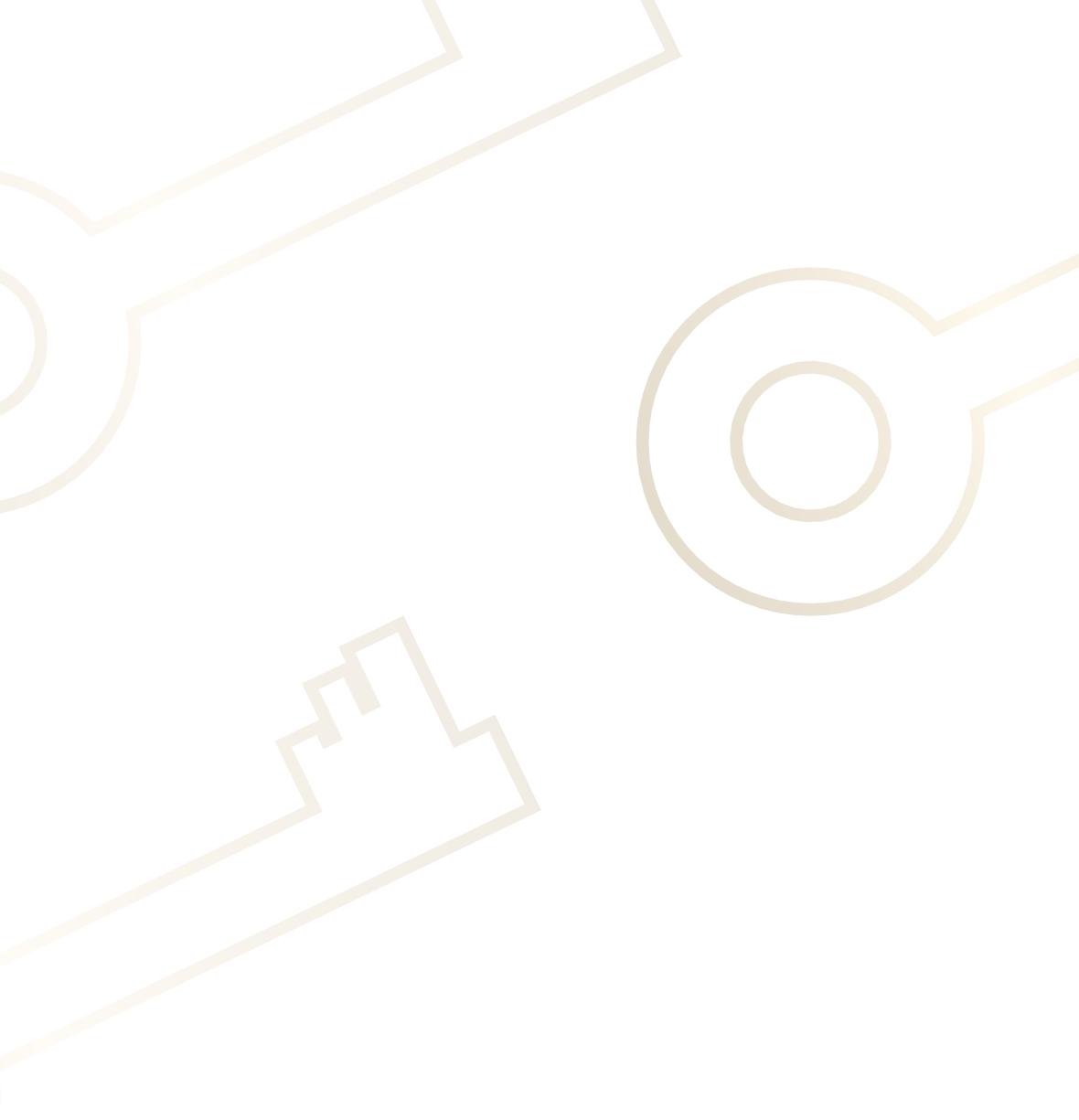
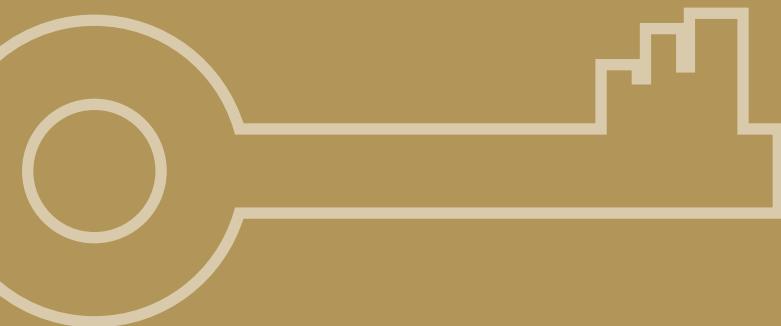


Effectiveness is the key



SADRŽAJ

1. Organizator
2. Effie tim
3. Uvodno obraćanje
4. Šta je Effie?
5. O Effie festivalu su rekli
6. Organizacioni odbor
7. Žiri
8. Scoring Committee
9. Finalisti
10. Nagrađeni
11. Partneri



ORGANIZATOR

2022 Effectiveness
is the key

MEĐUNARODNO UDRUŽENJE ZA MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE

IAA Serbian Chapter

Bulevar Zorana Đinđića 144, Beograd, Srbija

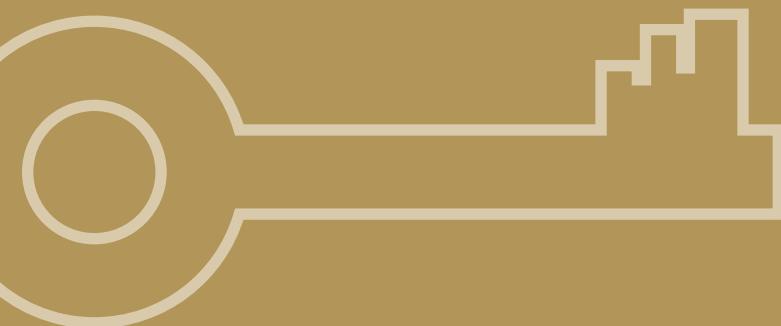
www.iaa.rs

www.effie.rs

EFFIE WORLDWIDE

148 Madison Avenue, 4th Floor New York, NY 10016 United States

www.effie.org



TIM

2022 Effectiveness
is the key

FESTIVAL

ORGANIZACIONI ODBOR

Jelena Čađenović / Brand, Insights and Experience Management Director, A1 Srbija / predsednica OO
Ana Marković / Executive Director of Espresso group, Adria Media Group / član OO
Andreja Milković / Account Director, Leo Burnett / član OO
Iva Đurković / Managing Director, OMD / član OO
Katarina Pribićević / Strategic Planning Director, McCann / član OO
Ljubiša Egelja / direktor odeljenja za marketing, OTP banka / član OO
Neda Đokić / generalni direktor, Heineken / član OO
Nataša Pavlović / Marketing Director, Mercator S / član OO
Nataša Filipović / Managing Director, Ovation BBDO / član OO
Tanja Petrović / direktor za strateške inovacije za Evropu, The Coca Cola Company / član OO
Veljko Lalić / CEO and editor in chief, Nedeljnik / član OO
Zorana Antić / direktor marketinga, Bambi / član OO
Žarko Sakan / CEO, New Moment New Ideas Company / član OO

Jelena Ivanović / izvršni direktor, IAA Serbian Chapter
Lidija Savić / menadžer projekta, Effie Awards Serbia

Art Direction / T&T Brand Factory

Digital & Web / T&T Brand Factory, Direct Media United Solutions , Orange Studio

CEREMONIJA DODELE NAGRADA

Miloš Simić / Brand director, Gaming 1 / član Upravnog odbora IAA
Lea Stanković / Executive Director, Communis DDB / član Upravnog odbora IAA
Andreja Milković / Account Director, Leo Burnett / član Organizacionog odbora Effie Awards Serbia
Nataša Pavlović / Marketing Director, Mercator S / član Organizacionog odbora Effie Awards Serbia

Peda Marković / reditelj i producent
Ivan Aranđelović / dizajner događaja
Peda Dobrić / production manager
Đorđe Janković / Creative Director



2022 Effectiveness
is the key

Uvodno obraćanje

30. ROĐENDAN IAA SERBIA

Ove godine proslavljamo 30 godina od osnivanja IAA Serbia. I kada se ne bismo vratili u godinu osnivanja, to bi zvučalo kao još jedan običan jubilej. Ali tek kada se vratite unazad i shvatite da je srpski ogrank IAA osnovan 1992. godine, u jeku sankcija, rata i stradanja na prostoru bivše Jugoslavije, onda ovaj događaj počnete da posmatrate iz potpuno drugog ugla. Tada on postaje svetionik nade i vere u budućnost. Postaje putokaz profesionalcima iz industrije kreativne komunikacije (kako ja volim naš posao da zovem, u moru drugih i drugačijih naziva), koji ukazuje na to da je naš zadatak da u svakom trenutku, kakav god on bio, imamo obavezu da unesemo svetlo optimizma da vreme koje dolazi mora biti bolje.

Hvala svima koji su baš tada, u nevreme, doneli odluku da osnuju srpski ogrank IAA i pokažu da može da se iskoči iz svakodnevice, jer pored juče i danas, postoji i sutra.

Danas, na svu sreću, nismo glavni glumci na sceni, ali nam je i sporedna uloga bremenita.

I zato baš mi, i baš danas, treba da slavimo ono što će doći. Treba da, kroz profesiju kojom se bavimo, damo svoj doprinos i budućnosti, i miru, i ravnopravnosti. Ali i očuvanju poslovnih rezultata naših klijenata, održivosti poslovanja dobavljača i saradnika, stabilnosti naših kompanija, i pre svega, kvalitetu života naših zaposlenih.

Tokom ovih godina ugradili smo tri ugaona kamena u temelje našeg Udruženja. Prvi je AcademIAA, edukativni program za mlade profesionalce, kroz koji je prošlo više od 200 pažljivo odabralih polaznika, sa kojima je svoje znanje delilo skoro duplo više stručnjaka iz zemlje i regiona. Drugi je Effie festival, koji ove godine realizujemo po peti put i koji dokazuje da kreativnost postiže rezultate, a koji organizujemo u skladu sa najboljom svetskom praksom. I treći, verovatno najvažniji, jeste stalna i neprestana potreba da se kao profesionalci povezujemo, poštujemo i slavimo zajednički rad.

Za sve što je bilo, i sve ono što ćemo zajedno uraditi, još jednom – HVALA!

Andželko Trpković
CEO Adriatic, Publicis Groupe
Predsednik IAA Serbia



2022 Effectiveness
is the key

MALI JUBILEJ FESTIVALA

Iza nas je još jedan Effie Awards Serbia festival, peti po redu – mali jubilej, koji je uz veliku podršku IAA Serbia doneo puno noviteta. Krajem 2021. godine, ustanovljen je novi Organizacioni odbor, koji je ponovo okupio iskusne profesionalce motivisane da daju sve od sebe kako bi svaka naredna Effie sezona bila snažnija od prethodne.

Pored novog Odbora, novitet je bio i pristup edukaciji. Organizovano je čak 5 lokalnih, kvalitetnih edukativnih sesija na sve relevantne teme, a sve sa ciljem što većeg broja kvalitetnih Effie prijava.

Imali smo i nove takmičarske kategorije, kojima smo želeli da ispratimo i tržište i trendove, ali možda i da ohrabrimo one koji se do sada nisu takmičili da uđu u trku za ovu prestižnu nagradu. Od ukupno 28 takmičarskih kategorija, čak 13 je novih, koje donekle oslikavaju i (post)pandemijsku realnost.

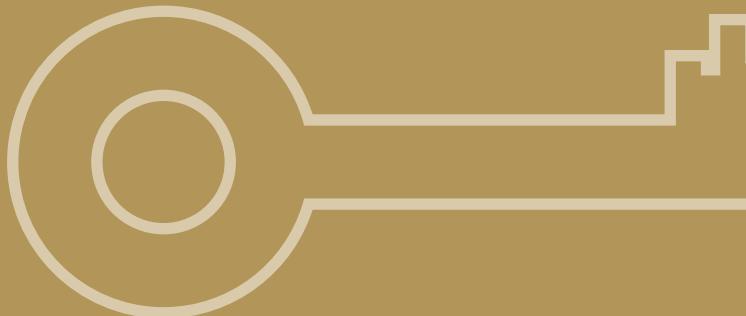
I uvaženi žiri, najvažnija institucija Festivala, osvežen je. Effie veteranim u žiriju pridružili smo i neke nove kolege, naravno poštujući sve stroge standarde. Žiri je dobio i novu predsednicu i potpredsednika – Nataša Đurđević i Kosanče Dimitrijević će u narednom mandatu predvoditi Effie žiri. Ustanovili smo i Scoring Committee, telo koje će na čelu sa prof. Srđanom Bogosavljevićem (Consultant, Ipsos Strategic Marketing) i Goranom Tintorom (Chief Business Development Officer / Co-founder, Data Do) braniti integritet postignutih ocena.

Sve u svemu, radili smo marljivo na svim aspektima Festivala, koji se ove godine polako vraća u offline mode. Još jednom, neizmerno hvala svim pojedincima i partnerima koji su podržali Effie i omogućili da i ove godine ukrstimo kreativnost i rezultate i odmerimo gde se kao tržište nalazimo po tom pitanju.

Jelena Čađenović

Brand, Insights and Experience Management Director, A1 Srbija

Predsednica Organizacionog odbora Effie Awards Serbia



ŠTA JE EFFIE?

2022 Effectiveness
is the key

Šta je Effie? ---

Effie Awards je priznanje koje se dodjeljuje na lokalnom, regionalnom i globalnom nivou agencijama i oglašivačima koji stoje iza uspešnih marketinških kampanja koje su ostvarile ili premašile postavljene ciljeve i tako rešile izazove pred kojima su se našli njihovi brendovi i kompanije. Podstiče povezivanje partnera, razmenu znanja i iskustva, i kontinuirano promoviše tržišne komunikacije kao uspešno sredstvo za razvoj biznisa.

U čemu je Effie poseban? ---

Dok druga takmičenja u advertising industriji nagrađuju veština izvođenja ili originalnost ideje, Effie uzima u obzir ceo proces – strateško planiranje, istraživanje tržišta, kreativnu razradu ideje i upotrebu medija, procenjujući kako su sve ove marketinške discipline funkcionalne zajedno. Effie odaje priznanje najznačajnijem dostignuću naše profesije – idejama koje su uspešno obavile svoj zadatak, i uzima u obzir svaki oblik tržišnih komunikacija koji je doprineo uspehu nekog brenda. Svaka ideja realizovana kroz jedan ili kombinaciju različitih medija ima pravo da konkuriše za Effie, ukoliko iza nje stoje merljivi rezultati koji pokazuju da su marketinški ciljevi ostvareni ili premašeni.

Effie u svetu

Effie je prvi put organizovala Američka marketing asocijacija sa sedištem u Njujorku (AMA) 1968. godine, a početkom osamdesetih u Evropi uvodi je Nemačko udruženje marketinških agencija (GWA). Kasnije je ovo takmičenje počelo da se organizuje u Belgiji, Holandiji, Francuskoj, Austriji... Pored evropskih zemalja, Effie ćete naći i u Čileu, Meksiku, Japanu, Singapuru... Danas se Effie dodeljuje na 5 kontinenata i u preko 55 zemalja, a od 2017. među njima je i Srbija. Za skoro pola veka postojanja, Effie je globalni simbol uspešnosti. Global Effie dodeljuje se kompanijama koje su bile uspešne u najmanje 6 zemalja sveta, a za Euro Effie mogu da se kandiduju kampanje koje su se realizovale u bar dve zemlje Starog kontinenta.

Effie Worldwide

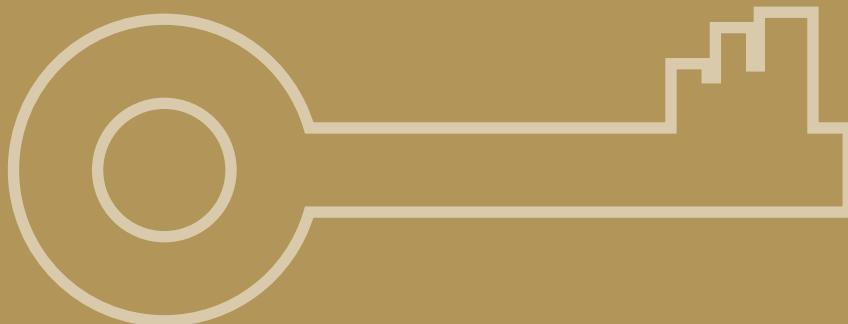
Effie Worldwide je neprofitna organizacija posvećena promovisanju i unapređenju prakse efektivnosti marketinških komunikacija. Effie Worldwide, organizator dodele Effie nagrada, ukazuje na marketinške ideje koje su delotvorne i ohrabruje dijalog onih koji ih sprovode, a deluje i kao izvor edukacije za industriju. Effie mreža sarađuje sa nekim od najboljih istraživačkih i medijskih organizacija širom sveta kako bi obezbedila relevantan uvid u efektivne marketinške strategije. Effie nagrade su globalno poznate među oglašivačima i agencijama kao nagrade koje ističu efektivnost komunikacija, odnosno one koje prepoznaju sve oblike komuniciranja koji doprinose uspehu brendova.

Effie Awards Srbija

Dolazak ove nagrade u Srbiju nije samo prilika za još jedno rangiranje domaćih kampanja koje su ostvarile dobre rezultate, već ogroman doprinos unapređenju struke, što je jedan od najvažnijih ciljeva IAA Serbia, kao nacionalnog ogranka međunarodne asocijacije (www.iaa.rs). Organizovanjem festivala sa međunarodnom licencom, struka u Srbiji staje rame uz rame sa kolegama iz Evrope, ali i čitavog sveta. Effie je više od trofeja. To je inicijativa koja podržava tržišne komunikacije kao delotvorno marketinško sredstvo. Effie Awards na najbolji način promoviše saradnju oglašivača i agencija u cilju stvaranja i razvijanja uspešnih brendova. Iстичањем merljivih rezultata kao najvažnijeg kriterijuma, Effie predstavlja jasan dokaz da se tržišne komunikacije isplate.

Effie Effectiveness Index

Status finaliste, prema pravilima Effie takmičenja, već sam po sebi predstavlja veliki uspeh, jer se kao finalisti za 2022. godinu agencije i kompanije rangiraju prema broju poena u okviru Effie Effectiveness Index-a (godišnjeg svetskog rangiranja efektivnih marketinških komunikacija). Effie Index predstavlja rang-listu najefektivnijih agencija, oglašivača i brendova na globalnom nivou. Kao finalista za 2022. godinu, imena potpisanih autora koja su u prijavama navedena, biće upotrebljena za sumiranje rezultata Effie Effectiveness Index-a. Rangiranje uključuje: oglašivače, brendove, agencije, nezavisne agencije, mreže i holding kompanije.



REKLI SU

2022 Effectiveness
is the key

**Jelena Čađenović,**

Brand, Insights and Experience Management Director, A1 Srbija;
predsednica Organizacionog odbora Effie Awards Serbia

Effie je globalno priznanje koje slavi činjenicu da su komunikacije jedna od ključnih poluga biznisa i pruža jedinstvenu priliku da se rad proceni i nagradi prema svetskim merilima. Ulaganje u komunikaciju je ulaganje u biznis rezultate. Effie slavi one koji uspevaju da opravdaju ta ulaganja i da isporuče i izuzetnu komunikaciju na jednoj i rezultate na drugoj strani.

**Ljubiša Egelja,**

Direktor odeljenja za marketing, OTP banka;
član Organizacionog odbora Effie Awards Serbia

Effie je važan za naše tržište jer, osim što prepozna najsuspešnije, aktivno radi i na edukaciji.
Smatram da Effie treba da se pozicionira kao najkredibilnije priznanje za struku u regionu.

**Zorana Antić,**

Direktorka marketinga, Bambi;
član Organizacionog odbora Effie Awards Serbia

Duboko verujem da je Effie doprineo edukaciji da kreativnost treba da bude stavljena u kontekst šireg biznisa. Nisam u mogućnosti da uporedim rad sa drugim institucijama, ali sa punim pravom mogu da kažem da posvećenost, profesionalizam, jasna promocija Effie Awards standarda, ukraško opisuju način na koji IAA pristupa organizaciji Effie festivala.

**Katarina Pribičević,**

Strategy & Growth Director, McCann Beograd;
član Organizacionog odbora Effie Awards Serbia

U petoj godini Effie-ja u Srbiji, čini se da nam je još uvek potrebno masovno edukovanje svih u industriji i strateško pomeranje od proste postavke KPI-jeva ka građenju istinske kulture efektivnosti. To mora biti misija IAA, Effie Srbija i svih nas koji činimo industriju oglašavanja.



Nataša Filipović,
CEO, Ovation BBDO, član Organizacionog odbora Effie
Awards Srbija

Sigurna sam da jako nacionalno Effie Awards takmičenje jeste motor za brži razvoj naših industrija, ali i naše privrede u celosti, kao i za bolje regionalno pozicioniranje svih tržišnih aktera u Srbiji. Želimo da ohrabrimo i uključimo uspešne i zapažene tržišne igrače i da im poručimo da je Effie Awards mesto i za njih.



Nataša Pavlović,
Direktorka marketinga, Mercator-S; član Organizacionog odbora Effie Awards Srbija

Effie Awards je prvi, a možda i jedini, festival u svetu na kojem je efikasnost kampanje na prvom mestu za dodelu nagrada. Naravno, žiri posebnu pažnju obraća na kreativnost, inovativnost, headline i način komunikacije, ali visoka efikasnost je 'must have' ukoliko želite da budete Effie u marketingu.



Tanja Petrović,
Direktorka za strateške inovacije za Evropu, The Coca Cola
Company; član Organizacionog odbora Effie Awards Srbija

Važnost jednog ovakvog konkursa je mnogostruka. Osim toga što on podrazumeva holistički pristup marketinškim aktivnostima (glavni kriterijum se odnosi na efikasnost marketinških projekata), bitan je zborog toga što je to jedino marketinško takmičenje u zemlji koje nam omogućava da na osnovu jednakih kriterijuma, 'izađemo na crtu' svetskim marketing kampanjama. Neke kolege su mi rekli: 'Prijava je bila zahtevna i nema veze što nismo osvojili nagradu, kroz samu prijavu smo mnogo naučili'.



Nataša Đurđević,
Predsednica Effie žirija

Osvajanje Effie nagrade postalo je znak prestiža. Održava se solidan nivo prijavljenih radova, a same prijave su sve kvalitetnije. To znači da se o efektivnosti više razgovara, da agencije i klijenti više sarađuju u celom procesu rada (ne samo prijavljivanja za nagradu), da se unapređuje dialog (od brifa, pa sve do analize postignutih rezultata).



Kosanče Dimitrijević,
Potpredsednik Effie žirija

Svedoci smo kako iz godine u godinu, otkako je ustanovljen sistem Effie nagradivanja, i agencije i klijenti svoje kampanje sve više gledaju kroz prizmu želje da ostvare ne samo efektnu kampanju koja će se pamtit i prepričavati zbog svoje kreativnosti, već i ostvariti i dostići kvantitativno tržišno meritorne planove, a sve u kontekstu odgovora na ciljeve koje su sami sebi zacrtali.



ORGANIZACIONI ODBOR

Organizacioni odbor rukovodi celokupnim Effie programom i nadgleda sve njegove segmente – odlučivanje o takmičarskim kategorijama, izbor članova žirija, prijavljivanje radova, budžet Effie festivala, edukacija, organizacija svečane ceremonije i druge delatnosti. Izbor članova Effie organizacionog odbora vrši se prema globalnim Effie standardima i kriterijumima. Članovi su vodeći stručnjaci iz redova oglavlivača, agencija, medija i predstavnici su različitih oblasti, kako bi se obezbedila raznovrsnost znanja i iskustva (kreativa, strategija, planiranje, mediji, digital, istraživanje i slično). Mandat članova traje četiri godine.

2022 *Effectiveness
is the key*



Ana Marković,
Executive Director of Espresso
group, Adria Media Group



Andreja Milković,
Account Director,
Leo Burnett



Iva Đurković,
Managing Director,
OMD



Jelena Čađenović,
Brand, Insights and
Experience Management
Director, A1 Srbija



Katarina Pribičević,
Strategic Planning
Director, McCann



Ljubiša Egelić,
Direktor odeljenja za
marketing, OTP banka



Neda Đokić,
Generalni direktor,
Heineken



Nataša Pavlović,
Marketing Director,
Mercator S



Nataša Filipović,
Managing Director,
Ovation BBDO



Tanja Petrović,
Direktor za strateške
inovacije za Evropu,
The Coca Cola Company



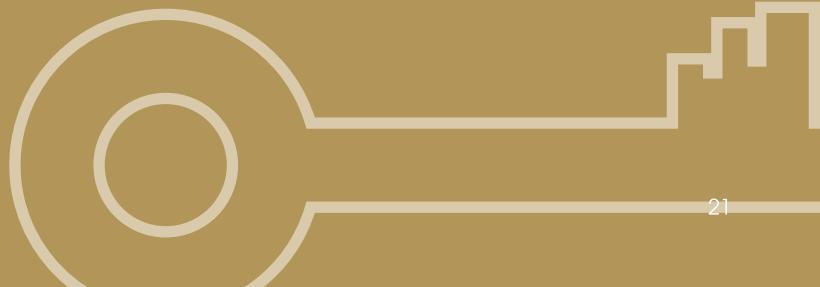
Veljko Lalić,
CEO and editor in chief,
Nedeljnik

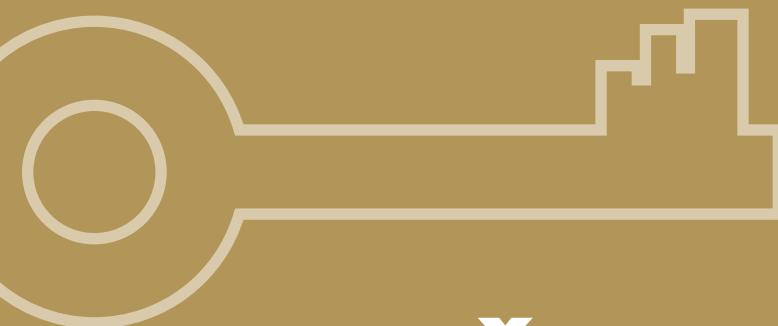


Zorana Antić,
Direktor marketinga,
Bambi



Žarko Sakan,
CEO, New Moment
New Ideas Company





ŽIRI

2022 Effectiveness
is the key

Sastav Effie žirija

U Effie žiriju za dodelu priznanja u Srbiji nalaze se neki od najistaknutijih marketinških stručnjaka iz zemlje, pažljivo odabranih za obavljanje ovog važnog i nimalo jednostavnog zadatka, zbog čega svi članovi žirija prolaze posebnu edukaciju koju organizuje Effie Srbija. Tokom formiranja žirija vodi se računa o principu ravnopravnosti, kako bi sastav predstavljao realan presek industrije. U njemu se nalaze stručnjaci različitih profila i iskustva: predstavnici advertising agencija, oglašivača, medijskih agencija i istraživačkih kompanija. Takođe, u žiriju su zastupljeni predstavnici velikih, ali i malih kompanija, članica globalnih mreža, ali i nezavisnih agencija.

Proces žiriranja i Effie žiri

Effie odaje priznanje najznačajnijim dostignućima naše profesije – idejama koje su uspešno obavile svoj zadatak. Svaka ideja realizovana kroz jedan ili kombinaciju različitih medija ima pravo da konkuriše za Effie, ukoliko iza nje stoje merljivi rezultati koji pokazuju da su marketinški ciljevi ostvareni ili premašeni.

Način ocenjivanja

Najvažnija je efikasnost. Svi prijavljeni radovi za Effie Awards Serbia prolaze kroz dva kruga selekcije. Kako bi prijavljeni rad u prvom krugu dobio visoku ocenu potrebno je da ima jasne i merljive poslovne i komunikacione ciljeve, dobro obrazložen poslovni kontekst, kao i da pruži uverljive rezultate (dokaze da je marketinška aktivnost ostvarila ili premašila te ciljeve). Članovi Effie žirija procenjuju pre svega efikasnost i rezultate, zatim ideju, strateški i kreativni materijal, i boduju svaki rad tako što daju četiri zasebne ocene prema sledećim kriterijumima:

*Strateški izazov i postavljeni ciljevi (**23,3%**)

*Ideja (**23,3%**)

*Realizacija ideje (**23,3%**)

*Rezultati (**30%**)



Nataša Đurđević,
Predsednica Effie žirija



Kosanče Dimitrijević,
Potpredsednik Effie žirija

Prva runda žiriranja



Andrej Kugonić
Marketing Director,
Nordeus



Ana Aleksić
Chief Transformation Officer,
Adria Media Group



Andrijana Vasić Nikčević
Senior Brand & Communication
Strategist



Ana Besedić
Adriatic Region Operations Manager,
Gemius Serbia



Danijela Vujošević
Marketing Director Serbia & Montenegro,
Molson Coors / Apatinska Brewery



Danka Trbojević
Managing Director,
Drive, i&F grupa



Dušan Simić
Strategic Planning Director,
Communis



Đorđe Janković
Managing Partner & Creative Director,
Friday Finally



Irena Božanović
Account Director,
Executive Group



Ivo Radaković
Head of Customer Experience and
Product Development Directorate, OTP
banka Srbija



Jelena Žeković
Brand and Campaigns Team Manager,
A1 Serbia



Jasmina Nikolić
Client Service Director, New Moment New
Ideas Company



Jovan Bugarčić
Marketing Director,
Imlek



Ljubica Vukčević
Head of Data Analytics & Insight,
Direct Media United Solutions



Milica Vuličević Basorović
Innovation Strategy Director Adults,
Europe / Global Schweppes Innovation
Charter Lead (double-hatting), The Coca
Cola Company



Miloš Aleksić
Marketing Strategist,
KupujemProdajem



Milena Kvapil
Creative Director,
Ivan Aran Studio



Milan Okanović
Assistant Professor,
Faculty of Organizational Sciences



Milan Perić
Marketing and Communications Director,
Carlsberg Srbija



Maja Grbović
Head of media,
Mercator-S



Marija Ilić
Account Director,
OMD Media



Nataša Šarčević
Marketing & Innovation Director,
Atlantic Štark



Predrag Kurčubić
Managing Director,
Ipsos Strategic Marketing



Predrag Ćirović
Managing Director,
GfK Belgrade



Sanja Bušić
Marketing Lead Snacks South Central Europe
and Baltics, PepsiCo



Tijana Popović
CEO,
GroupM



Tanja Vasojević
Communications Director,
Delta Holding



Tamara Stančev
Brand Communications & TV Channel
Director, Shoppster Serbia & Slovenia



Vladimir Aranđelović
Digital Director,
Direct Media United Solutions



Željka Puhalo
Menadžer za marketinške komunikacije,
Hemofarm

Druga runda žiriranja



Aleksandra Savić
Senior Brand Manager,
Bambi



Aleksandar Milojević
Senior Strategic Planner,
McCann Beograd



Anja Jekić
Brand Manager,
PepsiCo



Dijana Mujanić
Group Marketing Manager,
Nectar Group



Dejan Veličirović
Managing Director,
Deep Dive



Goran Jankuloski
Managing Partner / Project Direction /
Creative Campaigns,
Žiška



Jelena Mircić Ljušić
Group Account & Strategy Director,
Kreativa Unlimited



Ljubica Marinović
Group Account Director,
Luna TBWA



Miloš Dukić
Head of Marketing Communications,
Telekom Srbija



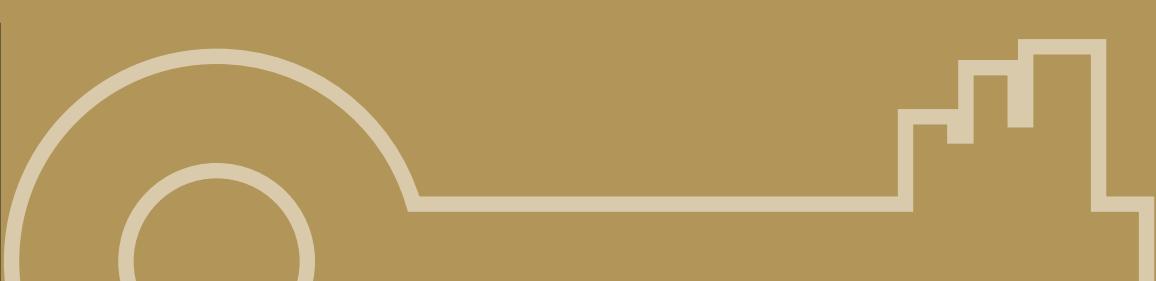
Maša Drašković
Brand Guardian,
Yettel



Marijana Agić Molnar
Managing Director,
Data Do



Milena Maksić
Digital Director,
Ovation BBDO



Olga Stevanović
Regional Senior Product Manager,
Galenika



Saša Ćirić
Marketing and R&D Manager ,
Neoplanta



Saša Mešter
Marketing Director for SEE & Head of Client
Marketing for CIS&SEE, Visa



Sonja Jelusić
General Manager,
Media House



Tomislav Lončarić
Media Director,
Publicis Media



Zoran Golub
Marketing Director,
Atlantic Grand



SCORING COMMITTEE

Scoring Committee je telo zaduženo za određivanje skale poena za odlazak radova u finale, odnosno dodeljivanje određenih nagrada (zlato, srebro, bronza) u okviru Effie takmičenja. U ovom procesu SC se rukovodi isključivo ocenama koje žiri dodeljuje radovima. Da bi odluka SC postala punovažna potrebno je da bude potvrđena od strane Effie Worldwide kancelarije. Članovi ovog tela imenuju se na svake četiri godine i čine ga: predsednik žirija, potpredsednik žirija, direktor Festivala i još dva člana imenovana od strane Organizacionog odbora.

2022 Effectiveness
is the key



Nataša Đurđević,
Predsednica Effie žirija



Srđan Bogosavljević,
Consultant, Ipsos Strategic
Marketing



Kosanče Dimitrijević,
Potpredsednik Effie žirija



Goran Tintor,
Chief Business
Development Officer /
Co-founder, Data Do



Jelena Ivanović,
Executive Director,
IAA Serbian Chapter



effieAWARDS
SERBIA

FINALISTI

2022 Effectiveness
is the key

Nakon predstavljanja radova i diskusije, članovi Effie žirija individualno i anonimno unose svoje ocene (10-100 bodova), koristeći onlajn portal. Finalna ocena za svaki rad predstavlja prosek ocena svih članova žirija koji su učestvovali u ocenjivanju. Zbog konflikta interesa pojedini članovi Effie žirija se isključuju iz ocenjivanja određenih kategorija.

Nakon prvog kruga određuju se finalisti sa najvećim brojem bodova i otvara se drugi/ finalni krug žiriranja. U finalnom krugu žiriranja ocenjuju se i takmiče finalisti u svakoj kategoriji, prema već pomenutim kriterijumima. Nakon diskusije članova žirija, zaključuju se ocene.

Po završetku ocenjivanja, u saradnji sa Effie Worldwide-om kreira se rang-lista svih ocena finalista, kako bi se odredili pragovi bodova za zlato, srebro i bronzu, za svaku kategoriju. Moguće je da se u nekoj kategoriji dodeli jedna, dve, tri, četiri ili nijedna nagrada. Imena pobjednika nisu poznata ni članovima Effie žirija sve do proglašenja pobjednika na gala ceremoniji, kada se svečano dodeljuju nagrade.

Internet & Telecom

Srećna mi NovA1

Klijent: A1 Srbija

Brend: Srećna mi NovA1

Glavna agencija: Leo Burnett (Beograd)

Agencije partneri: Baš Čelik, OMD Srbija, Fullhouse Ogilvy

Novogodišnji praznici su tradicionalno period darivanja, pružanja ljubavi, ali ujedno i period ispunjavanja želja i kupovine poklona, najčešće za druge. Uz sve to, prethodna (2021.) godina bila je izuzetno teška i svi su zaslužili da daju sebi malo oduška. Svojom prvom novogodišnjom kampanjom želeli smo da podsetimo korisnika da treba i sebi da ugode, da kažu „Srećna mi NovA1“ i odaju sebi priznanje za sve što su uradili, pa na kraju i da se časte.

Samo u decembru

Popust do
30.000 din
na sve
telefone

uz NEO tarife

Srećna mi
NovA1

A1 SPEEDTEST AWARDS
INTERNATIONAL
POZNAJ VELIKU
DOKTOROVU
2021

A1.rs

Od tebe počinje.

A1

Internet & Telecom

A1 Launch campaign

Klijent: A1 Srbija

Brend: A1 Launch campaign

Glavna agencija: Leo Burnett (Beograd)

Agencije partneri: Baš Čelik, OMD, Fullhouse Ogilvy,

Executive Group

Nakon 14 godina postojanja snažnog Vipa, brenda koji je bio prepoznat kao market changer i koji ima bazu najzadovoljnijih korisnika, tržište je trebalo upoznati sa novim A1 brendom. Mladalački duh Vipa trebalo je zameniti novim zrelijim brend imidžom koji donosi ozbiljnost i snagu internacionalne A1 grupe. Toplom i originalnom pričom, koja je bila ispraćena poznatom pesmom „Ala je lep ovaj svet“, svim korisnicima poželeti smo dobrodošlicu u A1 svet, svet u kojem svako od nas ima moć da uradi neverovatne stvari uz pomoć tehnologije.

1
zadivi sve.

Od tebe počinje.
Dobro došli u A1.

A1.rs

A1

A1

New Product or Service Introduction &
New Product or Service Line Extension

Atlantic Grand Single Origin

Klijent: ATLANTIC GRAND

Brend: Grand Single Origin

Glavna agencija: Pom Pom Communications

Agencije partneri: Executive Group, NN Media, Promedia Group, Media House

Grand Single Origin kafa donela je potpuno novo iskustvo u okviru tradicionalne kategorije, posebno relevantno mlađoj urbanoj ciljnoj grupi, kroz inovacije viđene po prvi put na našem tržištu.

Grand je prvi u regionu koristio Blockchain tehnologiju u marketinške svrhe. Zahvaljujući Farmer Connect platformi,



zasnovanoj na Blockchain tehnologiji, potrošači su skeniranjem QR koda na pakovanju mogli da istraže put svoje kafe od dalekih plantaža do šoljice, upoznaju farmere i doniraju novac u lokalne projekte održivog uzgoja kafe.

Grand Single Origin je prva turska kafa u Srbiji upakovana u EKO ambalažu.

Media Innovation

Samo probaj – i oseti Joy

Klijent: The Coca-Cola Company Srbija

Brend: neXT JOY

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencije partneri: UM Beograd, Represent Communications, Tuna Fish Studio, Žiška

neXT Joy je još jednom kreirao inovativni format namenjen tinejdžerima: ovog puta smo im se obratili kroz prvu Instagram TV seriju na našim prostorima! Ova stroga i zahtevna publika ju je primetila i povezala se sa našim serijalom i glavnim junacima. Kreirali smo interesovanje, ali i povećali prodaju!



Positive Change, Diversity, Equity & Inclusion

Jednakost dolazi iz kuće

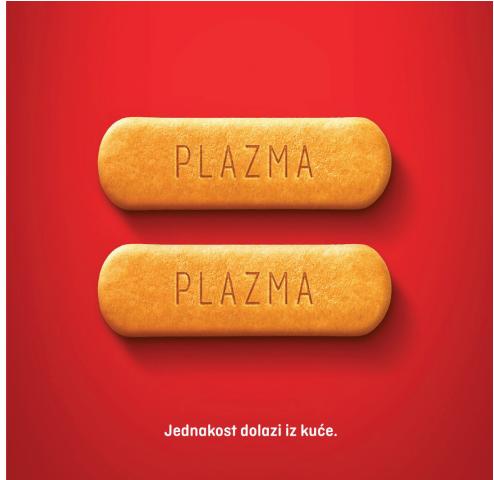
Klijent: Koncern Bambi

Brend: Plazma

Glavna agencija: Communis

Agencije partneri: United Moment, Universal Media

Povodom Dana jednakosti žena (26.08.) Plazma je skrenula pažnju javnosti na neravnomernu raspodelu kućnih poslova u našem društvu, izmenom ikoničkog elementa brenda.



Positive Change, Environmental

Vila Divljina

Klijent: WWF Adria

Brend: WWF

Glavna agencija: Communis

Agencije partneri: Media S

U Specijalnom rezervatu prirode Uvac godinama se ilegalno podižu vikendice. Dok država i sudstvo ne čine ništa po ovom pitanju, posledice po okolini su nepopravljive. Da bismo skrenuli pažnju na ovaj problem kreirali smo nepostojeću lukušunu vikendicu „Vila Divljina“, i oglasili je putem digitalnih kanala. Svako koga je ovaj oglas zaintrigirao, zapravo je otkrivaо sve o ilegalnoj gradnji.



Positive Change, Social Good

NESALOMIVI

Klijent: Hemofarm fondacija

Brend: NESALOMIVI

Glavna agencija: New Moment New Ideas Company

Agencije partneri: Alma Quattro

Srbija je u stanju crvenog mentalnog alarma. Tokom COVID-19 pandemije broj depresivnih poremećaja porastao je sa 4% na 28,9%. Međutim, zdravstveni sistem je bio preopterećen i fokusiran na borbu protiv korone. Uočili smo da se ljudi sa depresijom najuspešnije bore kada kroz borbu ne prolaze sami. Drugim rečima: kada smo zajedno, ništa nas ne može slomiti. Dok se zdravstveni sistem lomio, mi smo stvorili pokret protiv depresije – sistem podrške „Nesalomivi”, koji je okupio stručnjake, pacijente, porodice, kompanije i medije kroz interaktivnu platformu za komunikaciju koja omogućava stručnu pomoć 24/7.

Small Budgets - Non-Profit, Products & Services

(Budget Eligibility – Up to 2,5 Million Dinars)

Najskuplja stolica na svetu

Klijent: WWF Adria

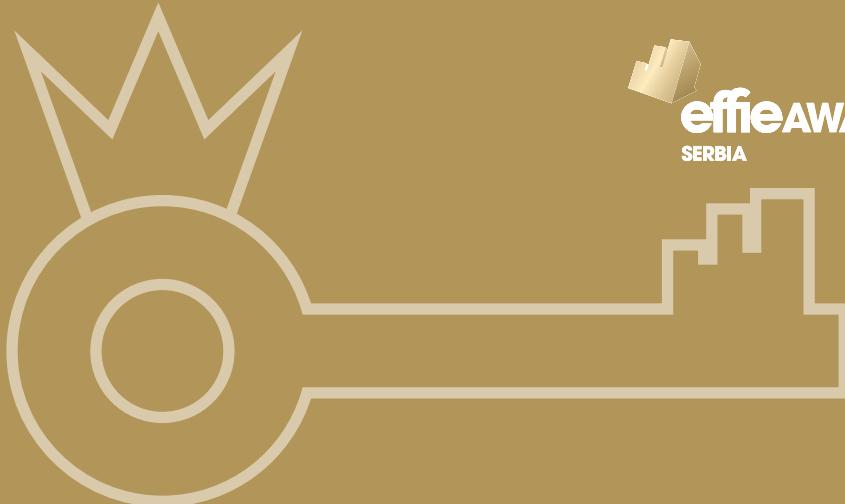
Brend: WWF

Glavna agencija: Communis

Agencije partneri: Media S

Da bismo skrenuli pažnju na problem nestanka plavnih šuma u priobalju Tise, koje se neograničeno sekaju, kreirali smo najskuplju stolicu na svetu. U stilu senzacionalističkih priča kojima mediji obiluju, alarmirali smo javnost o postojanju stolice čija proizvodnja nas sve košta skupo – naše životne sredine.

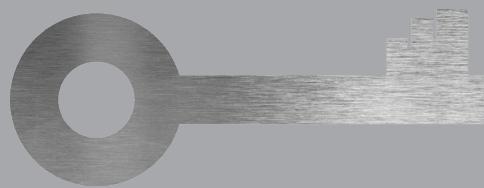




NAGRAĐENI

2022 Effectiveness
is the key

SREBRO



Srećna mi NovA1

Klijent: A1 Srbija

Brend: Srećna mi NovA1

Glavna agencija: Leo Burnett (Beograd)

Agencije partneri: Baš Čelik, OMD Srbija, Fullhouse Ogilvy

Novogodišnji praznici su tradicionalno period darivanja, pružanja ljubavi, ali ujedno i period ispunjavanja želja i kupovine poklona, najčešće za druge. Uz sve to, prethodna (2021.) godina bila je izuzetno teška i svi su zaslužili da daju sebi malo oduška. Svojom prvom novogodišnjom kampanjom želeli smo da podsetimo korisnika da treba i sebi da ugođe, da kažu „Srećna mi NovA1“ i odaju sebi priznanje za sve što su uradili, pa na kraju i da se časte.

PODACI O POJEDINCIMA:

Leo Burnett (Beograd):

Anja Radulović

Creative Director

Tia Dokmanović

Account Director

Andrijana Vasić Nikčević

Strategy Planner

Miloš Milanović

Art Director

Nevena Balšić

Associate Creative Director

Marija Varinac

Account Manager

A1 Srbija:

Đorđe Vuksanović

Senior Transformation Director

Jelena Čađenović

Brand, Insights and Experience Management Director

Jelena Zeković

Brand and Campaigns Team Manager

Olga Kapor

Senior Marketing Communications Expert

Samo u decembru

**Popust do
30.000 din
na sve
telefone**

uz NEO tarife

Srećna mi NovA1

A1

Positive Change, Social Good

NESALOMIVI

Klijent: **Hemofarm fondacija**

Brend: **NESALOMIVI**

Glavna agencija: **New Moment New Ideas Company**

Agenzije partneri: **Alma Quattro**

Srbija je u stanju crvenog mentalnog alarma. Tokom COVID-19 pandemije broj depresivnih poremećaja porastao je sa 4% na 28,9%. Međutim, zdravstveni sistem je bio preopterećen i fokusiran na borbu protiv korone. Uočili smo da se ljudi sa depresijom najuspešnije bore kada kroz borbu ne prolaze sami. Drugim rečima: kada smo zajedno, ništa nas ne može slomiti. Dok se zdravstveni sistem lomio, mi smo stvorili pokret protiv depresije – sistem podrške „Nesalomivi”, koji je okupio stručnjake, pacijente, porodice, kompanije i medije kroz interaktivnu platformu za komunikaciju koja omogućava stručnu pomoć 24/7.

PODACI O POJEDINCIMA:

New Moment New Ideas Company:

Slobodan Vujanović
Copywriter

Veljko Golubović
Executive Creative Director

Goran Rudinac
Head of digital production

Igor Milovanović
Creative Director

Jasmina Nikolić
Client Service director

Hemofarm fondacija:
Suzana Đorđević
Director

Ivan Apostolski
Art Director

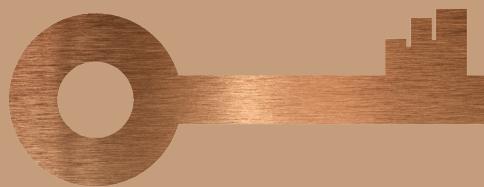
Milena Rajković
Project manager

Bojana Rajičić
Art Director

Đuro Radosavović
Copywriter



BRONZA



A1 Launch campaign

Klijent: A1 Srbija

Brend: A1 Launch campaign

Glavna agencija: Leo Burnett (Beograd)

Agencije partneri: Baš Čelik, OMD, Fullhouse Ogilvy,

Executive Group

Nakon 14 godina postojanja snažnog Vipa, brenda koji je bio prepoznat kao market changer i koji ima bazu najzadovoljnijih korisnika, tržište je trebalo upoznati sa novim A1 brendom. Mladalački duh Vipa trebalo je zameniti novim zrelijim brend imidžom koji donosi ozbiljnost i snagu internacionalne A1 grupe. Toplom i originalnom pričom, koja je bila ispraćena poznatom pesmom „Ala je lep ovaj svet”, svim korisnicima požeželi smo dobrodošlicu u A1 svet, svet u kojem svako od nas ima moć da uradi neverovatne stvari uz pomoć tehnologije.

PODACI O POJEDINCIMA:

Leo Burnett (Beograd):

Anja Radulović
Creative Director

Tia Dokmanović
Account Director

Andrijana Vasić Nikčević
Strategy Planner

Miloš Milanović
Art Director

Marija Varinac
Account Manager

A1 Srbija:

Đorđe Vuksanović
Senior Transformation Director

Jelena Čađenović
Brand, Insights and Experience Management Director

Jelena Zeković
Brand and Campaigns Team Manager

Biljana Jović Popović
Marketing Communications Lead Expert

Olga Kapor
Senior Marketing Communications Expert



Samo probaj – i oseti Joy

Klijent: The Coca-Cola Company Srbija

Brend: neXt JOY

Glavna agencija: McCann Beograd

Agencije partneri: UM Beograd, Represent Communications, Tuna Fish Studio, Žiška

neXt Joy je još jednom kreirao inovativni format namenjen tinejdžerima: ovog puta smo im se obratili kroz prvu Instagram TV seriju na našim prostorima! Ova stroga i zahtevna publiku ju je primetila i povezala se sa našim serijalom i glavnim junacima. Kreirali smo interesovanje, ali i povećali prodaju!



PODACI O POJEDINCIMA:

McCann Beograd:

Jana Savić Rastovac
Executive Creative Director

Vladimir Simić
Creative Director

Aleksandar Milojević
Senior Strategic Planner

Kristina Jovanović
Senior Art Director

Dragana Božić
Senior Copywriter

Andrea Mitić
Account Manager

The Coca-Cola Company Srbija:

Gjorgji Hristov
Business Operations Manager
Hungary

Marina Trajković
Frontline Activation Senior Brand
Manager Nutrition & Hydration

Julija Žigić
Frontline Activation Marketing
Manager

Aleksandra Grković
Marketing Project Coordinator

Positive Change, Diversity, Equity & Inclusion

Jednakost dolazi iz kuće

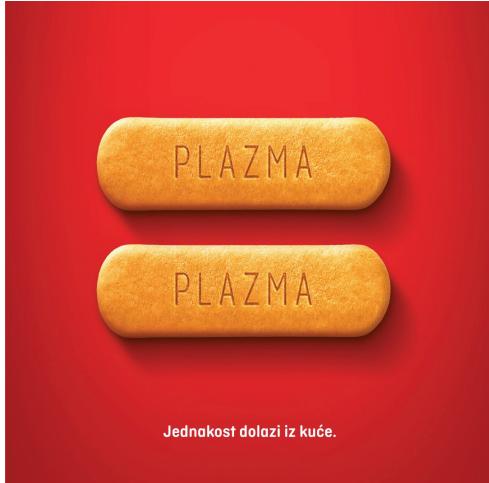
Klijent: Koncern Bambi

Brend: Plazma

Glavna agencija: Communis

Agencije partneri: United Moment, Universal Media

Povodom Dana jednakosti žena (26.08.) Plazma je skrenula pažnju javnosti na neravnomernu raspodelu kućnih poslova u našem društву, izmenom ikoničkog elementa brenda.



PODACI O POJEDINCIMA:

Communis:

Goran Ruškuc
Creative Director

Lea Stanković
Executive Director

Marko Blagojević
Art Director

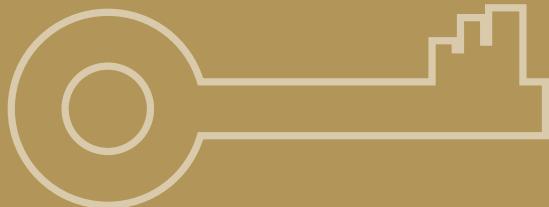
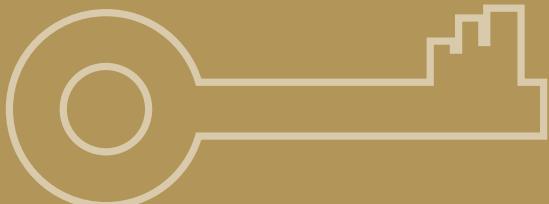
Koncern Bambi:

Milica Šetka
Marketing director

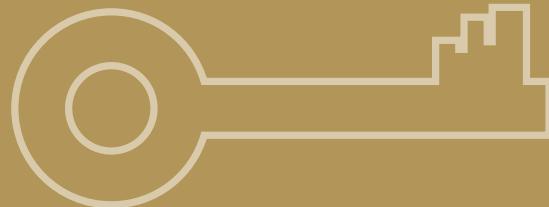
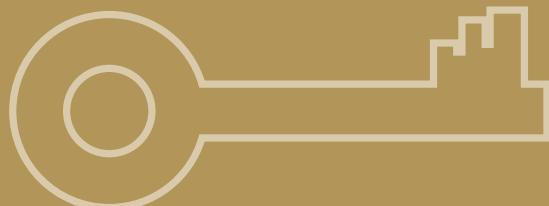
Aleksandra Savić
Senior Brand Manager

Strahinja Inić
Brand Manager

Mihajlo Ćirić
Specijalista za digitalni marketing
i društvene mreže



PARTNERI



2022 Effectiveness
is the key

PARTNERI



communis

HEINEKEN

Luna\TBWA

McCann

new moment
we live to create

OVATIONBBDO



rosa™

SBB

UniCredit Bank

UM

PODRŠKA



MEDIJSKI PARTNERI



PARTNERI GALA CEREMONIJE





effie AWARDS
INTERNATIONAL

IAA
SERBIA