χρήσης».

Με την απονομή του Grand Effie στις Spot JWT και Vodafone, για την ιδιαίτερα επιτυχημένη καμπάνια με τον τίτλο «Κίτσος», για το πρόγραμμα Vodafone Έλεγχος Χρήσης, έκλεισε η τελετή απονομής των Effie Awards 2012, η οποία διεξήχθη χθες βράδυ στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών. *Των Δημήτρη Κορδερά και Κατερίνας Πολυμερίδου*

Η φετινή τελετή διεξήχθη κατά τη διάρκεια επαγγελματικού δείπνου, στα πρότυπα των αντίστοιχων διεθνών και την παρουσίασαν η **Υβέτ Κοσμετάτου**, Brand & Marketing Communications Senior Manager της Vodafone και ο **Κωνσταντίνος Βαρβιτσιώτης**, Creative Director της V+O Communication. Ανοίγοντας την τελετή απονομής, η **Ειρήνη Νικολοπούλου**, Πρόεδρος της Οργανωτικής Επιτροπής των Effie Awards 2012 επισήμανε τη σπουδαιότητα της φετινής διοργάνωσης, η οποία όπως είπε «*αποκτά πολλαπλή αξία, δεδομένου ότι εξελίχθηκε σε μια δύσκολη συγκυρία για τον κλάδο, ενώ τονίζει προς κάθε κατεύθυνση ότι η διαφήμιση είναι μια λειτουργία που προσφέρει 100% ελληνική προστιθέμενη αξία, και συντηρεί χιλιάδες θέσεις εργασίας σε διαφημιστικές εταιρείες, εταιρείες επικοινωνίας και media*». Όπως ανέφερε, η φετινή διοργάνωση θυμίζει σε όλους ότι υπάρχει διέξοδος από τις δυσκολίες του σήμερα, ενώ τόνισε με

έμφαση τη μεγάλη συμμετοχή, η οποία ξεπέρασε αυτή των προηγούμενων Effie Awards του 2010, έχοντας 93 συμμετοχές και 31 έργα που μπήκαν στην τελική ευθεία. «*Αυτό που επικρατεί σήμερα είναι η αβεβαιότητα, η παράλυση, η αναποφασιστικότητα. Κι εμείς εδώ σήμερα διατρανώνουμε ότι η αποτελεσματική επικοινωνία αποτελεί διέξοδο στην ύφεση*» τόνισε. Η Ειρήνη Νικολοπούλου δεν παρέλειψε να αναφερθεί στους απολυμένους του κλάδου, «*οι οποίοι πρόσφεραν πολλά και δεν τους ξεχνούμε*», ενώ επισήμανε την πίστη της ότι οι εργαζόμενοι στον χώρο της ευρύτερης επικοινωνίας «*συνθέτουν τις πλέον αποτελεσματικές ομάδες εργασίας στην αγορά*». Μετά τις ομιλίες των **Δημήτρη Γ. Μαύρου**, Προέδρου της ΕΔΕΕ και του **Γρηγόρη Αντωνιάδη**, Προέδρου του ΣΔΕ, το λόγο πήρε ο **Θανάσης Σκορδάς**, Υφυπουργός Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών,

ΠΙΝΑΚΑΣ ΒΡΑΒΕΙΩΝ – EFFIE AWARDS 2012

Εταιρεία επικοινωνίας	Gold Effie	Silver Effie	Bronze Effie	Σύνολο
Spot JWT	1	2		3
Bold Ogilvy	1	1	1	3
Ogilvy Worldwide	2			2
Lowe Athens		1	1	2
Cream		1		1
DDB		1		1
Proximity ZZ.Dot		1		1
Mindworks		1		1
AssetOgilvy			1	1
UpSet!			1	1
Soho Square			1	1

Μεταφορών και Δικτύων, ο οποίος αναφέρθηκε στην ανάγκη επαναπροσδιορισμού του αναπτυξιακού μοντέλου της χώρας το οποίο πρέπει να στηριχθεί πλέον στην παραγωγή και όχι στην κατανάλωση. «Για να προχωρήσουμε παρακάτω θα πρέπει να εγκαταλείψουμε τη νοοτροπία “να αλλάξουν όλοι εκτός από εμένα”, διότι αυτή μας έχει πάει πίσω και συνεχίζει να εμποδίζει την ανάπτυξη. Τα κλειστά επαγγέλματα που θέλουν οι συνδικαλιστές να μείνουν κλειστά, αλλά και λογικές του τύπου “δεν πληρώνω, δεν πληρώνω” κρατούν τη χώρα παγιδευμένη σε ένα νεκρό παρελθόν και δυσχεραίνουν την ανάπτυξη. Η έκπληξη λοιπόν δεν είναι το πως φτάσαμε ως εδώ, αλλά πως αντέξαμε τόσα χρόνια με αυτές τις νοοτροπίες». Συνεχίζοντας, ο Υφυπουργός Ανάπτυξης εκτίμησε ότι σε περιόδους κρίσης απαιτείται εξωστρέφεια και ένταση της επικοινωνίας, ενώ τόνισε την ανάγκη οι εταιρείες να εστιάζουν στην αύξηση του μεριδίου αγοράς τους και όχι στην αύξηση του τζίρου. Αναφέρθηκε ακόμα στην άμεση ανάγκη να αυξηθεί η ρευστότητα στην αγορά, ενώ δίνοντας μια νότα αισιοδοξίας, εκτίμησε ότι «τη μεγάλη ανηφόρα την έχουμε ανέβει». Το Grand Effie Award της βραδιάς, που όπως είπαμε απέσπασαν η Spot JWT και η Vodafone, απένειμε στους νικητές ο Χρήστος Σταϊκούρας, Αναπληρωτής Υπουργός Οικονομικών. Στο πλαίσιο των ομιλιών εξάλλου, ο Νίκος Τραυλός, Πρύτανης στο ALBA Business School, παρουσίασε το πρόγραμμα υποτροφιών «Κυριάκος Μακρής» το οποίο έχει θεσπίσει από το 2010 το ALBA, σε συνεργασία με την Diageo Hellas.

Δημήτρης Κόρδας,
Vice President της Spot JWT

«Δεν χάνουμε το κέφι μας με τίποτα!»

Ο Δημήτρης Κόρδας, Vice President της Spot JWT σχολιάζοντας στο Daily Fax τη χθεσινή διάκριση της εταιρείας του, ανέφερε τα εξής: «Στη σημερινή αρνητική συγκυρία όπου οι brand marketers και οι διαφημιστές πρέπει να κάνουν κάθε ευρώ να «μετράει», η χθεσινή μας επιτυχία είναι η ουσιαστική απόδειξη ότι στην εταιρεία μας δουλεύουμε μεθοδικά για να αντιμετωπίσουμε τις προκλήσεις των brands με μεγάλες και αποτελεσματικές ιδέες. Ιδέες που έχουν διεύθυνση στη σημερινή κοινωνία, ιδέες που πουλάνε. Ευχαριστώ πολύ τον πελάτη-έμπνευση Vodafone και ένα μεγάλο μπράβο στα παιδιά της Spot JWT που δεν χάνουν το κέφι τους με τίποτα! Καλή Χρονιά!».

2012
**effie
awards
hellas**
Gold



Ο Πάνος Σαμπράκος της OgilvyOne παίρνει το Gold Effie Award για την καμπάνια «Το πιο γλυκό κομμάτι της ζωής σου» της Lacta.



Πάνος Σαμπράκος και πάλι, κατά τη διάρκεια της απονομής στην OgilvyOne Worldwide του 2ου Gold Effie Award της εταιρείας για το «Name it» της Lacta.



Ο Εμπορικός Διευθυντής του Σκάι, Γιάννης Σφακιανάκης (δεξιά), απονέμει το Gold Effie Award της Bold Ogilvy για την καμπάνια «Ο κόσμος μας εσύ» της Cosmote.



Ο Ζαφείρης Χαραλαμπίδης, Εμπορικός Διευθυντής του Mega (δεξιά) απονέμει στην ομάδα της Spot JWT το Gold Effie Award για την καμπάνια «Κίτσος» της Vodafone.



Η μεγάλη στιγμή της Cream. Silver Effie Award για την καμπάνια «Life Τσάι. Έτσι πρέπει να είναι το τσάι», της ΔΕΛΤΑ.

Silver Award και για την DDB για την καμπάνια με τίτλο «Κάρτα για ένα γάλα» και την κάρτα Enter Bonus American Express της Alpha Bank. Το βραβείο απένειμε ο Χάρης Κονίνης, Marketing Communication Strategy Director Σταθερής και Κινητής Τηλεφωνίας του Ομίλου ΟΤΕ (δεξιά).



Πολύ θετική η παρουσία της Lowe Athens. Εδώ η απονομή στην εταιρεία του Silver Award για την καμπάνια «Fee or Free?» για λογαριασμό του ALBA.



Ο Γιάννης Αρτινός (δεξιά), επικεφαλής του ομίλου Vivartia, απονέμει το Silver Award της Proximity ZZ.Dot για τη διαφήμιση «Μαντινάκδες και Κερδισάκδες» των καταστημάτων Γερμανός και Cosmote.

Δημήτρης Μαύρος, Πρόεδρος ΕΔΕΕ



«Ζητάμε ως κλάδος ίση αντιμετώπιση από το κράτος»

Από την πλευρά του, ο Πρόεδρος της ΕΔΕΕ, Δημήτρης Γ. Μαύρος, τόνισε ότι «στην Ελλάδα δεν έχουμε όλοι συνειδητοποιήσει την καθοριστική συμμετοχή της διαφήμισης στην οικονομική ανάπτυξη». Αναφέρθηκε δε, σε οικονομετρικές μελέτες που έγιναν στο εξωτερικό, αλλά και στη χώρα μας παλαιότερα, οι οποίες αποδεικνύουν τον παραπάνω ισχυρισμό. Μάλιστα τόνισε ότι μια από αυτές τις μελέτες στις ΗΠΑ απέδειξε ότι για κάθε μία μονάδα διαφήμισης επέρχονται 8 μονάδες αύξησης πωλήσεων. Με τη σειρά του αναφέρθηκε στο γεγονός ότι η διαφήμιση δημιουργεί θέσεις εργασίας, ενώ ζήτησε με έμφαση την ανάγκη ο κλάδος της διαφήμισης να αντιμετωπιστεί από το κράτος με ισονομία και όχι να επιβαρύνεται διαρκώς με φόρους. «Σας θυμίζω τον φόρο πλεόρασης που παραμένει εν υπνώσει και απειλεί τον κλάδο, το αγγελιόσημο, τον ΦΠΑ και άλλους φόρους. Και σας ερωτώ: που ξανακούστηκε να φορολογείται μια οικονομική δραστηριότητα κατά 60%; Η πολιτεία τα τελευταία χρόνια έχει δημιουργήσει ρεκόρ θέσπισης αντιαναπτυξιακών μέτρων» τόνισε με νόημα. Στη

συνέχεια ο Δημήτρης Γ. Μαύρος αναφέρθηκε στη διαφορά του θεσμού των Effie Awards από τα Ermis Awards, όπου ο πρώτος βραβεύει την αποτελεσματικότητα και ο δεύτερος τη δημιουργικότητα, ενώ επισήμανε μια άλλη παράμετρο που αναδεικνύουν τα Effie Awards, αυτή που αφορά στην αρμονική συνεργασία διαφημιστικής εταιρείας και διαφημιζόμενου, η οποία προέρχεται από την καλή χημεία των δύο πλευρών και οδηγεί τελικά, σε αποτελεσματικές διαφημίσεις. «Οι σημερινές βραβεύσεις αναδεικνύουν την ομαδικότητα και τη συνεργασία των εμπλεκόμενων πλευρών. Για να υπάρξει βέβαια αυτό το αποτέλεσμα βασική προϋπόθεση είναι η πλήρης κατανόηση των αναγκών του πελάτη, κάτι που στην περίπτωση των βραβεύσεων είναι εμφανές ότι έχει συμβεί». Στη συνέχεια, ο Πρόεδρος της ΕΔΕΕ τόνισε την ανάγκη η αποτελεσματικότητα μιας διαφήμισης να πάψει να κρίνεται από την άμεση αύξηση των πωλήσεων, «αφού η τελευταία εξαρτάται και από μια σειρά άλλων συντελεστών που θα πρέπει να κριθούν και αυτοί από την πρώτη στιγμή». Αναφέρθηκε δε, στην ανάγκη επένδυσης του κλάδου σε μια οικονομετρική ανάλυση της αγοράς, η οποία θα δίνει τη δυνατότητα να μετράται το μερίδιο της διαφήμισης στα μερίδια αγοράς ενός προϊόντος. «Ήταν μια διαδικασία που την είχαμε ξεκινήσει στο παρελθόν, αλλά στη συνέχεια την ξεχάσαμε» είπε χαρακτηριστικά. Και έκλεισε την ενδιαφέρουσα ομιλία του, καταθέτοντας την ευχή να υπάρξει στα επόμενα Effie Awards μια εταιρεία «που θα τολμήσει να δείξει με αδιάσειστα στοιχεία τη συμμετοχή της διαφήμισης στα μερίδια αγοράς του προϊόντος ή της υπηρεσίας της».



Ειρήνη Νικολοπούλου, Πρόεδρος Οργανωτικής Επιτροπής.



Νανή Τράκα, Εμπορική Διευθύντρια του Ομίλου ANT1.



Αναστασία Αγγελί, Corporate Relations Director της Diageo Hellas.



Η ζωντανή μουσική έδωσε μια άλλη, ευχάριστη, νότα στη βραδιά.

Τα βραβεία

Ο όμιλος της **Bold Ogilvy** και η **Spot JWT** ήταν οι κυρίαρχοι της βραδιάς, ωστόσο πολύ καλή ήταν η παρουσία και της **Lowe Athens**, που απέσπασε 2 βραβεία, ένα Silver για την καμπάνια «*Fee or Free?*» του ALBA και ένα Bronze για τις σακούλες απορριμμάτων EL-EF της Rolo Pack. Η **Spot JWT** απέσπασε συνολικά 3 βραβεία: Ένα Gold για την καμπάνια «*Κίτσος*» της Vodafone, αλλά και δύο Silver. Ένα

για τις Μικρές Οικογενειακές Φάρμες της ΔΕΛΤΑ και ένα για το Πρόγραμμα Τηλεϊατρικής της Vodafone. Η **Bold Ogilvy** από την πλευρά της, απέσπασε επίσης 3 βραβεία, ένα Gold για την καμπάνια «*Ο κόσμος μας εσύ*» της Cosmote, ένα Silver για τις «*Κατσίκες*», επίσης της Cosmote, καθώς και ένα Bronze για την καμπάνια «*Θλίψη & Σύγκριση*» της Anytime Interamerican. Εάν συνοπλογοιστούν και τα βραβεία των άλλων εταιρειών του ομίλου Bold δε, δηλαδή της Ogilvy Worldwide Athens και της AssetOgilvy, τα βραβεία το ομίλου φθάνουν τα 6, αφού στα 3 της Bold προστίθενται δύο Gold της **Ogilvy Worldwide** (για τη Lacta και τα δύο) και ένα της **AssetOgilvy**, για το Μουσείο Σοκολάτας Υγείας Παυλιδής της Kraft Foods Hellas. Όσον αφορά στις άλλες διακρίσεις, από ένα Silver απέσπασαν οι εταιρείες **Cream** (Life Τσάι/ΔΕΛΤΑ), **DDB** (Enter Bonus American Express/Alpha Bank), **Proximity ZZ.Dot** (Μαντινάκηδες & Κερδισιάκηδες/Καταστήματα Γερμανός & Cosmote) και **Mindworks** (This is Athens). Τέλος, εκτός από την AssetOgilvy, από ένα Bronze απέσπασαν οι εταιρείες **UpSet!** (HOL Video Club) και **Soho Square** (TADA!/Public).



Θανάσης Σκορδάς,
Υπουργός Ανάπτυξης



Χρήστος Σταϊκούρας,
Αν. Υπουργός Οικονομικών



Ζαφείρης Χαραλαμπίδης,
Εμπορικός Δ/ντής του Mega



Οι δύο παρουσιαστές της βραδιάς, Κωνσταντίνος Βαρβιτσιώτης και Υβέτ Κοσμετίτου.

Γρηγόρης Αντωνιάδης, Πρόεδρος ΣΔΕ

«Πιο σημαντική σήμερα η αποτελεσματικότητα»

Παίρνοντας με τη σειρά του το λόγο, ο Γρηγόρης Αντωνιάδης, Πρόεδρος του ΣΔΕ είπε ότι ο θεσμός των Effie Awards είναι ο πλέον σημαντικός για τους διαφημιζόμενους, ωστόσο απαντώντας εμμέσως στον Δημήτρη Μαύρο, τόνισε ότι για τους τελευταίους η αποτελεσματικότητα είναι σήμερα πιο σημαντική. «*Η σημερινή δύσκολη συγκυρία*



απαιτεί αυστηρή θεώρηση της διαφήμισης από εμάς. Ο θεσμός αυτός είναι επιτυχημένος διότι στηρίζεται στην ανθρώπινη συνεργασία. Η κρίση έχει και τα καλά της

και ένα από αυτά είναι ότι ανέδειξε αξίες που στο παρελθόν δεν είχαν βαρύτητα. Νομίζω ότι μέσα από το θεσμό των Effie Awards αναδεικνύεται ξεκάθαρα το γεγονός ότι για να υπάρξει αποτελεσματική επικοινωνία πρέπει πρώτα από όλα να υπάρξει άριστη συνεργασία του διαφημιζόμενου και της διαφημιστικής του εταιρείας».

Dietmar Dahmen, Chief Creative Officer, Founder της εταιρείας «Architects of You»



«Οι πειρατές της επικοινωνίας!»

«*Τα πράγματα στην Ελλάδα είναι δύσκολα, αλλά αυτό είναι καλό*» είπε ο ανατρεπτικός keynote speaker Dietmar Dahmen, ιδρυτής της καινοτόμου εταιρείας «Architects of You» και εκπρόσωπος της EACA στα χθεσινά Effie Hellas, μιλώντας για την ιδέα και τη δύναμη της αλλαγής. «*Υπάρχει ελπίδα*

μέσα από τη δημιουργικότητα, τα Effie συμβολίζουν τον αγώνα για τις ιδέες». Ο Dahmen, αναφέρθηκε στην ανάγκη να βρεθούν σήμερα καινούργιοι θησαυροί και παρομοίωσε τους ανθρώπους της διαφήμισης και της επικοινωνίας με πειρατές, θυμίζοντας τα λόγια του Steve Jobs: «*Είναι καλύτερα να είσαι πειρατής, παρά αξιωματικός του ναυτικού*». Κι αυτό γιατί είναι προτιμότερο να σκέφτεσαι ανατρεπτικά και να είσαι δημιουργικός, παρά να ακολουθείς κανόνες: «*Είναι καλύτερα να έχεις... κότσια και να μην φοβάσαι τον φόβο και να πολεμάς με όσα έχεις*» τόνισε χαρακτηριστικά. Για ποιο πράγμα

όμως πολεμούν σήμερα οι άνθρωποι της επικοινωνίας; Σύμφωνα με τον ίδιο, ο αγώνας αφορά στη φήμη των μαρκών, που οδηγεί στην εμπιστοσύνη και στην τοποθέτηση του καταναλωτή στην καρδιά της μάρκας. Χρησιμοποιώντας τους όρους «*use-vertising*» και «*my-vertising*», αναφέρθηκε στη σημασία της μετακίνησης από την υπόσχεση της μάρκας στη χρήση της και στην αμοιβαία σχέση μεταξύ μάρκας-καταναλωτή. Η σχετικότητα και το τί κάνει τελικά η μάρκα για τον καταναλωτή είναι και η ουσία της, καθώς, όπως είπε, τα brands είναι στη βάση τους ένα σύνολο από επιθυμητές καταστάσεις για τον χρήστη. Ο Dietmar Dahmen μίλησε επίσης για «*smart products*», προϊόντα που κάνουν απίθανα πράγματα με τη βοήθεια της τεχνολογίας, τονίζοντας ότι το μέλλον είναι εδώ, πρέπει να το δούμε και να μην χάσουμε την ευκαιρία, να μην φοβόμαστε την αλλαγή. «*Η σωστή, η δημιουργική ερώτηση που πρέπει να κάνουμε στους εαυτούς μας δεν είναι το "γιατί;" γιατί δηλαδή να κάνουμε κάτι, αλλά το "γιατί όχι;" Και γιατί να μην το κάνουμε; Η μία ερώτηση οδηγεί σε αναβολή και η δεύτερη σε πράξη*». Ας γιορτάσουμε απόψε τις «*why not?*» λύσεις που βραβεύθηκαν», είπε κλείνοντας, αποσιτώντας το πιο θερμό χειροκρότημα.