

KAMPAŇ MMR K EVROPSKÝM FONDŮM BODOVALA V CENÁCH EFFIE

Ceny efektivity reklamních kampaní „EFFIE“ vstoupily vloni do jubilejního 20. ročníku.

V nové kategorii Kampaně veřejné správy získala **první místo kampaň MMR** s názvem „Jak strukturální fondy EU mění svět okolo nás?“

Odbornou veřejností vysoce ceněnou soutěž pořádá v ČR Asociace komunikačních agentur (AKA). Kampaň, která byla nasazena v televizi, rozhlasu, na internetu a v tisku na začátku roku 2016, si kladla za cíl zejména připomenout široké veřejnosti přínosy projektů realizovaných z evropských fondů v každodenním životě, a také upozornit na to, že je již v plném proudu nové programové období 2014–2020. Kampaň měla po ukončení velmi dobré výsledky: 58 % dotázaných v následném průzkumu potvrdilo, že kampaň zaznamenalo, po 87 % dotázaných byla

kampaň srozumitelná a pro 67 % taktéž atraktivní. Celých 84 % respondentů pak uvedlo, že kampaň je motivovala k vyhledání dalších informací, přičemž hodnota benchmarku srovnatelných kampaní je na 44 %.

„Jsme velice rádi, že naše kampaň se dočkala tohoto významného ocenění, ze strany odborníků na reklamu. Pro nás je důležité, že ocenění se neuděluje za „umělecký dojem“, ale za efektivitu celé kampaně. Informování veřejnosti o přínosech projektů financovaných

z evropských fondů je klíčovou součástí naší práce. Ocenění nás nejen potěšilo, ale i zavazuje připravovat stejně kvalitní a zajímavé kampaně i v příštích letech,“ uvedla k ocenění Olga Letáčková, náměstkyně pro řízení sekce koordinace evropských fondů a mezinárodních vztahů.

Na kampani MMR pracovalo s agenturami MC CANN-ERICKSON PRAGUE - divize Momentum Czech Republic, která byla zodpovědná za kreativní část kampaně, a Knowlimits, s.r.o., která zodpovídala za nákup mediálního prostoru.



Slavnostní předávání cen EFFIE v Lucerně

